

## TIBBIY XIZMATLAR KO'RSATUVCHI KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASHNI TAKOMILLASHTIRISH

**Vaisov Dilshod Ibodullayevich**  
PhD, Ma'mun NTM o'qituvchisi  
ORCID: 0009-0001-6293-1498

### Annotatsiya

Mazkur maqola tibbiy xizmat ko'rsatuvchi klinikalar raqobatbardoshligini marketing-miks va tibbiy xizmat muhiti xususiyatlariga asoslangan metodlar asosida baholashni takomillashtirishga bag'ishlangan.

**Kalit so'zlar:** tibbiy xizmat ko'rsatish, tibbiy xizmat raqobatbardoshligi, marketing-miks, tibbiy xizmat muhiti, xizmatlar portfeli, raqobatbardoshlik ko'pburchagi, raqobatbardoshlik indeksi.

### Аннотация

Данная статья посвящена совершенствованию оценки конкурентоспособности клиник, предоставляющих медицинские услуги, на основе методов, базирующихся на особенностях комплекса маркетинга и среды оказания медицинских услуг.

**Ключевые слова:** оказание медицинских услуг, конкурентоспособность медицинских услуг, комплекс маркетинга, среда оказания медицинских услуг, портфель услуг, многоугольник конкурентоспособности, индекс конкурентоспособности.

### Abstract

This article focuses on improving the assessment of competitiveness for medical service providers based on methods that utilize marketing mix characteristics and the medical service environment.

**Keywords:** medical services, competitiveness of medical services, marketing mix, medical service environment, service portfolio, competitiveness polygon, competitiveness index.

### KIRISH

Tibbiy xizmatlar ko'rsatish sohasi raqobat nazariyalari asosida tahlil qilinganda o'ta murakkab xususiyatlarga egaligi bilan farqlanadi. Chunki, tibbiy xizmatlar bozorida faqatgina xizmat ko'rsatuvchilar va iste'molchilar xohishi inobatga olinmaydi, bunda farmatsevtika kompaniyalari (ishlab chiqaruvchilar va importerlar), tibbiy klinikalar (yakka tartibda va birgalikda xizmat ko'rsatish), davlat muassasalari (moliyalashtiruvchi va nazorat mexanizmlari sifatida), sug'urta va moliyalashtirish muassasalari va tibbiy xizmat iste'molchilarining manfaatlari o'zaro uyg'unlashishiga ham bog'liqdir. Tibbiy xizmat ishtirokchilarining o'zaro munosabatlarini birlamchi tibbiy ehtiyojni (sog'liq yomonlashuvi sababini aniqlash yoki og'riqlarni kamaytirish) qondirishdan tashqari kutilayotgan tibbiy xizmat darajasi, bemorlarning xizmat ko'rsatish jarayoni bilan bog'liq kutishlari jihati (raqobatbardoshligi) ham uyg'unlashtiradi. Shu nuqtai-nazardan, tibbiy xizmatlar ko'rsatishda barcha

ishtirokchilar, ayniqsa tibbiyot muassasalari va ko'rsatilayotgan tibbiy xizmatning raqobatbardoshlik darajasini baholash dolzarb ahamiyat kasb etadi.

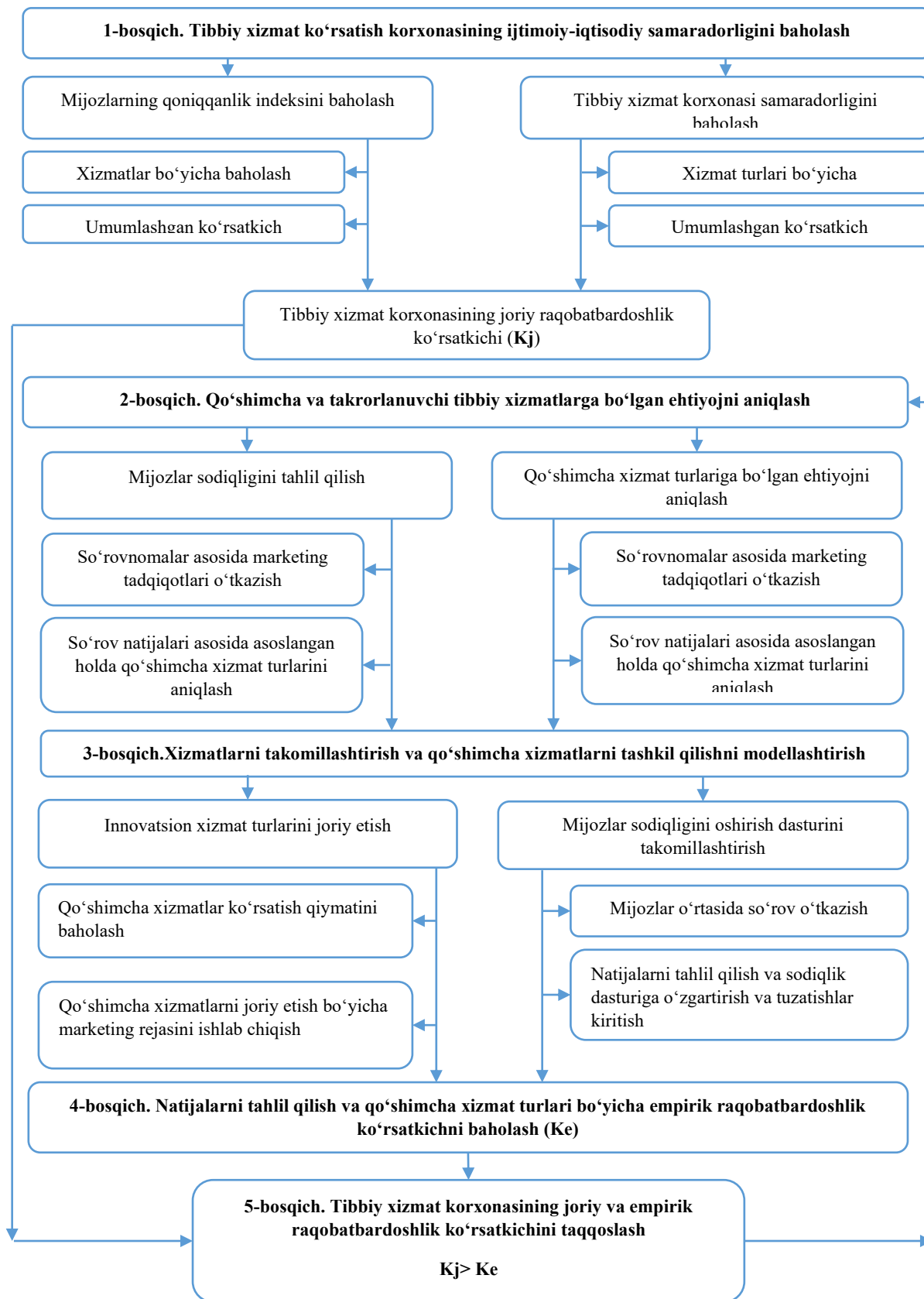
## TAHLIL VA NATIJALAR

Servis sifati va samaradorligi, xizmat ko'rsatishning sifat ko'rsatkichlarini baholashga doir ilmiy yondashuvlar xorijlik olimlardan Camp, R. C., Parasuraman, A., Zeithamlarning ilmiy ishlarida, V. A., Barney, raqobabardoshlik va faoliyatning muvaffaqiyat omillari J. B., Kaplan, R. S., Nortonlar tomonidan, raqobat ustunligi va raqobatbardoshlikka oid yondashuvlar Porter, M. E asarlarida, aynan tibbiy xizmatlar raqobatbardoshligini baholash masalalari Sharma, A., Harrington, R. A va boshqalarning ishlarida atroflicha yoritilgan [1]. Mamlakatimiz olimlari va tadqiqotchilarning ilmiy izlanishlarida ham xizmatlar sohasida raqobatbardoshlik (K.M.Ibodov, O.T.Ahmedov, E.A.Aliyeva [2]), mintaqada tibbiy xizmatlarni rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati (Yu.K.Narmetova, Z.Xakimov M.Avazova [3]), tibbiy xizmatlar raqobatbardoshligini boshqarish (F.Qodirov [4]), tibbiy xizmatlar rivojlanishi va iqtisodiy-matematik modellashtirish masalalari (Sh.Abduraxmanova [5]), larning ilmiy ishlanmalari ham o'ziga xos va ahamiyatlidir. Yuqoridagi tadqiqotlarda raqobatbardoshlikni baholashda turlicha mualliflik yondashuvlari bayon etilgan asosiy jihat raqobat muhitiga, ichki resurs imkoniyatlariga, xizmat sifati, faoliyatning muvaffaqiyat omillariga, raqamli transformatsiyalashuv va benchmarkingga qaratilgan.

Bizning nazarimizda tibbiy xizmatlar ko'rsatuvchi subyektlar raqobatbardoshligini baholashda tibbiy xizmatlar ko'rsatish jarayoni, dori-darmon va tibbiy uskunalalar bilan ta'minlanganlik, targ'ib qilish vosita va usullari, qo'shimcha tibbiy xizmatlar ko'rsatish imkoniyati, joylashuvi, "xizmatlar portfeli" hamda raqamlashuv darajasi kabi jihatlari asosida baholash masalalariga yetarlicha e'tibor qaratilmagan.

Tibbiy xizmatlar ko'rsatish jarayoni o'z xususiyatlariga ko'ra ko'proq ijtimoiy hodisadir, shu sababdan tibbiyot muassasasi raqobatbardoshlik darajasini tahlil qilishda faoliyatning ijtimoiy-iqtisodiy samadorligini oshirishga urg'u berishi lozim. Bunda asosiy urg'u mijozlarning qoniqqanlik ko'rsatkichini aniqlashga qaratilishi, xizmat turlari bo'yicha ko'rsatkichlarni umumlashgan holda joriy raqobatbardoshlik ko'rsatkichini baholashga qaratiladi (1-rasm).

Keyingi bosqichda mijozlarning sodiqligi va qo'shimcha xizmatlarga ehtiyojini o'rganish asosida mavjud tibbiy xizmatlarni yanada takomillashtirish hamda qo'shimcha xizmatlarni tashkil qilish modellashtirish asoslar aniqlanadi. Natijalar tahlili hamda qo'shimcha xizmatlarni hisobga olgan holda empirik raqobatbardoshlik ko'rsatkichi hisoblanadi va joriy raqobatbardoshlik ko'rsatkichi bilan taqqoslanadi. Yuqoridagi jarayon tizimlashtirilgan holda tibbiy xizmat ko'rsatuvchi korxonalar raqobatbardoshligini baholash algoritmi sifatida tasvirlashimiz mumkin.



**1-rasm. Xizmatlarni takomillashtirish va qo'shimcha tibbiy xizmatlar ko'rsatishni tashkil etish asosida korxonaning raqobatbardoshligini baholash uslubiyati [6]**

Taklif etilayotgan integral ko'rsatkichlar tibbiy xizmatlarning sifat ko'rsatkichlarini o'z ichiga olib, xizmat ko'rsatish faoliyatning turli bosqichlarida raqobatbardoshlikni xaridorlar nuqtai nazaridan hamda sotuvdan keyingi xizmatlar ko'rsatish mezonlari asosida baholash imkonini beradi. Shu o'rinda jarayon va uning boshqarilishi xususiyatlari asosida tibbiy xizmat ko'rsatish raqobatbardoshligini tibbiy xizmat ko'rsatuvchi korxonalar raqobatbardoshligidan farqlash lozim bo'ladi. Ya'ni, tibbiy xizmat raqobatbardoshligi bevosita xizmat ko'rsatish jarayonga ta'sir qiluvchi va uni shakllantiruvchi komponentlar ta'siri asosida baholansa, tibbiy xizmat ko'rsatuvchi korxonalar raqobatbardoshligi ko'rsatkichlari bevosita xizmat ko'rsatish faoliyati natija va xususiyatlari asosida keltirib chiqariladi.

Tibbiy xizmatlar raqobatbardoshligini baholash jarayoni quyidagi ketma-ketlikda amalga oshirilishi lozim:

1. Raqobatbardoshlik mezonlarini tanlash;
2. Mezonlarning va ahamiyatlilik darajasini belgilash;
3. Mezon ko'rsatkichlarni hisoblash va yakuniy integral qiymatni aniqlash.

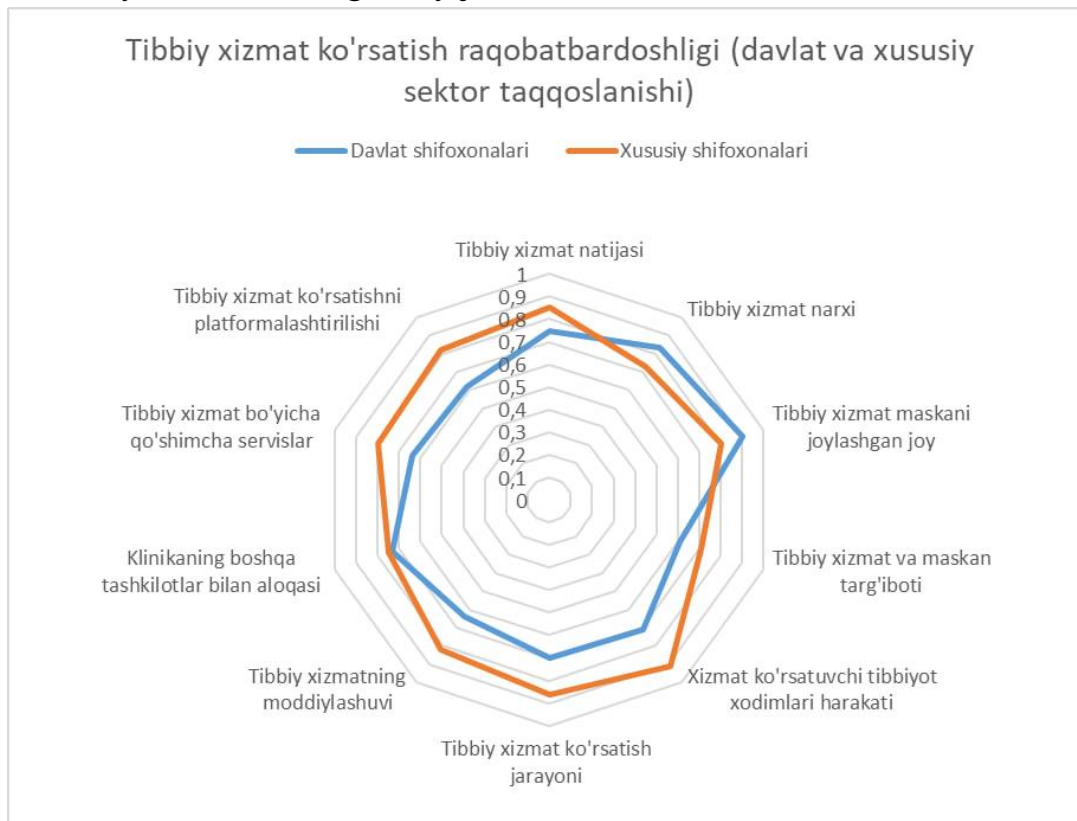
### TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqotimizda tibbiy xizmatlar raqobatbardoshligini baholash Laykert shkalasi bo'yicha 5 ballik tizimdan foydalangan holda davlat muassasalari hamda xususiy sektor muassasalarining raqobatbardoshligini tanlab olingan mezonlar asosida (10P) amalga oshirildi. Bunda, tibbiy xizmat natijasi, narxi, tibbiy xizmat maskani joylashuvi, reklama va targ'ibot, xizmat ko'rsatuvchi xodimlar harakati, tibbiy xizmat jarayoni, uning moddiylik darajasi, klinika aloqalari, qo'shimcha servislar va jarayonni platformalashuvi baholash mezonlari sifatida tanlandi. Mezonlarning ahamiyatlilik darajasi esa 0 dan 1 gacha bo'lgan oraliqda tanlab olindi. Tadqiqot so'rovlari natijalariga ko'ra tibbiy xizmatlar raqobatbardoshlik ko'rsatkichlari 2-rasmda keltirilgan (2-rasm).

“Raqobatbardoshlik ko'rsatkichi” tahlilidan ko'rinadiki, respondentlar tibbiy xizmatlar narxi, tibbiy muassasa joylashuvi hamda boshqa tashkilotlar bilan aloqalari ko'rsatkichlari bo'yicha davlat shifoxonalari xizmatlarini maqbul topgan bo'lishsa, boshqa mezonlar: targ'ibot, tibbiy xodimlar harakati, jarayon va undan keyingi servislar xususiyatlari hamda tibbiy xizmatning moddiylik darajasi bo'yicha xususiy tibbiyot ustunlikka ega hisoblangan. Xususiy sektor ayniqsa, murakkab operatsiyalar o'tkazish, innovatsion xususiyatli xizmatlar (EKU, kosmetologiya, diagnostika va rehabilitatsiya) va stomatologiya (tish protezlash va regeneratsiyalash), diyetologiya, tibbiy psixologiya ixtisosliklarida ko'proq rivojlanganligi hamda raqobatbardosh bo'lganligi ham alohida e'tirof qilingan. Mazkur jarayonni chiziqli funksional formula shaklida ifodalagan holda hisob-kitoblarni asosida o'zaro taqqoslash uslubi sifatida ham qabul qilish mumkin. Shunday qilib, tibbiy xizmatlar ko'rsatish raqobatbardoshligini aniqlash formulasi:

$F(P_x) = aP_1 + bP_2 + cP_3 + dP_4 + eP_5 + fP_6 + jP_7 + hP_8 + qP_9 + zP_{10}$ , dan iborat bo'ladi. Bunda, Plar 10 marketing kompleksi elementlari, a, b, c va z koeffitsientlar, kompleks elementlarining sifat baholari asosidagi umumlashgan ko'rsatkichlariga teng bo'ladi.  $F(P_x)$  esa umumlashgan integral raqobatbardoshlik ko'rsatkichi sifatida o'zaro

taqqoslash mezonini sifatida xizmat qiladi, ya'ni  $F(P_x)$  ko'rsatkichi qancha yuqori bo'lsa shuncha tibbiy xizmat jarayonining raqobatbardoshligi ham yaxshiroq bo'lib baholanaveradi. Xususan, mazkur tadqiqot ishi doirasida tibbiy xizmat ko'rsatish jamlanma raqobatbardoshlik indeksi 74,48ni tashkil qildi hamda bu orqali marketing kompleksi ahamiyatlilik darajasi yuqoridagi raqobatbardoshlik ko'pburchagida ham aks etib, tahliliy ishlarimizning ilmiy jihatdan asosli ekanini ko'rsatdi.



**2-rasm. Marketing-miks asosida tibbiy xizmatlar ko'rsatuvchi subyektlar raqobatbardoshlik ko'pburchagi [6]**

Bizning fikrimizcha, tibbiy xizmat ko'rsatuvchi korxonalar raqobatbardoshligini tibbiy xizmatlar bozorining boshqa ishtirokchilari (sug'urta agentlari, farmasevtika kompaniyalari, sport-sog'lomlashtirish muassasalari, sanatoriya-kurortlar, ijtimoiy ovqatlanish muassasalari, nazorat tashkilotlari va akkreditatsiyalash kompaniyalari) bilan munosabatlarning ham o'zaro uyg'unlashganligi nuqtai nazaridan yondashish maqsadga muvofiq. Ushbu yondashuvni quyidagilar bilan asoslantiramiz:

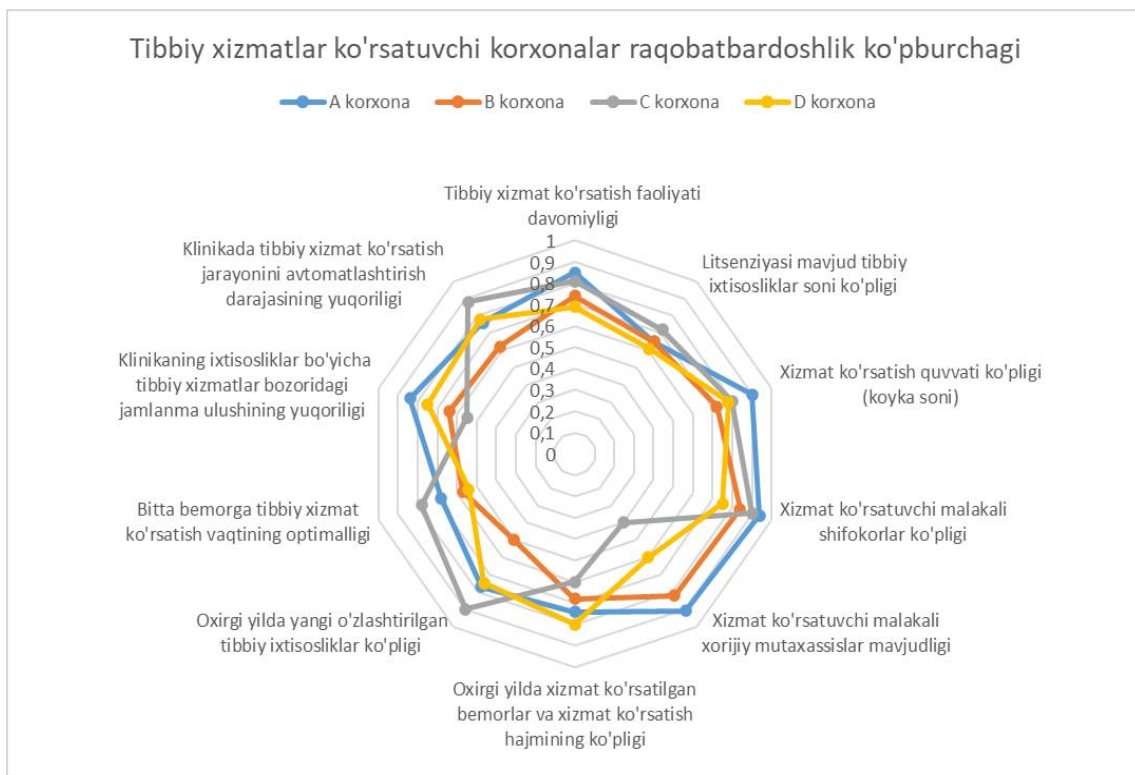
- bugungi kunda aholi tomonidan tibbiy xizmat ko'rsatish bir vaqtning o'zida dam olish va sog'lomlashtirishga uyg'unlashib ketmoqda;
- sanatoriya kurort tashkilotlari turistik rekreatsiya xususiyatidan davolanish va so'g'liqni tiklash jihatlari uchun uyg'unlashish tendensiyasini boshdan kechirmoqda;
- tibbiy xizmatlar ko'rsatish turistlar va ichki mehmonlarni jalb qilishga qaratilgan turizmning maxsus turi, tibbiyot turizmi sifatida qaralmoqda;
- sog'lom turmush tarzi va sog'lom ovqatlanish konsepsiyasi hayot darajasini va umr davomiyligini oshirishga qaratilgan faoliyat sifatida targ'ib qilinayotganligi;

– aholining barcha qatlamlari uchun sifatli tibbiy xizmatlar ko‘rsatishda tibbiy sug‘urta amaliyotining ko‘p jihatdan afzalliklarga ega ekanligi;

– xalq tabobati, telemeditsina, tibbiyot konsaltingi xizmatlarining keng ommalashuvi bilan tibbiy xizmatlar xavfsizligi va sifatini tartibga solish va boshqarishga ehtiyojning oshib borayotganligi va shu kabilar.

Shu nuqtai nazardan tadqiqotimizda tibbiy xizmat ko‘rsatuvchi subyektlar raqobatbardoshligini baholashni quyidagi 10ta mezon asosida takomillashtirishni maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz:

- tibbiy xizmat ko‘rsatish faoliyati davomiyligi;
- litsenziyasi mavjud tibbiy ixtisosliklar soni ko‘pligi;
- xizmat ko‘rsatish quvvati ko‘pligi (koyka soni);
- xizmat ko‘rsatuvchi malakali shifokorlar ulushi;
- xizmat ko‘rsatuvchi malakali xorijiy mutaxassislar mavjudligi;
- oxirgi yilda xizmat ko‘rsatilgan bemorlar va xizmat ko‘rsatish hajmining ko‘pligi;
- yangi o‘zlashtirilgan tibbiy xizmat va ixtisosliklar soni;
- bitta bemorga tibbiy xizmat ko‘rsatish vaqtining optimalligi;
- klinikaning ixtisosliklar bo‘yicha tibbiy xizmatlar bozoridagi jamlanma ulushining yuqoriligi;
- klinikada tibbiy xizmat ko‘rsatish jarayonini avtomatlashtirish darajasining yuqoriligi (3-rasm).



**3-rasm. Tibbiy xizmat ko‘rsatuvchi subyektlar raqobatbardoshligini tibbiy xizmat muhiti xususiyatlari baholash kompleksi [6]**

Modelning muhimlik jihati shundan iboratki, uning vositasida raqobatbardoshlik strategiyasiga kiritilishi lozim bo'lgan o'zgartirishlar belgilanishi, qilingan tanlov natijasida kutiladigan natijaviy ko'rsatkichlar oldindan aniqlanishidir. Shuningdek, biz tomonimizdan taklif qilingan raqobatbardoshlikni baholash uslubiyati quyidagilarga imkon beradi:

– tibbiy xizmat ko'rsatuvchi subyektlar faoliyati va tibbiy xizmatlarning inson salomatligini ta'minlash bilan bir vaqtda rekreatsion xususiyatga ega ekanligini asoslashga;

– davolanish va sog'liqni tiklashni turistik rekreatsiya xizmatlari bilan uyg'unlashgan holda ko'rsatishga;

– tibbiy xizmatlar ko'rsatishni turizmning maxsus turi (tibbiyot turizmi) sifatida olib qaralishiga;

– tibbiy xizmatni hayot darajasini va umr davomiyligini oshirishga qaratilgan faoliyat sifatida targ'ib qilishga;

– sog'lom turmush tarzini rag'batlantiruvchi tibbiy xizmat ko'rsatish asosida ijtimoiy ovqatlanish, parhez taomlar iste'molini kengaytirish va shu kabilar. Tibbiy xizmat ko'rsatish korxonalarining raqobatbardoshligini baholashning mazkur modelini ham o'ziga xos tarzda funksional bog'lanish asosida tavsiflash mumkin. Bunda, jamlanma raqobatbardoshlik indeksini shakllantirish yoki chiziqli funksiya ko'rinishida ifodalash maqsadga muvofiq bo'ladi.

$$\sum Fc = \sum (c1...c10); \text{ yoki } F(\text{comp}) = c1+c2+c3+...+c10.$$

$c1, c2, c3$  va  $c10$ lar o'nta raqobat ustunliklari ko'rsatkichlari va  $F(c)$  funksiya ushbu ko'rsatkichlarning jamlanma yig'indisiga teng bo'ladi, tadqiqot ishimiz asosida tibbiy xizmat ko'rsatuvchi kichik tadbirkorlik subyektlari jamlanma raqobatbardoshlik indeksi 55,52ni tashkil qildi hamda bu orqali tadqiqotimizda tanlangan tahliliy raqobatbardoshlik mezonlarining ahamiyatlilik darajasi o'ziga xos darajada raqobatbardoshlik ko'pburchagida ham aks etgan holda tahliliy ishlarimizning ilmiy jihatdan asoslanganini tasdiqladi. Umumiy holatda formula baholovchilar uchun aniq va yakka taqqoslash mezonini sifatida xizmat qilgani holda bizning nazarimizda mutaxassislar va aloqador tomonlar uchun mezonlar kesimida raqobat ustunliklarini taqqoslab o'rganish maqsadli hamda manfaatliroq bo'ladi deb hisoblaymiz.

## XULOSA VA TAKLIFLAR

Tibbiy xizmatlar ko'rsatish sohasida raqobatbardoshlikni baholash yondashuvlari an'anaviy marketing konsepsiyalari va sog'liqni saqlash tizimining ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatlarini birlashtiruvchi kompleks metodologiyani talab etadi. Empirik yondashuvlar tibbiy xizmatlar subyektlarining raqobatbardoshlik darajasini aniqlashda yakka o'lchovlarga tayanishdan ko'ra, integrallashgan ko'rsatkichlar tizimini shakllantirish zarurligini ko'rsatdi. Ayniqsa, xizmat sifati, texnologik infratuzilma, qo'shimcha servislar hamda xizmat ko'rsatish jarayonining raqamlashtirish darajasi o'zaro uyg'unlashgan holda baholanishi lozim.

Tahlil natijalari tibbiy xizmat ko'rsatuvchi kichik biznes subyektlarining samaradorlik va barqarorlik ko'rsatkichlarini aniqlashda raqobat ustunliklari majmuasini mezonlashtirish muhimligini tasdiqladi. Bu mezonlar orqali raqobat

strategiyasining qamrov doirasi aniqlanadi, bozor ishtirokchilari o'rtasida differensiallashuv kuchayadi va sog'liqni saqlash xizmatlarida ko'rsatkichga asoslangan boshqaruvga yo'l ochiladi. Ko'rsatkichlarning funksional bog'liqligi esa strategik qarorlar qabul qilishda ma'lumotga asoslanganlikni ta'minlaydi.

Amaliy jihatdan qaralganda, klinikalar faoliyatini baholashda xizmat portfelining kengligi, litsenziyalangan ixtisosliklar soni, xizmat ko'rsatish quvvati, shifokorlar salohiyati, texnologik integratsiya darajasi, avtomatlashtirish holati va bozor ulushi kabi ko'rsatkichlar o'zaro uyg'un holda kompleks tarzda baholanishi kerak. Ushbu yondashuv xizmatlar sifati bilan raqobatbardoshlik orasidagi bog'liqlikni aniqlashga, sog'liqni saqlash tizimining iqtisodiy samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Tibbiy xizmatlar ko'rsatish faoliyatini strategik darajada optimallashtirish uchun quyidagi yondashuvlarni tavsiya qilish mumkin:

1. Raqobatbardoshlikni baholash mezonlarini tizimlashtirish — xizmat sifati va texnologik darajani birlashtirgan ko'rsatkichlar majmuasi asosida indeks modeli ishlab chiqish;

2. Integratsion raqamli platformalarni kengaytirish — xizmatlar jarayonini monitoring qilish va nazorat qilish uchun tibbiy axborot tizimlarini joriy etish;

3. Servis klasterlarini shakllantirish — sog'liqni saqlash, sog'lom ovqatlanish, sport va rekreatsion xizmatlarni yagona ekotizimda uyg'unlashtirish;

4. Bozor ishtirokchilari o'rtasidagi vertikal hamkorlikni kuchaytirish — klinikalar, farmatsevtika kompaniyalari, sug'urta tashkilotlari va raqamli servis provayderlari o'rtasida qiymat zanjiri asosida kooperatsiya tuzish;

5. Tibbiy xizmatlar eksportini rag'batlantirish — tibbiy turizm segmentida ixtisoslashgan xizmatlarni eksportbozorlarga moslashtirish;

6. Ijtimoiy innovatsiyalarni targ'ib etish — arzon va sifatli tibbiy xizmatlardan foydalanishni kengaytirish uchun davlat-xususiy sheriklik asosida loyihalarni qo'llab-quvvatlash.

Natijaviy yondashuvda tibbiy xizmatlar subyektlarining raqobatbardoshligini oshirish sog'liqni saqlash tizimining iqtisodiy barqarorligini ta'minlash, xizmat ko'rsatish sifatini standartlashtirish va milliy sog'lomlashtirish siyosatini ilgari surish bilan uzviy bog'liqdir. Raqobat ustunliklarini aniqlash va ular asosida resurslarni samarali taqsimlash esa kichik biznes subyektlari uchun nafaqat mavjud holatni barqarorlashtirish, balki yangi bozor segmentlariga chiqish imkonini ham beradi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Camp, R. C. (1989). Benchmarking: The search for industry best practices that lead to superior performance. ASQC Quality Press.

2. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

3. Barney, J. B. (2001). Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage. Oxford University Press.

4. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard — Measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71–79. <https://hbr.org/1992/01/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance-2>

5. Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93. <https://hbr.org/2008/01/the-five-competitive-forces-that-shape-strategy>

6. Sharma, A., Harrington, R. A., McClellan, M. B., Turakhia, M. P., Eapen, Z. J., Steinhubl, S., ... & Peterson, E. D. (2018). Using digital health technology to better generate evidence and deliver evidence-based care. *Journal of the American College of Cardiology*, 71(23), 2680–2690. <https://doi.org/10.1016/j.jacc.2018.03.523>

7. K. M. Ibodov. Restoran xizmatlari sohasi raqobatbardoshligini oshirish mexanizmlarini takomillashtirish. i.f.f.d (PhD) diss. avtoreferat: 08.00.05; 08.00.11. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, 2022.-51 b.

8. Kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini shakllantirish va raqobat ustunliklaridan samarali foydalanish (Namangan viloyati misolida). i.f.f.d (PhD) diss. avtoreferat: 08.00.15. UrDU, 2022.-51 b.

9. Ю. К. Нарметова. Соғлиқни сақлаш тизимида психологик хизмат фаолиятини ташкил этишининг ўзига хос хусусиятлари. 19.00.05 — ИЖТИМОЙ ПСИХОЛОГИЯ. PhD диссертацияси автореферати. Тошкент давлат педагогика университети, 2019-й.-51 б.

10. Hakimov Zafar Ibragimovich & Avazova Madina Abdisamiyevna. (2024). Tibbiy xizmatlar bozorini rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati. *Tadqiqotlar.uz*, 39(1), 188–193.

11. Qodirov Farrux. (2023). Aholiga tibbiy xizmatlar ko'rsatishning rivojlanishining iqtisodiy-matematik modellashtirish. *Scienceweb Academic Papers Collection*.

12. Abduraxmanova Shoxida Ravshanovna. (2024). Tibbiyot muassasalarida raqobatbardoshlikni boshqarishni takomillashtirish. *Scientific Journal of Actuarial Finance and Accounting*, 4(Maxsus son), 285–290.



# Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

**Muharrir:** Xakimov Ziyodulla Axmadovich  
**Ingliz tili muharriri:** Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich  
**Rus tili muharriri:** Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li  
**Musahhah:** Karimova Shirin Zoxid qizi  
**Sahifalovchi va dizaynerlar:** Sadikov Shoxrux Shuxratovich  
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2025-yil, noyabr, 11-son**

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: [info@marketingjournal.uz](mailto:info@marketingjournal.uz)  
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)  
Tel.: +998977838464, +998939266610  
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlararo standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**