

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

№2

2026
fevral



Milliy nashrlar

OAK: <https://oak.uz/pages/4802>

05.00.00 – Texnika fanlari

08.00.00 – Iqtisodiyot fanlar



Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

OpenAIRE

ROAD

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

BASE

Crossref

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU



ISSN: 3060-463X

РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ



muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Elektron nashr, 170 sahifa.
2026-yil, fevral

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

Shakarov Zafar G'afarovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalendar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Mahammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabek Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbonov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitdjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Botirali Roxataliyevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyetdinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.

Yusupov Maxamadamin Abduxamidovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi (DSc), professor

Kalonova Moxigul Baxritdinovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi (PhD), dotsent

Mirzayev Kulmamat Djanzakovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi (DSc), professor.

Karimova Nilufar Sadirdin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Norboyev Odil Abrayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

Mirzayev Kulmamat Djanzakovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

Karimova Nilufar Sadirdin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
- 05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
- 05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
- 05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
- 05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
- 05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
- 05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
- 05.01.07 – Matematik modellash
- 05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
- 05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
- 05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
- 05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
- 05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
- 05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
- 05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
- 05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
- 05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi
- 05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
- 05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
- 05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
- 10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
- 10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
- 08.00.01 – Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 – Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 – Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 – Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 – Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 – Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 – Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 – Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 – Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 – Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 – Marketing
- 08.00.12 – Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 – Menejment
- 08.00.14 – Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 – Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 – Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati

Ma'lumot uchun, OAK

Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-texnologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti



MUNDARIJA

RIVOJLANGAN MAMLAKATLAR BANKLARIDA RISK-MENEJMENTNING TASHKILIY MODELLARI.....	26
Madaminov Bekzod Allayarovich	
“HUDUDGAZTA’MINOT” AJ DA AMALGA OSHIRILGAN LOYIHALAR SAMARASI	32
Shukurillaev Jahongir Botir o’g’li	
HARBIY XIZMATCHI AYOLLARNING MAXSUS KIYIM SIFATIGA QO’YILADIGAN DASTLABKI TALABLARNI SHAKLLANTIRISH	37
Abduraxmanova N.D., Mirtolipova N.X., Nasirullayeva G.S.	
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРОБЛЕМЫ НЕСПЕЦИФИЧЕСКОГО ЯЗВЕННОГО КОЛИТА У ДЕТЕЙ	42
Закирова Бахора Исламовна, Каримов Достон Рустам угли	
ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ ФИСКАЛЬНЫХ И КРЕДИТНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НА РЫНКИ ВЫСОКОЛИКВИДНОЙ ПРОДУКЦИИ И ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН.....	48
Бекзод Умматов	
ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ЭКОНОМИКО-СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА.....	55
Вахидов Азизжон Саиджонович	
SUG’URTA FAOLIYATIDAGI MOLIVAVIY RISKLAR: BAHOLASH VA MINIMALLASHTIRISH STRATEGIYALARI	58
Xalikulova Shirin Utkir qizi	
“ANDIJONDONMAHSULOT” AJ MISOLIDA XARAJATLARNING STRATEGIK BOSHQARUV HISOBI: AMALIY TAHLIL VA TAKOMILLASHTIRISH TAVSIYALARI	62
Xayitboyeva Laylo Oybekovna	
XORIJIIY MAMLAKATLARNING NORASMIY IQTISODIYOT DARAJASINI PASAYTIRISHDAGI TAJIRIBASI	66
Alimardonov G’ayratjon Nuraliyevich	
XO’JALIK YURITUVCHI SUBYEKTLARDA BARQARORLIK HISOBOTLARI AUDITINI SHAKLLANTIRISH	72
Xolikov Ravshan Anvar o’g’li	
PUL - KREDIT SIYOSATINING TRANSMISSION MEXANIZMINI RIVOJLANTIRISH	76
Obidova Zilola Ikromjon qizi	
HOMILADORLIK DAVRIDA AYOLLARDA UCHRAYDIGAN GESTOZLI KATARAL GINGIVITNI KOMPLEKS DAVOLASHNI OPTIMALLASHTIRISH	81
Nomurodova Farangiz Lazizovna	
AGRAR KORXONALARDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISHDA INVESTITSIYA MEXANIZMLARINING IQTISODIY SAMARADORLIGI VA RIVOJLANTIRISH YO’NALISHLARI	87
Egamberdiyev Abdujabbor Xusanovich	
YOSHLAR TADBIRKORLIGI VA KICHIK BIZNES IQTISODIYOTINI TA’MINLASHDA INFRATUZILMALARDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	92
Mirzatov Baxtiyor Toxirovich	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATINI BAHOLASH METODOLOGIYASINING MAZMUNI VA TAMOIYILLARI	96
Mavrulov Ravshan Nematjonovich	



УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ В ПРОЕКТАХ	101
Носирова Гулираъно Абдулазиз кизи	
DAVLAT BUDJETI JARAYONIDA MONITORING VA MOLIVAVIY NAZORATNI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	107
Yax'yayeva Dilfuza Bagdatovna	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA KICHIK KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	111
Axmedov Sanjar Temur o'g'li	
RAQAMLI MOLIYA TEXNOLOGIYALARI EVOLYUTSIYASINING ISTIQBOLLI YO'NALISHLARI VA YUZAGA KELISHI MUMKIN BO'LGAN XATARLAR TAHLILI	117
Ko'chimov Jahongir Shuxrat o'g'li	
GAZ VA GAZ KONDENSATINI YIG'ISH VA TAYYORLASH TIZIMLARI UCHUN ZAMONAVIY LOYIHALASH USULLARI TAHLILI	123
Abdirazakov Akmal Ibragimovich6 Namozov Og'abek Maxmud o'g'li	
AGILE PROJECT MANAGEMENT IN THE DIGITAL ERA: STRATEGIES, FRAMEWORKS, AND BEST PRACTICES FOR SUCCESS	128
Utkirova Maftuna Murodjon qizi	
O'ZBEKISTON EKSPORTYOR KORXONALARINING YANGI BOZORLARGA CHIQUISHIDA FAOL MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISH HOLATI VA MUAMMOLARI	134
Baqoyev Sunnatillo Burxon o'g'li	
TADBIRKORLIK FAOLIYATIGA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI	139
Salaydinov Shodiyor Nizom o'g'li	
TO'QIMACHILIK SANOATIDA INVESTITSION LOYIHALARNI BOSHQARISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY JIHATLARI	144
Qurbonov Jasurbek Pozilovich	
OPTIMIZATION OF ROADSIDE AUTO CAMPING SITES (REST AREAS) ON HIGHWAYS USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE: INFRASTRUCTURE GAPS AND CORRIDOR-BASED EVIDENCE FROM UZBEKISTAN	150
Akramov Akbarjon Akmal ugli	
QURILISH KORXONALARIDA INNOVATSION MARKETING YONDASHUVLARINING AHAMIYATI	156
Aminov Abbas Mo'minboy o'g'li	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA AHOLI ISH BILAN BANDLIGI SAMARADORLIGINI IFODALOVCHI KO'RSATKICHLAR	160
Abdusaidov Akmal Abduvaliyevich	
MINTAQADA XUSUSIY TIBBIYOT MUASSASALARIDA MARKETING STRATEGIYASI	165
Yakubov Temur G'anibekovich	



MINTAQADA XUSUSIY TIBBIYOT MUASSASALARIDA MARKETING STRATEGIYASI

Yakubov Temur G'anibekovich

Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti

mustaqil izlanuvchi

E-mail: temuryakubov68@gmail.com

Orcid kod: 0009-0004-5435-5998

Annotatsiya. Mazkur ilmiy maqolada mintaqada faoliyat yuritayotgan xususiy tibbiyot muassasalarida marketing strategiyasini shakllantirish va uni takomillashtirish masalalari yoritilgan. Tadqiqotda sog'liqni saqlash tizimida xususiy sektorning o'rnini, tibbiy xizmatlar bozorida raqobat muhitining kuchayishi hamda marketing faoliyatining ahamiyati ilmiy-nazariy jihatdan tahlil qilingan. Ish jarayonida xususiy tibbiyot muassasalarida marketing strategiyasining mazmuni, asosiy yo'nalishlari va hududiy xususiyatlarni inobatga olgan holda uni amalga oshirish mexanizmlari o'rganildi. Tadqiqot metodologiyasi sifatida tahlil va sintez, taqqoslash, statistik ma'lumotlarni o'rganish, so'rovnoma hamda tizimli yondashuv usullaridan foydalanildi.

Kalit so'zlar: marketing strategiyasi, xususiy tibbiyot muassasalari, sog'liqni saqlash marketingi, tibbiy xizmatlar bozori, raqobat, iste'molchi ehtiyojlari, hududiy marketing, xizmatlar sifati, brending, raqamli marketing.

Abstract. This scientific article examines the issues of forming and improving marketing strategies in private medical institutions operating in the region. The study analyzes the role of the private sector in the healthcare system, the increasing competitive environment in the medical services market, and the importance of marketing activities from a scientific and theoretical perspective. The content, main directions, and mechanisms for implementing marketing strategies in private medical institutions, taking into account regional characteristics, were explored. The research methodology included methods of analysis and synthesis, comparison, statistical data analysis, questionnaires, and a systematic approach.

Keywords: marketing strategy, private medical institutions, healthcare marketing, medical services market, competition, consumer needs, regional marketing, service quality, branding, digital marketing.

Аннотация. Данная научная статья посвящена вопросам формирования и совершенствования маркетинговой стратегии в частных медицинских учреждениях, функционирующих в регионе. В исследовании проанализирована роль частного сектора в системе здравоохранения, усиление конкурентной среды на рынке медицинских услуг и значимость маркетинговой деятельности с научно-теоретической точки зрения. В ходе работы изучены содержание, основные направления и механизмы реализации маркетинговой стратегии в частных медицинских учреждениях с учетом региональных особенностей. В методологии исследования использованы методы анализа и синтеза, сравнения, статистического анализа данных, анкетирования и системного подхода.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, частные медицинские учреждения, маркетинг здравоохранения, рынок медицинских услуг, конкуренция, потребности потребителей, региональный маркетинг, качество обслуживания, брендинг, цифровой маркетинг.

KIRISH

Mintaqada sog'liqni saqlash tizimida amalga oshirilayotgan islohotlar natijasida xususiy tibbiyot muassasalarining o'rnini va ahamiyati sezilarli darajada oshib bormoqda. Aholiga ko'rsatilayotgan tibbiy xizmatlar sifati, tezkorligi va qulayligini ta'minlashda xususiy sektor muhim rol o'ynamoqda. Ayniqsa, mintaqaviy darajada faoliyat yuritayotgan xususiy tibbiyot muassasalari aholining sog'liqni saqlashga bo'lgan ehtiyojini qondirishda muhim bo'g'in hisoblanadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida xususiy tibbiyot muassasalari o'rtasida raqobat kuchayib borayotgan bir vaqtda samarali marketing strategiyasini ishlab chiqish va joriy etish dolzarb masalaga aylanmoqda. Marketing strategiyasi nafaqat xizmatlarni targ'ib qilish, balki iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur o'rganish, xizmatlar sifatini oshirish, brend imijini shakllantirish hamda uzoq muddatli raqobat ustunligiga erishishni ta'minlaydi¹.

Mintaqalarda faoliyat yuritayotgan xususiy klinikalarda marketing faoliyatini tizimli ravishda tashkil etish, zamonaviy marketing vositalaridan samarali foydalanish hamda iste'molchilar bilan barqaror kommunikatsiya o'rnatish masalalari dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Ayrim hollarda marketing jarayonlarining yetarli darajada integratsiyalashmaganligi hududiy imkoniyatlardan to'liq foydalanish salohiyatini cheklashi mumkin.

Shu bois, hududiy xususiyatlarni inobatga olgan holda marketing strategiyasini ishlab chiqish va uni takomillashtirish ilmiy-amaliy ahamiyatga ega. Mazkur tadqiqot ishining asosiy maqsadi mintaqada faoliyat yuritayotgan xususiy tibbiyot muassasalarida marketing strategiyasini shakllantirishning nazariy asoslarini o'rganish hamda uni amaliy jihatdan takomillashtirish bo'yicha asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Marketing strategiyasi masalalari iqtisodiyot va boshqaruv fanlarida keng o'rganilgan bo'lib, so'nggi yillarda xizmatlar sohasi, xususan sog'liqni saqlash tizimida marketing faoliyatini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Xususiy tibbiyot muassasalarining bozor sharoitida samarali faoliyat yuritishi ko'p jihatdan to'g'ri tanlangan va ilmiy asoslangan marketing strategiyasiga bog'liqdir.

Marketing nazariyasining yetakchi namoyandalari F. Kotler va K. Keller o'z tadqiqotlarida marketing strategiyasini tashkilotning uzoq muddatli maqsadlariga erishishning muhim vositasi sifatida talqin qiladilar. Ularning fikricha, marketing strategiyasi bozorni segmentlash, maqsadli auditoriyani aniqlash hamda iste'molchilar ehtiyojlarini maksimal darajada qondirishga yo'naltirilgan bo'lishi lozim. Mazkur yondashuv xususiy tibbiyot muassasalarida xizmatlar paketini shakllantirish, narx siyosatini belgilash va xizmatlar sifatini oshirishda muhim metodologik asos bo'lib xizmat qiladi².

J.J. Lamben o'zining "Strategik marketing" asarida marketing strategiyasini raqobat ustunligini yaratish vositasi sifatida izohlaydi. Muallif xizmatlar bozorida, jumladan tibbiy xizmatlar sohasida, iste'molchi ishonchi va brend imijining hal qiluvchi omil ekanligini ta'kidlaydi. Bu fikr mintaqaviy xususiy klinikalarda obro'-e'tibor va xizmatlar sifati omillariga alohida e'tibor qaratish zarurligini ko'rsatadi.

Mahalliy olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda esa xizmatlar sohasida marketing faoliyatini tashkil etish, sog'liqni saqlash tizimining iqtisodiy jihatlari va xususiy sektorni rivojlantirish masalalariga e'tibor qaratilgan. Xususan, A. Abdullayev, N. Xolmirmirzayev va D. Rasulovlarning ilmiy ishlarida O'zbekiston sharoitida marketing strategiyasini ishlab chiqishda hududiy xususiyatlar va aholining to'lov qobiliyatini hisobga olish zarurligi ta'kidlangan³.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur maqola mintaqada faoliyat yuritayotgan xususiy tibbiyot muassasalarida marketing strategiyasini shakllantirish va takomillashtirish masalalarini o'rganishga qaratilgan. Tadqiqotning nazariy-metodologik asosini marketing strategiyasi, xizmatlar marketingi va sog'liqni saqlash marketingiga oid mahalliy hamda xorijiy olimlarning ilmiy ishlari, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining sog'liqni saqlash tizimini rivojlantirishga oid farmon va qarorlari tashkil etadi.

Tadqiqot jarayonida tahlil va sintez, taqqoslash, statistik tahlil, so'rovnoma, intervyu, SWOT-tahlil hamda tizimli yondashuv usullaridan foydalanildi. Ushbu metodlar yordamida xususiy tibbiyot muassasalarining marketing faoliyati baholandi, iste'molchilarning ehtiyojlari va bozor talabi o'rganildi hamda marketing strategiyasini takomillashtirish bo'yicha xulosalar ishlab chiqildi.

Tadqiqot obyekti sifatida mintaqada faoliyat yuritayotgan xususiy tibbiyot muassasalari, tadqiqot predmeti sifatida esa ushbu muassasalarda marketing strategiyasini shakllantirish jarayoni belgilandi. Tadqiqotda rasmiy statistik ma'lumotlar, normativ-huquqiy hujjatlar hamda ilmiy manbalar axborot bazasi sifatida foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ushbu maqola doirasida mintaqada faoliyat yuritayotgan xususiy tibbiyot muassasalarida marketing strategiyasini tashkil etish holati tahlil qilindi. Statistik ma'lumotlar, so'rovnoma va intervyular asosida quyidagi asosiy natijalar aniqlandi.

- 1 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy veb-sayti – sog'liqni saqlash tizimini transformatsiya qilish bo'yicha takliflar <https://president.uz/oz/lists/view/8393>
- 2 https://herald.kokanduni.uz/index.php/public_html/article/view/1021?utm_source
- 3 Marketing strategiyasi va raqobat sharoitida uning rivojlanishi — M. Kutbitdinova & D. Matrizayeva maqolasi. Marketing strategiyasi: raqobatchilik sharoitida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirilishi



1 – xususiy tibbiyot muassasalarining aksariyatida marketing faoliyati tizimli ravishda tashkil etilmagan. Ko'plab klinikalarda alohida marketing bo'limi mavjud emas yoki marketing vazifalari boshqa bo'limlar zimmasiga yuklatilgan. Bu holat marketing strategiyasining uzoq muddatli rejalashtirilishi va izchil amalga oshirilishiga to'liq sharoit yaratmayapti.

2 – iste'molchilar o'rtasida o'tkazilgan so'rovnoma natijalari shuni ko'rsatdiki, klinikani tanlashda eng muhim omillar sifatida xizmat sifati, shifokorlar malakasi, narx siyosati hamda muassasaning obro'-e'tibori e'tirof etiladi. Reklama va tashqi marketing vositalari ikkilamchi omil sifatida baholangan bo'lsa-da, raqamli platformalardagi ijobiy fikrlar (onlayn sharhlar) muhim ahamiyat kasb etishi aniqlangan.

3 – tahlil natijalariga ko'ra, mintaqadagi xususiy tibbiyot muassasalarida raqamli marketing vositalaridan (vab-sayt, ijtimoiy tarmoqlar, onlayn ro'yxatdan o'tish tizimlari) foydalanish darajasi yetarli emas. Aksariyat klinikalarda rasmiy vab-sayt mavjud bo'lsa-da, u muntazam yangilanmaydi va interaktiv xizmatlar bilan to'liq ta'minlanmagan. Shuningdek, SWOT-tahlil natijalari xususiy tibbiyot muassasalarining kuchli tomonlari sifatida xizmatlarning tezkorligi va moslashuvchanligini, rivojlantirish imkoniyati mavjud jihatlar sifatida esa marketing strategiyasini takomillashtirish hamda mijozlar bilan aloqalarni boshqarish tizimini yanada rivojlantirish zarurligini ko'rsatdi.

Olingan natijalar marketing strategiyasi bo'yicha ilgari olib borilgan ilmiy tadqiqotlar bilan solishtirilganda, xususiy tibbiyot muassasalarida marketing faoliyatini rivojlantirish zarurati yana bir bor tasdiqlandi. Xususan, F. Kotler va K. Keller tomonidan ilgari surilgan marketing strategiyasining iste'molchiga yo'naltirilganlik tamoyillari ushbu tadqiqot natijalari bilan mos keladi. Ularning fikricha, bozor sharoitida muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun tashkilotlar iste'molchi ehtiyojlarini chuqur o'rganishi va ularga mos xizmatlar taklif etishi zarur.

Xizmatlar marketingi bo'yicha C. Grönroos hamda V. A. Zeithaml va M. J. Bitnerlarning ilmiy qarashlari tibbiy xizmatlar marketingida ishonch, xizmat sifati va bemor bilan samarali muloqot muhim o'rin tutishini ta'kidlaydi. Tadqiqot natijalari ham aynan ushbu omillar mintaqadagi xususiy klinikalarda yetakchi ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatdi.

Bundan tashqari, xorijiy tadqiqotlarda sog'liqni saqlash sohasida raqamli marketing va CRM tizimlaridan foydalanish muassasalarning raqobatbardoshligini oshirishi qayd etilgan. Tadqiqot davomida mintaqaviy xususiy tibbiyot muassasalarida ushbu zamonaviy tajribalarni kengroq joriy etish imkoniyatlari mavjudligi aniqlanib, bu yo'nalishda rivojlanish salohiyati mavjudligi asoslab berildi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur maqolada mintaqada faoliyat yuritayotgan xususiy tibbiyot muassasalarida marketing strategiyasini shakllantirish va uni takomillashtirish masalalari o'rganildi. Tadqiqot davomida marketing strategiyasining nazariy asoslari, xizmatlar marketingining o'ziga xos jihatlari hamda sog'liqni saqlash sohasida marketing faoliyatini tashkil etishning muhim omillari tizimli ravishda tahlil qilindi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, mintaqaviy xususiy tibbiyot muassasalarida marketing faoliyati ko'p hollarda yetarli darajada tizimlashtirilmagan bo'lib, marketing strategiyasi asosan qisqa muddatli va an'anaviy yondashuvlar asosida olib borilmoqda. Ko'plab muassasalarda marketing bo'limining mavjud emasligi, zamonaviy raqamli marketing vositalaridan kam foydalanilishi hamda mijozlar bilan aloqalarni boshqarish tizimining rivojlanmaganligi muhim muammolar sifatida aniqlandi.

O'tkazilgan so'rovnoma va tahlillar asosida iste'molchilar xususiy tibbiyot muassasasini tanlashda, avvalo, xizmat sifati, shifokorlar malakasi, tibbiy xizmatlarning tezkorligi, narxlarning maqbulligi hamda muassasaning obro'-e'tiboriga katta ahamiyat berishi aniqlanib, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn platformalardagi ijobiy fikrlar ham klinikani tanlash jarayonida tobora muhim omilga aylanib borayotgani kuzatildi.

Tadqiqot natijalari asosida mintaqada faoliyat yuritayotgan xususiy tibbiyot muassasalarida marketing strategiyasini takomillashtirish zarurligi ilmiy jihatdan asoslab berildi. Xususan, marketing strategiyasini hududiy xususiyatlar, aholining ehtiyojlari va to'lov qobiliyatini inobatga olgan holda ishlab chiqish, xizmatlar sifatini oshirishga qaratilgan marketing yondashuvlarini joriy etish hamda raqamli marketing vositalaridan keng foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi.

Shuningdek, xususiy tibbiyot muassasalarida brend imijini shakllantirish, mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirish va ishonchni mustahkamlash marketing strategiyasining ustuvor yo'nalishlari sifatida belgilandi. Zamonaviy CRM tizimlari va onlayn xizmatlardan foydalanish bemorlar bilan aloqalarni samarali boshqarish imkonini beradi hamda muassasaning raqobatbardoshligini oshiradi.

Umuman olganda, mintaqada xususiy tibbiyot muassasalarida marketing strategiyasini samarali tashkil etish ularning barqaror rivojlanishini ta'minlash, aholiga ko'rsatilayotgan tibbiy xizmatlar sifatini oshirish va sog'liqni saqlash tizimida xususiy sektorning rolini kuchaytirishga xizmat qiladi. Mazkur tadqiqot natijalari amaliyotda qo'llash uchun tavsiya etilib, soha mutaxassislari va tadqiqotchilar uchun ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

**FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022 – 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-sonli Farmoni. Manba: <https://test.lex.uz/ru/docs/-5841063>
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 7-dekabrda " O'zbekiston Respublikasi sog'liqni saqlash tizimini tubdan takomillashtirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5590-sonli Farmoni, <https://lex.uz/docs/-4096197>
3. Udonwo, Udem Ibanga, Bassey, Agnes Edem, Dan Akpan, "Strategic Marketing and the Growth of Private Health Centers", THE INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS & MANAGEMENT ISSN 2321–8916 www.theijbm.com
4. Tomi Barton, "12 Best Medical Marketing Strategies for 2026", Dec 16, 2025 <https://intrepy.com/12-medical-marketing-strategies-practice/>
5. Abdumalikov Sh.J., "O'zbekistonda sog'liqni saqlash marketingi strategiyalarining ayrim jihatlari", "Экономика и социум" №6(121)-1 2024 www.iupr.ru
6. Gulmuratov Sirojiddin Nuriddin o'g'li, "Teletibbiyot xizmatlarini servislashtirish va raqamlashtirish asosida tizimli yondashuv: jamoat salomatligi konsepsiyasi doirasida", Ilm-fan va innovatsiya ilmiy-amaliy konferensiyasi, in-academy.uz/index.php/si
7. Yakubov Temur G'anibekovich, "Mintaqaviy sog'liqni saqlash tizimida xususiy tibbiyot muassasalarining marketing strategiyalarini takomillashtirish yo'llari", Образование наука и инновационные идеи в мире, Выпуск журнала No-86Часть-3_февраль-2026 <https://scientific-jl.org/obr>
8. Abdumalikov Shoxjahon Jaloliddin o'g'li, "O'zbekistonda tibbiy xizmatlar bozorining raqamli marketingi strategiyalar", Management, marketing and finance international scientific journal volume 2 issue 4, DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15559663>

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Abdurahmon Qurbonov

2026. № 2

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.
Litsenziya raqami: №095310.

**Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy**





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100