

ISSN 2181-7812

TOSHKENT TIBBIYOT AKADEMIYASI
AXBOROTNOMASI

ВЕСТНИК
ТАШКЕНТСКОЙ МЕДИЦИНСКОЙ АКАДЕМИИ



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



**"BO'LAJAK SHIFOKORNING
MULOQOT KOMPETENSIYASI"**

I - xalqaro o'quv-uslubiy
konferensiyaga bag'ishlangan

MAXSUS SON

2024

TOSHKENT

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ СОҒЛИҚНИ САҚЛАШ ВАЗИРЛИГИ
ТОШКЕНТ ТИББИЁТ АКАДЕМИЯСИ

2024

2011 йилдан чиқа бошлаган

TOSHKENT TIBBIYOT AKADEMIYASI
АХВОРОТНОМАСИ



ВЕСТНИК
ТАШКЕНТСКОЙ МЕДИЦИНСКОЙ АКАДЕМИИ

СПЕЦВЫПУСК

**Материалы I международной учебно-методической конференции
«КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ
БУДУЩЕГО ВРАЧА»**

Тошкент



Выпуск набран и сверстан на компьютерном издательском комплексе

редакционно-издательского отдела Ташкентской медицинской академии

Начальник отдела: М. Н. Аслонов

Редактор русского текста: О.А. Козлова

Редактор узбекского текста: М.Г. Файзилова

Редактор английского текста: А.Х. Жураев

Компьютерная корректура: З.Т. Алюшева

Учредитель: Ташкентская медицинская академия
Издание зарегистрировано в Ташкентском Городском управлении печати и информации
Регистрационное свидетельство 02-00128

Журнал внесен в список, утвержденный приказом № 201/3 от 30 декабря 2013 года

реестром ВАК в раздел медицинских наук
Рукописи, оформленные в соответствии с прилагаемыми правилами, просим направлять по адресу: 100109, Ташкент, ул. Фароби, 2,
Главный учебный корпус ТМА,

4-й этаж, комната 444.
Контактный телефон: 214 90 64
e-mail: rio-tma@mail.ru
rio@tma.uz

Формат 60x84 1/8. Усл. печ. л. 9,75.

Гарнитура «Cambria».
Тираж 150.
Цена договорная.

Отпечатано на ризографе редакционно-издательского отдела ТМА.
100109, Ташкент, ул. Фароби, 2.

Спецвыпуск

Вестник ТМА, 2024

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор

проф. А.К. Шадманов

Заместитель главного редактора

проф. О.Р.Тешаев

Ответственный секретарь

проф. Ф.Х.Иноятова

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

акад. Аляви А.Л.

проф. Билалов Э.Н.

проф. Гадаев А.Г.

проф. Жае Вук Чои (Корея)

акад. Каримов Ш.И.

проф. Татьяна Силина (Украина)

акад. Курбанов Р.Д.

проф. Людмила Зуева (Россия)

проф. Метин Онерчи (Турция)

проф. Ми Юн (Корея)

акад. Назыров Ф.Г.

проф. Нажмутдинова Д.К.

проф. Саломова Ф.И.

проф. Саша Трескач (Германия)

проф. Шайхова Г.И.

Члены редакционного совета

проф. Акилов Ф.О. (Ташкент)

проф. Аллаева М.Д. (Ташкент)

проф. Хамдамов Б.З. (Бухара)

проф. Ирискулов Б.У. (Ташкент)

проф. Каримов М.Ш. (Ташкент)

проф. Маматкулов Б.М. (Ташкент)

проф. Охунов А.О. (Ташкент)

проф. Парпиева Н.Н. (Ташкент)

проф. Рахимбаева Г.С. (Ташкент)

проф. Хамраев А.А. (Ташкент)

проф. Холматова Б.Т. (Ташкент)

проф. Шагазатова Б.Х. (Ташкент)

*Special edition
Herald TMA, 2024*

EDITORIAL BOARD

Editor in chief

prof. A.K. Shadmanov

Deputy Chief Editor

prof. O.R. Teshayev

Responsible secretary

prof. F.Kh. Inoyatova

EDITORIAL TEAM

academician Alyavi A.L.

prof. Bilalov E.N.

prof. Gadaev A.G.

prof. Jae Wook Choi (Korea)

academician Karimov Sh.I.

prof. Tatyana Silina (Ukraine)

academician Kurbanov R.D. prof. Lyudmila
Zueva (Russia)

prof. Metin Onerc (Turkey)

prof. Mee Yeun (Korea)

prof. Najmutdinova D.K.

prof. Salomova F.I.

prof. Sascha Treskatch (Germany)

prof. Shaykhova G.I.

EDITORIAL COUNCIL

DSc. Abdullaeva R.M.

prof. Akilov F.O. (Tashkent)

prof. Allaeva M.D. (Tashkent)

prof. Khamdamov B.Z. (Bukhara)

prof. Iriskulov B.U. (Tashkent)

prof. Karimov M.Sh. (Tashkent)

prof. Mamatkulov B.M. (Tashkent)

prof. Okhunov A.A. (Tashkent)

prof. Parpieva N.N. (Tashkent)

prof. Rakhimbaeva G.S. (Tashkent)

prof. Khamraev A.A. (Tashkent)

prof. Kholmatova B.T. (Tashkent)

prof. Shagazatova B.X. (Tashkent)

Journal edited and printed in the computer of Tashkent

Medical Academy editorial department

Editorial board of Tashkent Medical Academy

Head of the department: M.N. Aslonov

Russian language editor: O.A. Kozlova

Uzbek language editor: M.G. Fayzieva

English language editor: A.X. Juraev

Corrector: Z.T. Alyusheva

Organizer: Tashkent Medical Academy

*Publication registered in editorial and information
department of Tashkent city*

Registered certificate 02-00128

*Journal approved and numbered under the order 201/3 from 30 of
December 2013 in Medical Sciences department of SUPREME ATTESTATION*

COMMISSION

COMPLETED MANUSCRIPTS PLEASE SEND following address:

*2-Farobiy street, 4 floor room 444. Administration building of TMA,
Tashkent, 100109, Tashkent, ul. Farabi, 2, TMA bosh o'quv binosi, 4-qavat,
444-xona.*

Contact number: 71-214 90 64

e-mail: rio-tma@mail.ru, rio@tma.uz

Format 60x84 1/8. Isl. printer. 1 9.75.

Listening means «Cambria».

Circulation 150.

Negotiable price

Printed in TMA editorial and publisher department risograph

2 Farobiy street, Tashkent, 100109.

СОДЕРЖАНИЕ

НОВЫЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

Абдуллаева Р.М. ЗНАЧЕНИЕ ЯЗЫКОВЫХ ДИСЦИПЛИН В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЯЗЫКОВОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩЕГО ВРАЧА	8
Аладова Л.Ю., Шукуров Б.В., Бегматов Б.Х., Раимкулова Д.Ф., Бабаджанова Ф.У. ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СРЕДИ СТУДЕНТОВ МЕДИЦИНСКИХ ИНСТИТУТОВ	15
Vabaraxitova S. V. "PSIXIATRIYA" FANINI O'QITISHDA DEONTOLOGIYA VA SHAXSLARARO MUNOSABATLAR MASALALARI	17
Voxidova N. X., Bayramova A. PEDAGOGIK MULOQOT TA'LIM SIFATIGA TA'SIR ETUVCHI OMIL EKANLIGI	20
Kaxorova M. A. THE PECULIARITY OF THE EXTENSIVE STUDY OF WORD FORMATION METHODS IN MEDICAL TERMINOLOGY	22
Мусаева Д.М. МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО И ОПЕРАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ	26
Садывакасов А.У. КОУЧИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ВУЗЕ	30
Саттаров Т.Ф. ОПТИМИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ВНЕАУДИТОРНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ	33
Sultonova K. B. PEDAGOGIK JARAYONDA PSIXOLOGIK MIKROIQLIMNI OPTIMALLASHTIRISHGA INNOVATSION YONDASHUVLAR	37
Тошходжаева П.Б., Хазратова Г. Ш. ЧЕТ ТИЛИНИ ЎҚИТИШДА МАДАНИЯТЛАРАРО МУЛОҚОТНИ СИНГДИРИШГА ОИД МЕТОДЛАР, ЁНДАШУВЛАР	39
Sharipova F. K. PSIXIATRIYA VA TIBBIY PSIXOLOGIYA KAFEDRASIDA O'QUV JARAYONIDA WEB-QUEST-INTERNET LOYIHALARINING INNOVATSION USULINI QO'LLASH	43
ОБЗОРЫ	
Khudaykulova G.K., Erallyev U.E., Djurayeva N.K. Ibragimov D.A. THE EFFECTIVENESS OF PSYCHOLOGICAL SUPPORT IN THE REHABILITATION OF PATIENTS WITH CORONAVIRUS	46
Шайхова М.И., Ганиева Д.К. ПАТРОНАЖ ХОДИМЛАРИ МУЛОҚОТ КЎНИКМАЛАРИНИНГ САМАРАДОРЛИГИНИ ЎРГАНИШ (АДАБИЁТЛАР ШАРҲИ)	51
ГИГИЕНА, САНИТАРИЯ И ЭПИДЕМИОЛОГИЯ	
Abdulhayeva M.B. TA'LIMDA DEONTOLOGIYA	58
Abdurashitova Sh.A., Muyassarova M.M. COMMUNICATION IN MARKETING RESEARCH	60
Dadabayeva G.A. HEALTHCARE SYSTEM AT INTERNATIONAL LEVEL (ISRAEL)	62
Muyassarova M.M., Abdurashitova S.A., Boltaboev S.E. THE MAIN FACTORS RELATED TO THE RELATIONSHIP BETWEEN A DOCTOR AND A PATIENT THAT AFFECT THE STATE OF WOMEN'S REPRODUCTIVE HEALTH	68
Назарова С.К. ВНЕДРЕНИЕ ПАЦИЕНТОРИЕНТИРОВАННОЙ МОДЕЛИ ОБСЛУЖИВАНИЯ БОЛЬНЫХ В ПМСР	71
Nematov A.A., Abdixatov A.A. COVID-19 TASHXISI BILAN YOTQIZILGAN BEMORLARDAGI DOIMIY SIMPTOMLARNI O'RGANISHDA SHIFOKORLAR MULOQOT QOBILYATINING AHAMIYATI	74
Турсынбекова А., Кашаганова К. Батыкова А., Даулетханова А. Студенты П22-003: КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНО ЛИЧНОСТНОМ СТАНОВЛЕНИИ СТУДЕНТОВ МЕДИКОВ	78
Уразалиева И.Р., Турсунова С.Б. НОГИРОН БОЛАЛАРГА ТИББИЙ-ИЖТИМОЙ ЁРДАМ КЎРСАТИШДА ЎРТА ТИББИЁТ ХОДИМЛАРИНИНГ ЎРНИ	78
Khudaykulova G.K., Karimbayev Sh. D. INTERPERSONAL COMMUNICATION SKILLS IN MEDICAL PRACTICE ARE THE KEY TO A FAVORABLE ENVIRONMENT FOR PATIENTS	84
Эшбаева К.У., Муассарова М.М., Абдурашитова Ш.А., Ибрагимов Д.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СЕСТРИНСКОЙ ПРАКТИКЕ	88
Эшбаева К.У., Умаров М.М., Незматова Д.М., Рахмонова Г.И., Эшбаева Н.У. КОММУНИКАТИВНЫЕ НАВЫКИ ВРАЧА И МЕДСЕСТРЫ	91

ПОМОЩЬ ПРАКТИЧЕСКОМУ ВРАЧУ	
<i>Abdurakhimova Z. K., Zubaydullaeva M.T., Karimova M.T. PRE- AND POST-TEST COUNSELING FOR HIV: MEDICAL AND ETHICAL CONSIDERATIONS</i>	96
<i>Махмудова У.Р., Нуриллоева Н.М., Кенжаев С.Р. СВЯЗЬ КОММУНИКАТИВНОГО ФОРМАТА С ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ИНФОРМИРОВАНИЯ О РИСКАХ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ</i>	98
<i>Нуритдинова Н.Б., Ярмухамедова Д.З., Шоалимова З.М. ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ ВРАЧА И ПАЦИЕНТА</i>	103
<i>Рахматуллоева Ш.Б., Муминова М.Т., Эргашев Б.М., Садилов Х.М.А., Фахриддинова Д.М. РОЛЬ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВРАЧА-ИНФЕКЦИОНИСТА: ЭФФЕКТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПАЦИЕНТАМИ И КОЛЛЕГАМИ</i>	108
Трибуна молодых	
<i>Abdurashitova Sh.A. ¹, Abduraimova L.L. ², Latipova S.A. ³ THE IMPORTANCE OF ETHICS IN THE FORMATION OF A HEALTHY LIFESTYLE AMONG STUDENTS</i>	112
<i>Абзалова Н.А. (руководитель), Гамлетова М.И. ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ В МЕДИЦИНСКОЙ КОММУНИКАЦИИ</i>	114
<i>Aytmuratova G.R., Pardayeva S.Sh. ALOHIDA UJTIMOIY ANAMIYATGA EGA KASALLIKLARDA MULOQOT QOBILYATINI OSHIRISH</i>	117
<i>Asomova N.M. TA'LIM JARAYONIDA MULOQOT KO'NIKALARINING TA'LIM SIFATIGA TA'SIRI</i>	119
<i>Ilyasova M.M., Gulloia A.A. TA'LIM JARAYONIDA MULOQOT KO'NIKALARINING TA'LIM SIFATIGA TA'SIRI</i>	124
<i>Maxkamov S.I. THE ROLE OF TELEMEDICINE FOR THE DEVELOPMENT OF PUBLIC HEALTH (REVIEW)</i>	124
<i>Saloni S.M., Tulyaganova D.S. (supervisor) PECULIARITIES OF COMMUNICATION BETWEEN MEDICAL STAFF AND PARENTS OF CHILDREN WITH HEART FAILURE.</i>	127
ТЕЗИСЫ	
<i>Abdurashitova Sh.A. ¹, Abduraimova L.L. ², Latipova S.A. ³ THE IMPORTANCE OF ETHICS IN THE FORMATION OF A HEALTHY LIFESTYLE AMONG STUDENTS.</i>	133
<i>Асадов А.М., Гарин Д.К., Асадов М.М. УЛУЧШЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ НАВЫКОВ ПРИ ОТДЕЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЗНАЧИМЫХ ЗАБОЛЕВАНИЯХ</i>	134
<i>Асадов А.М., Гарин Д.К., Асадов М.М. УЛУЧШЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ НАВЫКОВ ПРИ ОТДЕЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЗНАЧИМЫХ ЗАБОЛЕВАНИЯХ.</i>	135
<i>Асадова Г.А. КОММУНИКАТИВНЫЕ НАВЫКИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА СОВРЕМЕННОГО ВРАЧА</i>	135
<i>Akhmadjonov U.A., Qosimova Z.M. THE IMPACT OF INTERPERSONAL RELATIONS ON THE TEACHING OF OTORINOLARINGOLOGY</i>	136
<i>Akhmatov B.Kh., Palvanova M.S. PRINCIPLES OF COMMUNICATION WITH PATIENTS WITH PSYCHOSIS AFTER AN EMERGENCY CAESAREAN SECTION</i>	136
<i>Ashiraliev I.I., Umarova M.P. PRINCIPLES OF SPEECH EXAMINATION AND CEREBELLAR COGNITIVE AFFECTIVE SYNDROME IN CEREBELLAR ATAXIC PATIENTS</i>	137
<i>Ашуров С.Р. ВЛИЯНИЕ КОММУНИКАЦИИ НА ОБУЧЕНИЕ: СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ В МЕДИЦИНСКОМ ОБРАЗОВАНИИ</i>	137
<i>Wahi N. - Student (4 course) THE ROLE OF PATIENT-CENTERED CARE IN IMPROVING TREATMENT PLAN ADHERENCE AND HEALTH OUTCOMES</i>	138
<i>Джалилова Г.А., Расулова Н.Ф., Мухамедова Н.С. ИННОВАЦИЯ - ТАЪЛИМ ТАРАҚИЎИ ЙЎЛИНИ БОШ МЕЗОНИ</i>	139
<i>Dilmurodova O.B. TIBBIYOT DEONTOLOGIYASI VA UNING ANAMIYATI</i>	139
<i>Ибрагимов Т.Т. АКТУАЛЬНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ НАВЫКОВ БУДУЩИХ ВРАЧЕЙ</i>	140
<i>Ilyasova M.M. VO'LAJAK SHIFOKORLARDA KOMMUNIKATIV KOMPETENTLIKNI SHAKLLANTIRISHGA PEDAGOGIK YONDASHUV</i>	140
<i>Искандарова Ш.Т., Шорустамова М.М. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПРОФИЛАКТИКИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ</i>	141
<i>Искандарова Ш.Т., Аминова А.А. МАХСУС МАКТАБЛАРДАГИ ИМКОНЯТИ ЧЕКЛАНГАН БОЛАЛАРДА ЭКОЛОГИК ТАЪЛИМ-ТАРБИЯ МАСЛАЛАРИ</i>	142

Кадырова З.А. Акрамова Н.А. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ВРАЧА	142
Kurbanova Sh.N. PEDAGOG FAOLIYATIDA MULOQOT BOSQICHLARI	143
Маматкулов Б.М., Уразалиева И.Р., Абдикулова М.К., Акимбекова А.И. ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА ПАТРОНАЖНЫХ МЕДСЕСТЕР СЕМЕЙНЫХ ПОЛИКЛИНИК	144
Маматкулов Б.М., Уразалиева И.Р., Абдикулова М.К., Акимбекова А.И. ИНТЕГРИРОВАННАЯ ОЦЕНКА РИСКА РАЗВИТИЯ ЗАБОЛЕВАНИЙ ПАТРОНАЖНЫХ МЕДИЦИНСКИХ СЕСТЕР	144
Махмудова У.Р., Миновархужаев Р.Р. ВЛИЯНИЕ МЕДИЦИНСКОЙ ГРАМОТНОСТИ НА ЛЕЧЕНИЕ И КОНТРОЛЬ ГИПЕРТОНИИ У ВЗРОСЛЫХ	145
Махмудова У.Р., Нуритдинова Н.Б. РОЛЬ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ОБЩЕНИЯ ПРИ ПРОФИЛАКТИКЕ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ	145
Matsiyevskaya L.L., Kemelova G.S., Semenikhina P.S., Nikolaidou M. THE FORMATION OF MEDICAL PROFESSIONALISM IN MEDICAL UNIVERSITY STUDENTS	146
Машарифов Х.Ш., Мадримова А.Г. ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ И ИХ РЕШЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	146
Мирдадаева Д.Д. ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ СРЕДНИХ МЕДИЦИНСКИХ СЕСТЕР В КЛИНИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ	147
Мустанов А.Ю., Матназарова Г.С. ТИББИЁТДА ДЕОНТОЛОГИЯ ВА ШАХСЛАРАРО МУНОСАБАТЛАРНИНГ АҲМИЯТИ	148
Мухамедова Н.С., Махматкулов Ш.Б. ЗАМОНАВИЙ ТАЪЛИМ МЕЗОНИ ВА ПЕДАГОГИК ИННОВАЦИЯ	148
Muyassarova M.M., Boltaboyev S.E. INNOVATIONS IN HEALTHCARE MANAGEMENT	149
Muyassarova M.M., Eshbayeva K.U., Boltaboyev S.E. THE INFLUENCE OF COMMUNICATION SKILLS IN THE EDUCATIONAL PROCESS ON THE QUALITY OF LEARNING	150
Одилова М.А. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВРАЧА	151
Raimkulova Z.I. BIOFIZIKA FANINI O'QITISHDA ZAMONAVIY YONDASHUVLAR	151
Расулова Н.Ф., Аминова А.А. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ КАК ОДНО ИЗ СРЕДСТВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА	152
Расулова Н.Ф., Азаматова Ф. А. ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИДА ЮҚОРИ МАЛАКАЛИ КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШДА ХАЛҚАРО ХАМКОРЛИК АЛОКАЛАРИНИНГ ЎРНИ	152
Raximjonov S.I. OITS BILAN KASALLANGAN BEMORLARDA UCHRAYDIGAN DEONTOLOGIYA MUAMMOLARINI BARTARAF ETISH CHORA TADBIRLARI	153
Raxmatjonova R.R., Irtukhamedov T.B. EFFICIENCY OF PERSPECTIVE USAGE OF PSYCHOMOTOR THERAPY IN PSYCHIATRIC PRACTICE	153
Рахматуллаева А.Ш. Абдурахимова Л.А. ВЗГЛЯД СТУДЕНТА: РОЛЬ ПРОБЛЕМНЫХ СИТУАЦИЙ В ОБУЧЕНИИ КЛИНИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН	154
Anastassia Rodina-Theocharaki, Maria Nikolaidou, Joals E. Symons, Panagiotis Bamidis MANAGEMENT AND IMPLEMENTATION OF THE ERASMUS+ PROJECT FOR21 FOCUSED ON ENHANCING PATIENT-CENTERED COMMUNICATION AT FUTURE MEDICAL DOCTORS	154
Сайпиллаева Ш.М. МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ НАВЫКИ В МЕДИЦИНСКОЙ ПРАКТИКЕ – ЗАЛОГ БЛАГОПРИЯТНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ПАЦИЕНТОВ	155
Salimova M.R., Razikova A.A., Ibragimov D. COMPETENCIES OF A MODERN DOCTOR	155
Саттарова З.Р. ЭТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ МЕДИЦИНСКИХ СЕСТЕР В ПРАКТИЧЕСКОМ ЗДРАВООХРАНЕНИИ	156
Tashxodjayeva P.B. ENHANCING COMMUNICATIVE COMPETENCE THROUGH CASE STUDIES	156
Tulyaganova D.S., Makhmudjonova K.K. PRINCIPLES OF COMMUNICATION WITH PARENTS OF DISABLED CHILDREN	156
Уразалиева И.Р., Абдикулова М.К., Акимбекова А.И. ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАТРОНАЖНЫХ МЕДСЕСТЕР: УЧЁТ ЗАТРАТ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ	157
Уринова (Арабова) Э.Э. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ УМЕНИЯ И МАНИПУЛЯЦИИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ДЕТСКОЙ ИНФЕКЦИИ	158
Usmonova Y.Sh., Nurallyeva N.B. SAMARQAND O'QUVCHILARNING KO'Z KASALLIKLARI XAVF OMILLARI BO'YICHA BILIMINI ANIQLASH	158

Ҳаримов С.А, Салимова М.Р, Разинова А.А. БЎЛАЖАК ШИФОКОРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШДА ВРАЧ ФАОЛИЯТИНИНГ ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИ ФАНИНИНГ ЎҚИТИЛИШИНИ АҲАМИЯТИ	160
Khudaykulova G.K., Muyassarova M.M., Boltaboyev S.E., Ibragimov D.A. GENERAL ISSUES OF DEONTOLOGY AND INTERPERSONAL RELATIONS IN MEDICINE	161
Khudaykulova G.K., Karimbayev Sh.D., Muyassarova M.M., Abdurashitova Sh.A., Eshbayeva K.U., Boltaboyev S.E. COMMUNICATION SKILLS OF HEALTHCARE PROVIDERS AS AN INDICATOR OF THE QUALITY OF MEDICAL CARE	163
Худойкулова Г., Эшбаева К.У., Мухассарова М.М., Абдурашитова Ш.А. ДЕОНТОЛОГИЯ, ШАХСЛАРАРО МУЛОҚОТ	164
Das Sharodiya, Abdurakhimova Z.Q. EXPLORING COMMUNICATION DYNAMICS BETWEEN WOMEN AND GYNECOLOGISTS: UNDERSTANDING BARRIERS, PREFERENCES, AND HEALTHCARE BEHAVIORS	164
Эшдавлатов Б.М. ПРОФИЛАКТИКА УТОМЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ ВО ВРЕМЯ УЧЕБНОГО ГОДА	165
Эшонкулова Д., Камилова Ж.Э. EMU UNIVERSITY ТАЛАБАЛАРИ ОРАСИДА БЕМОР БИЛАН МУЛОҚОТ ПСИХОЛОГИЯСИ	165
Юлдошмуродов Д.Ш. ЗНАНИЯ, ОТНОШЕНИЕ И ПОТРЕБНОСТИ В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ И ПРАКТИКОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ РЕЧЕВОЙ ПАТОЛОГИЕЙ, В ОБЛАСТИ ДЕМЕНЦИИ: ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ	166

COMMUNICATION IN MARKETING RESEARCH

Abdurashitova Sh.A., Muyassarova M.M.

MARKETING TADQIQOTLARIDA KOMMUNIKASIYA

Abdurashitova Sh.A., Muyassarova M.M.

КОММУНИКАЦИЯ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Абдурашитова Ш.А., Муюсарова М.М.

Tashkent Medical Academy

Ushbu maqolaning mavzusi hozirgi vaqtda dolzarbdir, chunki so'rovlar hozirda marketing ma'lumotlarini yig'ishning juda mashhur usuli hisoblanadi va so'rov davomida olingan ma'lumotlar bizga marketing qarorlarini qabul qilish bilan bog'liq noaniqlik darajasini kamaytirishga imkon beradi.

Kalit so'zlar: *so'rovnomalar, marketing tadqiqotlari, savollar, so'rovnomaning tarkibiy rejas, bozor.*

Тема данной статьи актуальна в настоящее время, т. к. опросы в настоящее время являются очень популярным методом сбора маркетинговой информации, а данные, полученные в ходе опросов, позволяют снизить степень неопределенности, связанной с принятием маркетинговых решений.

Ключевые слова: *анкета, маркетинговое исследование, вопросы, структурный план анкеты, рынок.*

A demand is a people's need for something that helps them maintain their vital functions and develop as a person. In marketing, which is designed to satisfy people's needs, research is of great importance, since in market conditions those firms and organizations that know these needs better than others and produce goods that can satisfy them get an advantage. But the market is constantly changing, people's needs also change under the influence of various factors, therefore, in order to make a profit, organizations must constantly monitor market conditions. It is with the help of marketing research that firms can track changes in customer needs.

Marketing research is any research activity that meets the needs of marketing. Currently, the most popular method of collecting primary data is the survey method. A survey is a very effective way to obtain universal information about the facts of people's life (both objective), and about the motives of activity, opinions, assessments and value orientations (as well as subjective). A questionnaire survey is one of the main types of survey, which involves a strictly fixed procedure for constructing a questionnaire. Questions in the questionnaire must be clearly formulated, understandable to the respondent, and also contain a list of answer options. The peculiarity of a questionnaire survey is that the respondent independently works with the questionnaire, that is, he understands, thinks about and answers the question in accordance with his knowledge, beliefs, and value orientations. A questionnaire is a system of questions aimed at identifying the characteristics of an object or subject of research.

When developing a questionnaire, one should be guided by the fundamental principles of their composition, which can significantly contribute to the quality of the survey. Structurally, the questionnaire should consist of four parts:

- *introductory* – where a respectful attitude towards the respondents is expressed and it is indicated who is conducting the survey; for what purpose; instructions for filling out the questionnaire;

- *contact* – where questions are located that aim to interest the respondent and introduce them to the range of problems being studied;

- *control* – with questions to ensure the accuracy of the data.

- *final* – with questions that relieve respondents' psychological stress, allowing to identify their socio-demographic characteristics (gender, age, place of residence, social status, education, income level, etc.), and ends with words of gratitude to the respondent for participating in the survey.

The wording of the survey questions should be simple, clear, unambiguous and neutral. In the questionnaire, they should move from simple to complex, from general to special, from neutral to subtle.

Questions should not contain double negatives (for example, "Don't you think that you should not"). Particular attention should be paid to ensuring that the main and control questions do not follow each other, since most people answer the next question, being impressed by the content and answer to the previous one. Questions should not contain the words "often", "very often", "many", "few", "rarely", etc., since the quantitative perception of these concepts by different people is far from unambiguous. The number of questions in the questionnaire should not be too large (usually they try to limit themselves to 1-15 questions).

Because the longer the questionnaire, the more likely it is to be rejected. The questions included in the questionnaires are open and closed. Open questions give you the right to formulate your own answers. This circumstance, although it makes processing the survey results more difficult, in some cases can offer an unexpected solution to the problem being studied and thus compensate for the costs. Closed questions offer the respondent a set of possible answers.

Sources of errors during research can be:

- *incorrect choice of mathematical method of analysis* (methods of mathematical statistics, technical and economic analysis, operation research);

- *subjectivity of respondents' answers* (they answer not what actually is, but what is expected of them);

- *distortion of information during its transmission* (different interpretation of concepts);

-*incorrect or biased* formulation of questions and questionnaires;

- *varying degrees* of integrity and objectivity of researchers and respondents;

- *respondents* with a certain typical nature of answers;

- *differences* in the quality of answers for different categories of respondents;

- *Lack of time* for research.

The market in which the test is carried out must be representative in terms of the structure of the population and its needs, the characteristics of trading organizations, the state of competition, the influence of the media and so long as to take into account repeat purchases, and optimally until they stabilize, which will make it possible to predict market share.

Literature

1. Kim S.A. Marketing: Textbook / S.A. Kim – Dashkov I.K., 2015-258

2. Zhukov B.M., Romanov A.A., Basenko V.P. Marketing: Textbook B.M. Zhukov - Dashkov I.K., 2014 -440.

3. Abaev A.L. Marketing in industries and fields of activity: Textbook for bachelors, 3rd ed., revised / Abaev A.L., Aleksunin V.A., Gurieva M.T. Ed. Abaeva A.L., Aleksunina V.A. - M.: Dashkov and K, 2021. - 433 p.

4. Abaev A.L. Advertising of social projects: methodological manual / A. L. Abaev, G. G. Velskaya, A. G. Zhilyaev [et al.]; under general ed. G.G. Velskoy. - 3rd ed. - M.: Dashkov i K, 2022. - 94 p.

5. R.E., Meshkov P.Ya. Elections. Election campaign management. - St. Petersburg: Peter, 2022. - 496 p.

6. Adizes I. Management in a crisis: How to survive and become stronger. - M.: Alpina Publisher, 2021. - 158 p.

7. Akulich M.V. Internet marketing: Textbook for bachelors, 2nd ed., revised - M.: Dashkov i K, 2021. - 346 p.

8. Achkasova V.A. Public relations as social engineering: a textbook for universities / V. A. Achkasova [et al.]; edited by V. A. Achkasova, L. V. Volodina. - 2nd ed., rev. and additional - M.: Yurayt, 2021. - 351 p.

COMMUNICATION IN MARKETING RESEARCH

Abdurashitova Sh.A., Muyassarova M.M.

The topic of this article is relevant at the present time, because Surveys are currently a very popular method of collecting marketing information, and the data obtained during the survey allows us to reduce the degree of uncertainty associated with making marketing decisions.

Key words: *questionnaire, marketing research, questions, structural plan of the questionnaire, market.*



