

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ДЛЯ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ

**Бердимуратов Даврон Усмонович, магистр 2 курса
по направлению Управления здравоохранением и общественное
здоровье**

**Научный руководитель: т.ф.н. доцент Расулова Н.Ф.
ТашПМИ, кафедра Общественного здоровья и управления
здравоохранением**

Актуальность. В процессе реформирования отношений в здравоохранении происходит разгосударствление медицинских учреждений, и приватизация ведут к тому, что лечебным учреждениям приходится вести свою деятельность в условиях рынка медицинских услуг. Сокращаются объемы финансирования за счёт средств государственного бюджета. Всё это сказывается на экономическом положении лечебных учреждений не с лучшей стороны. В большинстве случаев лечебно-профилактические учреждения предоставлены сами себе, и далеко не всем удастся выжить, или перейти на самофинансирование полностью, многие медицинские учреждения поликлиники, стационары, медико-санитарные части не смогли адаптироваться к рыночным отношениям и нуждаются в дополнительной финансовой поддержке и вливаний государственного бюджета. Поэтому в новых рыночных условиях для обеспечения выживаемости медицинские учреждения переходят к новому механизму хозяйствования, при котором немалое значение занимает маркетинг.

Цель исследования. Изучить постановку дел в области развития интернет- рекламы в частных медицинских учреждениях Республики Узбекистан и разработать рекомендации по ее совершенствованию. Разработать рекомендации по совершенствованию и развитию рекламной деятельности для частных медицинских учреждений с использованием интернет-пространства в Республике Узбекистана.

Материалы и методы исследования. Основными методами исследования были: изучение литературных источников по теме; санитарно-статистические анализы; социологические исследования; анкетирование. Материалом исследования в данной работе послужила интернет-реклама в медицинских учреждениях. Для чего было составлено анкетирование и проведено среди персонала частных медицинских клиник на предмет определения эффективности интернет-рекламы. Общее количество медицинских учреждений, в которых проводилось анкетирование, составило 9 (0%) частных медицинских клиник города Ташкента и 2 маркетинговые компании предоставляющие свои услуги в области интернет-рекламы для медицинских учреждений. Количество респондентов, которые приняли участие в анкетировании, составило 43 человека. Возраст респондентов распределился практически с одинаковой частотой (30%) в трех возрастных группах кроме возрастной группы старше 60 лет, которая составила (10%). Средний возраст респондентов составил 43 года. 23 респондента (53%) среди опрошенных были мужчины и 20 (47%) женщины

Выводы. По данным исследования *Adex 2011*, охватывающего 26 стран, одной из самых эффективных методов рекламы на сегодняшний день, становится реклама в интернете. Европейский рынок интернет - рекламы в 2011 г. вырос на 14,4%, и его общий объем составляет 20,9 млрд. евро (для сравнения: совокупный объем интернет-рынка США составляет 24,5 млрд. евро). Доля интернет-рекламы в общем рекламном бюджете Европы также увеличивается и в 2012 г. составила уже 21,8%. При этом наибольшие инвестиции в Интернет направляют рекламодатели Великобритании (около 5,5 млрд. евро), далее идут Германия, Франция, Италия, Нидерланды. Результаты нашего исследования показали, что наиболее часто используемая реклама в медицинских учреждениях — это баннерная реклама 93%. Интернет реклама также становится

популярной, однако ее использование отметили лишь 51%, не смотря на то что 90.6% респондентов считают ее наиболее эффективной 81% руководителей медицинских учреждений не обращаются за помощью в проведении рекламы в профессиональные рекламные агентства, считая, что в этом нет необходимости, таким образом, рекламой медицинских услуг не всегда занимаются профессионалы своего дела, и она осуществляется интуитивно без учета анализа потребностей потребителя. Проведение рекламной деятельности в медицинском учреждении в 72% случаев возлагается на директора клиники, зачастую не имеющего специального экономического образования.

Список литературы:

1. Маджидова, Ё. Н., Д. Д. Усманова, and Ж. М. Байтурсунова. "Динамика проявлений хронической ишемии мозга в процессе лечения цитофлавином." Журнал неврологии и психиатрии им. СС Корсакова 112.9 (2012): 57-62.
2. Расулова, Хуршидахон Абдубориевна, and Рано Баходировна Азизова. "Естественные нейротропные аутоантитела в сыворотке крови больных, страдающих эпилепсией." Вестник Российской академии медицинских наук 69.5-6 (2014): 111-116.