

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

Олий таълимнинг
340000- «Бизнес ва бошқарув» соҳаси
5А340301- «Маркетинг» (Ташқи иқтисодий фаолият)
мутахассислиги талабалари учун

ТАШҚИ ИҚТИСОДИЙ ФАОЛИЯТ
кафедраси

«Ташқи иқтисодий фаолиятда коммуникациялар тизими»
фани бўйича

МАЪРУЗАЛАР МАТНИ

Тошкент 2009

«ТАСДИҚЛАЙМАН»
ТДИУ Магистратура Кенгашида кўриб
чиқилган ва тасдиқланган

Кенгаш раиси _____ Ҳакимов Р.
« ___ » _____ 2009 й.

«МАЪҚУЛЛАНГАН»
«Халқаро иқтисодий муносабатлар» факультети
Илмий кенгашида муҳокама қилинган ва маъқулланган
Кенгаш раиси _____ доц. Д.Набиев
« ___ » _____ 2009й

«Тавсия этилган»
«ТИФ»
кафедраси мудири _____ и.ф.д. проф. Ё.К.қориева
Баённома № _____ « ___ » _____ 2009йил

Такризчилар: проф. Шермухамедов А.Т.

проф. Азизов К.Х. ТАЙИ
«Ҳаракат хавфсизлигини
ташқил этиш» кафедра
мудири

Тузувчи: и.ф.д. проф. қориева Ё.К.

КИРИШ

Ривожланган мамлакатлар тажрибасидан маълумки, мамлакатни дунё ҳамжамиятига кириш ва у билан боғлиқ ахборотлар алмашувини коммуникацияларсиз тасаввур қилиб бўлмайди, негаки ахборот алмашувининг бажарилиши янги глобал ахборот тизими ва коммуникациялар асосидагина амалга оширилади.

Ушбу маърузалар матни транспорт ва телекоммуникациялар тарихи ва улар тўғрисидаги маълумотларни жаҳон амалиёти билан боғлаган ҳолда, шунингдек Ўзбекситоннинг янги ахборот технологиялари ва интернет тизимига киришининг ўзига хос хусусиялари каби материалларни ўз ичига қамраб олади.

Бундан ташқари маъруза матнида коммуникацияларга бўлган талабни ўрганишда маркетинг, электрон савдони амалга ошириш, телекоммуникация ва ахборотлар логистикаси каби янги маълумотлар киритилган.

Шунингдек маъруза матнида ахборотлар хавфсизлигини таъминлаш, рисклар мониторинги, телекоммуникацияларни қўллаш ва ривожлантиришда либераллаштириш даражасининг ҳисоб — китобини амалга ошириш, статистик маълумотлар тизимини шакллантиришда коммуникацияларнинг роли тўғрисида аниқ ёритиб берилган.

Мавзу — 1. «Коммуникациялар тизими» предмети, мазмуни ва вазифалари.

- 1.Фаннинг мазмуни ва вазифалари;
- 2.Фаннинг вазифалари;
- 3.Фаннинг бошқа фанлар билан алоқадорлиги.
- 4.Коммуникацияларнинг глобаллашув жараёндаги роли.

Таянч иборалар:

Телекоммуникация, глобал ахборот технологиялари; Интернет; ахборот тизими; компьютерлаштириш; коммуникация; уяли телефон; инфратузилма; электрон савдо; глобаллашув.интеграциялашув жараёнлари.

Инсоният фаолиятининг барча соҳаларда глобаллашуви ахборотлар алмашуви ва компьютерлаштиришининг дунё тенденцияси билан ҳамоҳанг равишда амалга оширилади.

Ўзбекистон Республикасининг тармоқлараро мувофиқлаштириш кенгашининг мажлисида кўрилган умумий масалаларни ҳал этишда ўта муҳим ҳисобланган телекоммуникацияларни тез ривожлантиришга, асосий диққат— юлтиборни қаратилди. Миллий ахборот тизимини шакллантириш, Интернет тизимига ва бошқа глобал ахборот тизимларига ва технологияларига, мамлакат салоҳиятини ХХІ асрда ўсишини таъминловчи омил сифатида қараш лозимлигини уқтирди.(2)

Шу муносабат билан ўқув фанининг мақсад ва вазифалари юзага келади.

Ўқув фанининг асосий мақсадлари қуйидагилар:

— мамлакат иқтисодиётида, халқаро иқтисодий фаолиятда ва муносабатларда ахборот тизими ва телекоммуникацияларнинг аҳамияти, роли ва самарадорлиги билан талабаларни таништириш;

—телекоммуникация ва ахборот тизими борасида жаҳон тажрибасини ўрганиш;

мамлакатимиздаги ахборот тизимининг аҳолини ўрганиш;

миллий ахборот тизимини яратиш муаммоларини таҳлил этиб уни ривожлантириш кўникмаларини ҳосил қилиш ва бу билимларни халқаро иқтисодий фаолиятда тадбиқ этиш имкониятларини ўрганиш.

Фаннинг асосий вазифалари

жамиятни, иқтисодий, ташқи иқтисодий фаолиятни, ахборот технологиялари ва телекоммуникацияларни. Ўзбекистон дунё ахборот тизимига кириши масалаларининг тадқиқоти;

-телекоммуникация ва ахборот технологиялари

классификациясининг тизимини амалга ошириш;

«Интернет» тизими ва глобал ахборот тизимига кириш муаммоларини ҳамда уларнинг ечимларини излаш;

Ўзбекистоннинг Миллий ахборот тизимини шакллантириш принципларини тадқиқот этиш ;

Ахборот тизими фаолиятини таҳлил қилиш, уни бошқариш ва такомиллаштириш кўникмаларини талабаларда ҳосил қилиш;

Телекоммуникация ва ахборот тизимини, Интернет тизими ва бошқа, глобал тизимлардан фойдаланишнинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш кўникмаларини талабаларда пайдо қилиш.

Бакалавр кўйидагилар тугрисида тушунчага эга бўлиши лозим:

-телекоммуникация, ахборот технологиялари, иқтисодий ва халқаро фаолиятнинг ўзаро манфиқий алоқаси;

ахборот технологиялари турлари афзалликлари ва қўлланиш кўлами;

жаҳоннинг илғор давлатларида ахборот тизимининг ривожланиш дажаси ва уларни Ўзбекистон шароитида қўллаш имкониятлари;

Интернет тизимида ва бошқа глобал ахборот технологиялар; алоқа турлари уларга бўлган талабни аниқлаш ва улардан фойдаланиш имкониятлари; телекоммуникация ва ахборот технологияларига бўлган талабни бошқариш усуллари; коммуникацияларни ривожлантиришнинг иқтисодий манбалари; давлат бошқарувининг ахборот таъминоти тизими; Миллий ахборот инфратузилмасини яратишнинг концепцияси; халқаро электрон савдони амалга ошириш усуллари; телекоммуникация ва ахборот технологияларининг логистик тармогини ташкил этиш; ахборотлар технологияси ва алоқа тизимининг самарадорлиги ва бошқалар.

Халқаро иқтисодий фаолиятда телекоммуникация ва ахборот тизими курсиёти ижтимоий, иқтисодий, табиий ва техника фанлари билан узвий боғлиқдир.

Халқаро алоқаларни йўлга қўйиш, иқтисодий фаолиятни амалга ошириш, телекоммуникация, алоқа воситалари, ахборот технологиялари, статистик маълумотлар тизимини шакллантириш, ушбу технологиялардан фойдаланиш даражасини аниқлаш ва

бошқариш факатгина иктисодиётга ва техникага оид билимлар асосида амалга оширилиши мумкин.

Агарда ахборот технологияларининг корхона, ташкилот ва давлатнинг ички ва хорижий фаолиятида кўлланилиши, бошқарилиши ва самарадорлик чегараларини аниклаш, урганиш, таҳлил атиш ва биринчи навбатда математика, физика, маркетинг, менжмент тўғрисида билимлар. Ўзбекистон Республикаси Қонунлари, савдо-иқтисод туғрисидаги меъёрий ҳужжатлари, халқаро бтимлари ва бошқаларни билиш керак бўлади.

«Халқаро иқтисодий фаолиятда телекоммуникация ва ахборот тизими» фани ўқув режасида кўзда тутилган барча фанлар билан, энг асосан: «Маркетинг ва бошқарув», «Ташкилотларнинг халқаро иқтисодий фаолияти», «Маркетингда бизнес режелаштириш», «Товар бозорининг инфратузилмаси», «Халқаро иқтисодий фаолиятда транспорт таъминоти». «Статистика» фанлари билан бевосита боғлиқдир.

«Халқаро иқтисодий фаолиятда телекоммуникация ва ахборот тизими» фанини ўқитишда муаммовий дарслар, очик дарслар янги технологиялари», «Электрон савдо» янги технологияси, «Интернет» тизими, компьютер техникаси, глобал ахборот технологиялари, ЮНИДО нинг дастур таъминоти ва унинг электрон версияси GOMFAR III Expert, дарсларни ўтишнинг фаол услубиёти, думалоқ стол устида дарслар, "аклий хужум", бизнес жараёнларнинг реинжениринги, логистика ва бошқалар.

Телекоммуникацияни, янги ахборотлар технологиясини кўллаш-корхона, ташкилот ва давлат идоралари фаолиятини ташкил этиш, бошқариш, мувофиқлаштириш статистик ахборотларни жамлаш ва таҳлил этиш, ҳамда улар бўйича хулосалар, чиқариш бўйича билимларли ўзлаштиришни осонлаштиради ва ■интенсивлаштиради, қоғоз сарфини кескин камайтиради, адабиётлардан электрон версиялар орқали кенг фойдаланиш имконияти пайдо бўлади.

Ахборот тизимларига бўлган бозор конъюктурасини таҳлил килиш ва бошқарувда энг оптимал ечимларни топишни таъминлайди. Курсиётни ўқитишни бошлаш гуманитар, ижтимоий, иқтисодий ва табиий фанларни ўқитишдан сўнг бўлиши лозим. Ушбу фанни ўзлаштиришни яхшилашга қўйидаги курсиётларни фаол ўрганиш ёрдам беради:

«Ташкилотларнинг халқаро иқтисодий фаолияти», «Статистика», «Менежмент ва ракобат», «Логистика», «Хисоблаш техникаси», «Халқаро иқтисодий фаолиятда транспорт», таъминоти ва бошқалар.

Фанни ўрганиш миллий ва хорижий муаллифларнинг асарларини чуқур ўрганиш, рефератлар ёзиш, мустақил таҳлиллар,

семинар ва конференцияларда маърузалар қилиш, илмий мақолалар ёзиш билан қўшиб олиб борилиши лозим.

Назорат учун саволлар.

- 1.Ташқи иқтисодий фаолиятда телекоммуникация ва ахборот тизими» фанининг олий ўқув юртлари ўқув дастурларига киритилишининг сабаби нимада?
- 2.Фаннинг вазифалари нималардан иборат?
- 3.Фанни ўрганиш талабаларда қандай кўникмаларни ҳосил қилади?
- 4.Фанни ўрганиш учун бошқа қайси фанларни яхши ўзлаштириш лозим?
- 5.Ушбу фандан олган билимлар корхона, ташкилот ва фирмалар фаолиятини яхшилашга қандай таъсир кўрсатади?
- б.Фанни мукамал ўрганиш учун қайси адабиётлардан фойдаланиш мумкин?

Изоҳли луғат:

Ахборот технологияси— ахборотга ишлов бериш, узатиш, излаш, сақлаш ҳамда йиғишнинг усули — услублари тизими.

Янги ахборот технологияси — компьютерни тадбиқ қилишга асосланган технология.

Иқтисодий ахборотлар(ИА) — режавий, башоратли, меъёрий, технологик лойиҳалашларга оид маълумотлар.

Маълумотлар базаси— муайян соҳадаги масалаларни аниқ қоида бўйича ечиш учун зарурий маълумотлар тўплами.

Семантик таҳлил—ахборотнинг алоҳида унсурлари мазмунини тафаккур (фикрий) нуқтаи — назаридан ўрганишдир.

Прогматик таҳлил— бошқарув учун фойдаланилган ахборотларни аниқлаш.

Коммуникация- лотинча «communication» боғланаман демакдир.

Глобал— турли давлатларнинг ягона ахборот макони яратиш бўйича қилаётган конструктив ишларига кўмак беради.

Мавзу—2. Телекоммуникацияларнинг таърифи ва классификацияси

1. Телекоммуникация ва ахборот технологияларининг ривожланиш йўналишлари.
2. Телекоммуникацияларнинг тарифи.
3. Ахборот технологияларининг классификацияси
4. Телекоммуникация ва ахборот технологияларини ривожлантиришга қўйиладиган талаблар.

Охирги пайтларда инсон фаолиятининг барча сахаларига, жумладан, иқтисодий жараёнларни бошқариш соҳасига ҳам шахсий компьютерлар босқичма—босқич кириб келди. Ҳозирги пайтга келиб, компьютерлаштириш ўзининг янги поғонасига кўтарилиб, кейинги ўн йилликда шахсий компьютерлар ва универсал ЭҲМ лар базасида ахборот тизимларини яратиш ва тадбиқ қилиш фаол амалга оширилмоқда. Бу тизимларни яратишда асосий эътибор кенг қамровли ва тақсимланган тармоқларни (шоҳобчаларни) ривожлантиришга қаратилмоқда, чунки бу шоҳобчаларни ривожлантирмасдан туриб ахборотлаштиришнинг замонавий масалаларини ҳал қилиш мумкин эмас. Бундай шароитда ЭҲМ ва бошқа техник воситалар ёрдамида ахборотларни жамлаш, узатиш, сақлаш, уларга ишлов бериш усуллари ва услубларини ўрганиш билан шуғулланувчи илмий —амалий фан бўлган информатика учун ахборотларни ҳар томонлама тадбиқий ишларда ахборот технологияларини яратиш учун информатика усулларида амалий фойдаланишнинг янги ҳамда жуда кенг имкониятлари очидди.(7)

Ахборот технологиясининг вужудга келган дастлабки йиллардан бошлаб, улардан турли хил иқтисодий объектларнинг (корхона, ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқарувчи соҳаларининг) ахборот типийларида фойдаланиш билан бу технологиянинг орасида бевосита алоқа мавжуд бўлиб қолмоқда. Шу билан бирга ахборот технологияси ҳам маълумотларга ишлов беришнинг мустақил тазими сифатида, ҳамда бошқа бир қанча катта тизимлар доирасида бошқариш жараёнларини таъминловчи функционал компонентлар сифатида жорий этилди.

Бундай тизимларга мисол сифатида саноат корхоналари, фирмалар, корпорациялар, молия — кредит ва тижорат ташкилотларидаги ишлаб чиқариш ва хўжалик жараёнларини автоматлаштирилган бошқариш, илмий тажриба маълумотларига ишлов бериш тизимларини кўрсатиш мумкин.

Ахборот технологияларининг яратилиши, ишлаб туриши ва кенг тарқалишидан мақсад мамлакатдаги бутун ҳаётий фаолиятни ва жамиятни ахборотлаштиришни ривожлантириш муаммоларини ҳал қилишдан иборат. Жамиятни ахборотлаштириш дейилганда инсон фаолиятидаги ижтимоий аҳамиятга молик билимларни умумлаштирувчи, ишончли ахборотлардан тўлиқ ва уз вақтида фойдаланишни таъминлашга йўналтирилган (мўлжалланган) тад-бирлар мажмуасини ҳар жойда тадбиқ қилиш тушунилади.

Янги ахборот технолнгиясини ҳар жойда тадбиқ қилиш бошқарувнинг ҳамма поғоналарида қабул қилинадиган қарорларнинг самарадорлигини ошириш, халқ хўжалигини ривожлантиришнинг иқти-содий кўрсаткичларининг нафакат ўсишини таъминлайди, балки атроф муҳитни химоя қилиш, аҳоли турмуш даражасини ошириш, янги иш жойларини ташкил этиш, ишлаб чшқаришни ривожлантиришга йўналтирилган фундаментал ва амалий фондларга янги илмий ютуқларни қўлга киритишни назарда тутди.

Иктисодий ривожланган мамлакатларнинг (АҚШ, Англия, Япония) тажрибаси шуни кўрсатадики, жамиятни ахборотлаштириш муаммосини ҳал қилиш тарққитининг глобал (кенг миқёсдаги) мақ-садидан иборат бўлиб, уни янги минг йилликда мамлакатлар цивилизациясининг янги поғонасига кутарилиши билан боғламоқдалар. Бундай мақсадга қаратилган фаолият асосида ахборот инфратузилмасини яратишнинг узок муддатли дастури ётади. Ахборот инфратузилмаси тушунилади ва уларга автоматлаштирилган алоқа тизимлари ва ахборот-ҳисоблаш ресурсларини кенг тадбиқ этиш базасида янги ахборот технологиясидан фойдаланиш имкониятини беради. Масалан. АҚШ «Миллий ахборот инфратузилмаси» дастури ишлаб чиқилган бўлиб. у энг катта истикболга эга бўлган дастур ҳисобланади.

Республикамиз мустақилликка эришгач, мамлакатимизни ривожланган давлатлар каторига қўшиш учун бир қанча дастурлар ишлаб чиқилди. Шунинг билан бирга давлатимизнинг ахборот инфратузилмасини ривожлантиришга ҳам катта эътибор берилмоқда. Бунга яққол мисол сифатида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1992 йил 8 декабрь қарори билан Фан ва техника Давлат Қўмитаси (ФТДК) қошида Ахборотлаштириш бўйича бош бошқарма (Бошахбор) тузилганлигини кўрсатиш мумкин. Ахборот-лаштириш жараёнини ривожлантиришнинг ҳуқуқий таъминоти яра-тилган бўлиб. унинг асосини ахборотлаштириш ҳақида (1993 йил, май), ҳамда ЭҲМ ва маълумотлар базаси учун дастурларни ҳуқуқий муҳофазалаш ҳақидаги (1994йил, май) қонунлар ташкил этади. Ҳо- зирги пайтда Ўзбекистон Республикасини ахборотлаштириш концеп-цияси ишлаб чиқилган бўлиб, унда олдинга қўйилган масалалар ҳал этилмоқда.

Турли хил ташкилот ва корхоналарни кенг миқёсда ХТ билан таҳминлаш амалга оширилмоқда. Турли хил техник воситалар, шу

жумладан бир бирдан тезкорлик даражаси юкори, ахборотларга ишлов бериш тизимидан фойдаланиш имконияти билан фарқ килувчи шахсий ва мультпроцессорли компьютерлар тадбик этилмоқда. Шундай қилиб, ахборот инфратузулмасининг «моддий таъминоти асосини ташкил этувчи техникавий, дастурий ва телекоммуникация воситалари яратилмоқда. Келгусида махсус равишда янги оптик толали алоқа тармоги куриш мўлжалланмоқда.

Инфратузилманинг кейинги ривожланиши натижасида корхо-наларда, банк, молия ва тижорат ташкилотларининг автоматлаштирилган офисларида, жаҳон телекоммуникация тармоқларида маълумотларни ҳимоялаш ва текширишни ўз ичига олувчи, ҳужжатларга ишлов бериш буйича хизматларнинг тўлиқ спектрини фойдаланувчиларга таклиф қилишни ҳисобга олган ҳолда ишлаб туриши учун ҳақиқий шароит яратилган бўлиши зарур.

Инсоният фаолиятининг ҳамма қирраларини кенг кўламли суръатларда ҳисоблаш техникаси билан таъминланганлиги (куролланганлиги), ахборот ва телекоммуникация ресурсларидан са-марали фойдаланиши соҳасида профессионал билимга эга бўлган кадрларни тайёрлаш масаласини кўяди. Бу ахборот инфратузилмаси таракқиётининг энг муҳим шартларидан биридир. Бошқарув, ишлаб-чиқариш, молия-кредит ва бошқа соҳаларда ишлаётган (ахборот ти-зимларининг охиғи фойдаланувчиларига) мутахассисларга ҳам янги ахборот технологияси ишлаб турган шароитда самарали ишлаши учун юкори талаблар қўйилади. Шунинг учун ҳар қандай иқтисодчининг фаолиятида информатика ва унинг таркибий қисми бўлган ахборот технологияси муҳим ўрин эгаллайди.

Дастлабки пайтларда ахборот деганда одамлар бир-бирига оғ-заки, ёзма ёки бошқа усулда, яъни шартли сигналлар, техник воситалар ва шунга ухшашлар ёрдами билан узатиладиган хабар ва маълумотларни тушунган. XX асрнинг урталаридан бошлаб ахборот умуммиллий тушунча бўлиб, у куйидагиларни ўз ичига олади:

- одамлар орасида, одам билан автомат орасида, автомат билан автомат орасида ахборотлар алмашинуви;
- ҳайвонот ва ўсимлик дунёсида сигналлар алмашинуви;
- ҳужайрадан ҳужайрага, организмдан организмга белгиларни узатиш ва бошқалар.

Шунинг учун фойдаланилаётган соҳага боглиқ ҳолда. ахборот иқтисодий, техник, юридик, биологик ва бошқа хил кўринишда бўлиши мумкин.

Ҳозирги даврда инсон фаолиятининг турли соҳалари ичида ўзининг муҳимлиги билан ажралиб турувчи соҳа - бу ташкилий, яъни ишлаб чиқариш ва хўжалик ҳамда ижтимоий жараёнларни бошқарув соҳасидир. Бусиз барча соҳаларда фаолият юритиб бўлмайди.

■ Бошқарув нафақат саноат ва кишлок хўжаликларида, балки қурилиш, фан, маданият, транспорт, алоқа, маориф ва шу каби

соҳаларда, ҳамда муайян ҳудуднинг ижтимоий-иктисодий фаолиятида ҳам зарурдир.

Инфратузилманинг ҳар бир таркибий қисми кибернетика, яъни бошқариш ҳақидаги фан атамаси билан боғлиқ бўлиб, катта мураккаб тизим сифатида қаралади. Тизим дейилганда унсулар (бошқариш объекти, бошқарувчи тизим, тўғри ва тесқари ахборот алоқа оқими) тўплами, яъни ягона тузилмада биргаликда таъсир этувчи ва мақсадга йўналтирилган *фаолиятни* тахминловчи тўплам тушунилади.

Бошқарув ахбороти жараён ҳисобланиб, тизимлар ҳолатини қандай ўзгаришига қараб қуйилган мақсадга эришиш учун етакчи йўналишдир. Ҳар қандай тизим тўғри ва тесқари алоқа тамойилидан иборатдир. Ижтимоий-иктисодий, жонли ва жонсиз ва ихтиёрий тизимни олмайлик, уларда доимо ички воситалар, яъни юқори ва паст даражадаги тизимлар доимо ўзаро алоқада ва ўзаро таъсирда бўлади. Ўзаро алоқа бевосита ахборотлар асосида амалга оширилади яъни тўғри алоқа оқимлари бўйича бошқарув мақсадини етказиб беради.

Ахборотлар назариясида ва кибернетикада ахборот тушунчаси билан ҳамма хабарларни эмас, балки объектни кўшимча таҳлил қилиш ёки ўрганиш жараёнида олдин олинмаган маълумотлар тушунилади.

Ахборот узининг мазмуни, моҳияти жиҳатидан турли-тумандир. Масалан, илмий, бошқарув, тиббий, экологик, ҳуқуқий ва шунга ўхшашлар. Ҳар бир ахборот ўзининг кўринишига қараб маълумот деб номланади.

Ахборотнинг статистик ҳолатига қараб, узоқ ва яқин муддатли ахборотлар фондида ёки маълумотлар базасида йигилади ва сақланади. Маълумотлар базаси (МБ) - муайян соҳадаги масалаларни аниқ қоида бўйича ечиш учун зарурий маълумотлар тўпамидир.

Ахборотнинг юқорида келтирилган ўзига хос хусусиятлари автоматик ишлов бериш тизимини яратиш жараёнида уни диққат билан прогматик, синтактик ва семантик таҳлил қилишда қаралади. Синтактик таҳлил - ахборотни йиғиш ва сақлаш, ишлов бериш, узатиш, қайд этиш, жамлашнинг техник воситалари мажмуасини танлаш учун зарурий, микдорий тавсифларни ўз ичига олган ахборотлар оқмиинимухим параметрларини ўрнатади.

Семантик таҳлил - ахборотнинг алоҳида унсурлари мазмунини тафаккур (фикрий) нуқтаи-назардан ўқиш имконини беради. Бунда келтирилган ахборотларни бир *қийматли* англашда тил бўйича мувофиқлик яъни инсон тили билан, ЭҲМ тилининг ўзаро мослик усуллари топилади.

Прогматик таҳлил - бошқарув учун фойдаланилган ахборотларни аниқлашда қўлланилади. Ишлаб чиқариш жараёнларига хизмат қилувчи, тақсимловчи, халқ хўжалигини ва унинг бўгинларини ижтимоий-иктисодий бошқарув масалаларини ечишни таъминловчи ахборотларга бошқарув ахборот дейилади. Бу ахборот ўзида турли хил иктисодий, технологик, ижтимоий, ҳуқуқий ва бошқа хабарларни акс эттиради.

Ўзаро алоқада ва мулоқотда бўлиш инсоният эришган оламшумул натижалар ҳисобланади. Кишилиқни эркинликка интилиши ҳам ўзининг аҳамияти жиҳатидан ўта муҳим аҳамият касб этади. Мана шу икки категория телекоммуникация ва ахборот технологияларини ривожлантиришга асос булди ва ҳозирги кунда Ўзбекистон учун энг ривожланиш палласига кирди.

Цивилизациянинг ривожланиши билан алоқа воситалари ҳам ривожлана бормоқда. Бир биридан маълум масофада булган кишиларнинг ўзаро алоқаси симли равишда амалга оширилган (телеграф, телефон). XX асрнинг бошларида радионинг ихтиро қилиниши ўзаро алоқалар ва мулоқотлар эркинлиги янги революция поғонага кўтарди. Агарда биринчи телефоннинг пайдо бўлиши ва унинг кенг тарқалиши, қўлланилиши 50 йил мобайнида амалга ошган бўлса, ҳозирги кунда уяли телефон, пейджинг алоқаси, спутник алоқаси ва бошқалар жуда қисқа вақт ичида ривожланмоқда.

Масалан уяли телефондан фойдаланувчилар сони ҳозирги кунда 500 млн. кишидан ошиб кетди. Экспертларнинг маълумотларига кўра 2003 йилда уларнинг сони 1,0 млрддан ошиб кетади.

Кундалиқ ҳаётда энг янги алоқа воситалари билан боғлиқ бўлган “стандарт”, “протокол”, “рақамли ва аналогик алоқа” каби жумлалар кириб келмоқда. Шу муносабат билан, аниқ ва кенг ахборотларга талаб ортмоқда, алоқаларни ривожланиш истикболлари тўғрисида олдиндан маълумотлар керак бўлмоқда.

Телекоммуникация ва ахборот технологияларининг аҳамиятини куйидаги маълумотлар орқали англаш мумкин. Масалан Business Communication Company фирмасининг маълумотиغا кўра 90-йилларнинг бошларида электрон ахборотларнинг сотув ҳажми 2,0 млрд. АҚШ долларини ташкил қилиб, унинг 93,0% иш билан боғлиқ ахборотларни, 4,0% илмий-техникавий ахборотларни; 3,0% - иш билан боғлиқ бўлмаган ахборотларни ташкил этган.

90-йилларнинг ўрталарида электрон ахборотларнинг сотуви 2,5 млрд. АҚШ долларини ташкил этиб, унинг 1,8 млрд. доллари - АҚШга, 0,6 млрд. долл. - Гарбий Европага, 0,1 млрд. долл. бошқа давлатларга тўғри келган.

АҚШда телекоммуникация ва ахборот бозорлари давлат иқтисодий салоҳиятини ўсишининг муҳим омилига айланиб бормоқда. Масалан, ҳар бир америкаликнинг сарфлаган ҳар бир 10,0 долларидан 1,0 доллари «ахборотлар бозорига тўғри келади, ёки АҚШдаги ҳар бир оила ҳар йили ахборот бозорида 2000 доллар сарфлайди. Бошқача қилиб кенг маънода айтганда ахборот бозори АҚШ умумий бозор ҳажмининг 10%ни ташкил этади. Яқин ўн йилликда бу кўрсаткич 20,0% ни ташкил этиши кутилмоқда: XX асрнинг охирида, ижтимоий ишлаб чиқаришда ахборотлар меҳнат воситасига айланди. Ҳозирги кунда 3,6 млн. америкалик ушбу соҳада иш билан банд.

Моддий ишлаб чиқариш соҳасидан меҳнат ресурсларини ахборотлар соҳасига олиши сезиларли даражада амалга ошмоқда. Бу ҳолатни юзага келишининг сабаби, маҳсулот ҳажмини икки баробар кўпайтириш учун унга

керак бўлган ахборотларни 4 маротабага кўпайтириш лозим бўлади, чунки бозор конъюнктураси, нархлар, стандартлар, конунлар ва бошка ахборотлар лозим бўлади. Бу ахборотлар рақобат муҳитида молиявий барқарорликни таъминлашнинг гарови ҳисобланади. Шу муносабат билан, ташки бозорни эгаллаш имкониятини кўлга киритмоқчи бўлган мамлакатимизнинг корхона ва ташкилотлари халқаро ахборотлар манбаларига кириб бориши лозим булади.

Халқаро ахборотлар тизимига уланиш мамлакатимиз корхона ва ташкилотларига қуйидаги имкониятларни беради:

1. Иқтисодиёт ва *молия* соҳасида - биржа, молия, тижорат, иқ-тисодий ва статистика ахборотларига эга бўлинади;
2. Иқтисодиётни давлат томонидан назорат қилиш соҳасида -статистика, демографик муҳит, социал аҳвол, тўғрисидаги ахборот-ларга эга бўлади. Бундан ташқари, ушбу кўрсаткичларнинг динамикаси, прогноз моделлари, баҳолари билан шугулланаётган давлат идоралари, компаниялари, илмий текшириш институтлари ва консалтинг компанияларининг ахборотлари;
3. Сиёсат соҳасида - дунё банкларининг аҳволи, магнатлар, алоқалар, келишувлар ва раҳбарлар тўғрисидаги ахборотлари;
4. Журналистика соҳасида - иқтисодиёт тижорат сиёсат соҳасида олдинги сарфларда турган ахборот воситаларининг янгиликлари;
- 5.Фан ва таълим соҳасида илмий ходимлар учун илмий-техникавий ва мутахасислик бўйича адабиётлар, ахборотлар ва бо-шқалар.

Коммуникация сузининг маъноси лотинча «communication» (communico-связываюсь) сўзининг лингвистик мазмунидан келиб чиқади.

Белгиларига қараб коммуникацияларни фаолият соҳасига боғлиқ ҳолда классификацияларга бўлиш мумкин:

-одамларнинг фаолият турига қараб;

-фаолият тармоғларига қараб;

-ривожланганлик даражасига қараб; тарқалиш муҳити ва майдонига қараб.

Коммуникациялар ривожланишининг илмий асослари ҳозирги кунда охиригача ишлаб чиқилмаган, шунинг учун коммуникация-ларнинг тармоқ (функционал) турининг классификацияси тугаллан-маган.

Кишилиқ фаолиятининг бошқа ҳар қандай соҳаларида булагнидек коммуникацияларнинг ривожланишида ҳам муаммолар кўп. Бу муаммолар худди административ, иқтисодий, геополитик соҳа-ларда бўлганидек кагта ва кичик ҳудудларга ҳам таулуклидир. Бу муаммолар биринчи навбатда Ўзбекистон учун долзарбдир.

Телекоммуникацияларнинг ҳудудий ривожланиш муаммола-рини икки гуруҳга бўлиш мумкин.

Бу муаммоларнинг ечими биринчи навбатда сиёсий ва ижтимоий барқарорлик билан боғлиқ. Иккинчидан, ҳудудларда маданият даражасининг ривожланишига (сиёсий, иқтисодий, илмий-техникавий).Учинчидан телекоммуникациянинг ривожланиши тинимсиз меҳнат талаб қилади.

Телекоммуникациянинг асоси бу алоқа. Алоқа (ахборот комму-никацияси) бу ахборотларни узатишга мослашган турли хил комму-

никацияларнинг биргаликдаги фаолияти маҳсулидир. Алоқанинг амалга ошишини ташкил этиш административ-худудий принципда амалга оширилади ва у бирламчи, иккиламчи ва магистрал тармоқ-дан иборат бўлади. Алоқанинг бирламчи тармоғи маълум худудда абонентларни улаши мумкин (корхона, ташкилот, шаҳар, вилоят).

Бирламчи алоқа тармоқлари орасида магистрал тармоқ ўтқа-зилган бўлади у эса бирламчи тармоқ абонентларини ўзаро боғлай-ди. Бирламчи, иккиламчи ва магистрал тармоқлар биргаликда давлатнинг ёки худуднинг ягона алоқа тармоғини ташкил этади. (2.1.-Расм).

2.1-жадвал

Худудлар телекоммуникациясининг ривожланиш муаммолари

№№	Жамият ҳаётида телекоммуникацияларнинг ахамиятини баҳоламаслик натижасида келиб чиқадиган муаммолар (ривожланишига иктисодий ёндашув)	Коммуникацияларнинг кўп тармоқлиги билан боғлиқ муаммолар.
1.	Телекоммуникациянинг ривожланишига асосланмаган попорцияларда маблағ ажратилиши	Телекоммуникацияларни ривожлантиришга мутасади булган ягона буюртмачининг йуклиги
2.	Ишлаб чиқариш ва ижтимоий сохалар телекоммуникациясининг номувофик (несбалансированнўй) ҳолда ривожланиши	Келишилмаган ҳолда маблағларнинг ажратилиши. Молиялаштириш учун ягона жамгармаларнинг йуклиги
3.	Коммуникацияларни ривожлантиришда ошиб колса ундан сунг деган принципни (остаточнўй принцип) куллаш	Турли тармоқларга тегишли коммуникацияларни эксплуатация қилиш.
4.	Телекоммуникацияларни ривожлантиришда худудий сиёсатнинг йуклиги	Турли тармоқларда коммуникацияларни ривожлантиришда турли хил стандартлар ва қарашларнинг мавжудлиги.

Бирламчи ва ягона алоқа тармоғи орқали турли хил ахборот-лар узатилиши мумкин: телефон, телеграф, факс ва бошқалар орқали. Шунинг учун бу ахборотларни кўп марта бир турдан иккинчи турга ўтказишни - коммутация қилишни (переобразование) талаб этилади.

2. Расм. Ягона алоқа тармогининг варианты

Ҳар бир бирламчи алоқа тармогининг ичида жуда кўп икки-ламчи алоқа тармоғи мавжуд булади: автоматик телефон тармоғи; корхоналар орасида телефон тармоғи; телеграф тармоғи; факсмил алоқаси; телевидение тармоғи, радиоэшиттириш тармоғи; ва бошқа-лар. Алоқа тармоғи ўз навбатида алоқа каналини ўз ичига олган алоқа линияларидан иборат бўлади.

Алоқа линиялари радио тўлқинларни тарқатиш трактига қа-раб қуйидаги классификацияга бўлинади: ҳаво орқали; кабел орқали (симли); раднореле орқали; спутник орқали; оптик тола орқали ва бошқалар. СИМ орқали

3. Расм. Алоқа турларининг классификацияси

Иқтисодий ахборотлар (ИА) ишлов бериш ва сақлаш жараён-ларига қараб бир-биридан бошланғич, ҳосилавий ишлов бермасдан сақланувчи, натижавий оралиқлар кабилар билан бир-биридан фарқ қилади. Бошқарув фаолиятини ифодалашга қараб ИАлар режавий, башоратли, меъёрий, технологик лойиҳалашга оид, ҳисобга олиш ва молиявий каби ахборотларга бўлинади.

Машинали ахборот тизимини яратишда асосан доимий ва ўзгарувчан иқтисодий ахборотлар вақтнинг маълум бир (узоқ ва қи-сқа) даврида ўзгармайди ёки жуда кам ўзгаради. Бундай ИАга маълумотномалар, меъёрлар, нархлар ва ҳоказолар киради. Ўзга-рувчан ахборотлар ишлаб чиқариш ва хўжалик операцияларини ба-жариш натижаларини ифодалайди ва машинада ишлов беришнинг бир технологик циклида иштирок этиб, уларнинг динамик хусусия-тига мос келади.

Доимий ИАлар даражасига баҳо бериш учун K_d доимийлик коэффициентидан фойдалани У қуйидагича аниқланади: (2.1)бу ерда: $AT_{ум}$ - ахборот тўпламларнинг умумий сони; $AT_{ўз}$, - қаралаётган даврда (йилда) ўзининг кийматларини ўзгартирувчи ахборотлар сони. агда $K_d > 0,85$ булса, ахборот туплам шартли мунтазам дейилади

Иқтисодиётни бошқаришда ахборот тизимини яратиш ва иш-латиш ахборот технологиясини ривожланиши билан узвий боғлиқдир. Ахборот технологияси (АТ) ахборотга ишлов бериш, узатиш, излаш, сақлаш ҳамда йиғишнинг усул ва услубларининг тизимидир. АТ илмий фан сифатида информатиканинг предмети бўлиб, у маҳсулот ишлаб чиқариши, илмий тадқиқот ва инсон фаолиятининг шунга ўхшаш соҳаларини бошқариш ва тартибга солиш амалиётини, индустриал даражага кўчиришни таъминлайди.

Ахборот технологияси иқтисодий масалани ечишда қуйидаги муҳим амалларни, жумладан маълум бир вақт мобайнида ахборотни йиғиш ва рўйхатга олиш, ишлов бериш жойига узатиш, маълумотларни машина тилида кодлаш, сақлаш ва излаш, ахборотларни кўшимча нусха билан кўпайтириш (тиражини ошириш), ахборотдан фойдаланиш, яъни қарор қабул қилиш ва бошқарув таъсирини ишлаб чиқишни ўз ичига олади.

Ташкилий бошқарувда ва оммавий ахборот тизимлар мутахас-сисларга, раҳбарларга, қарор қабул қилувчиларга уз вақтида ишончли ва зарурий миқдордаги ахборотларни олишда ёрдам бе-ришга

мўлжалланган. Бу эса янги ахборот технологиясига ўтишни тақозо этади. Янги ахборот технологияси (ЯАТ) - компьютерни тадбиқ қилишга асосланган технология бўлиб, бу ахборот жараёнларида фойдаланувчи (дастурлаштириш соҳасида профессионал бўлмаган) фаол иштирок этади, муаммоли ва умумий масалаларни ечишда амалий дастурлар мажмуасидан кенг фойдаланилади.

Ҳозирга пайтда кундан кунга шахсий компьютердан кундалик ҳаётимизда, жумладан иктисодиётда кенг кўламда фойдаланилмоқда. ШК асосида локал ва кўп погонали ҳисоблаш тармоқлари яратилмоқда ва уларни жорий этиш ижобий натижалар бермоқда. Бу тармоқлар ўзида маълумотларга ишлов беришнинг яхлит компьютер тизимларини мужассамлаштирган. Маълумотларга ишлов беришнинг яхлит компьютер тизимлари (ЯКТ) маълумотларнинг тасвирлашни тизим компонентлари билан фойдаланувчи ўртасидаги ўзаро муносабатнинг ягона усулига асосланган, ҳамда мутахассислар ва уларнинг профессионал ишларда ахборотга ва ҳисоблашга бўлган талаб-бини қондирувчи мураккаб ахборот-технологик ва дастурий мажмуадир.

ЯКТнинг асосий хусусиятларидан бири иктисодий ахборотларга ишлов бериш ва узатишда ахборотларни ҳимоя қилишидир. Ҳозирда ИАнинг ҳимоя қилишнинг аппарат-дастурий усуллари кенг тарқалган бўлиб, уларда кучли ҳимоя хусусияти мавжуд, ҳамда си-фатли хизмат кўрсатиш имконияти катта. Манзилга ахборотни уза-тиш, қабул қилиш ва сақлашда хавфсизликлар қафолатланган, ҳамда шунга ўхшаш бошқа қулайликларга эга бўлган алоқа тизимларидан фойдаланиш усуллари мавжуд.

ЯКТ тамойилларини амалга оширишга, яъни йиғиш, сақлаш ва тизимдан кўп сонли фойдаланувчиларга ўз вақтида ишончли ахборот хизматини кўрсатиш учун, маълумотларни мунтазам равишда янгилаб туришга тизимни яратиш босқичидаёқ асос солинади. Шунинг эътиборга олиш керакки, ахборотлардан фойдаланувчилар нафақат бошқарув фаолиятидаги аниқ муаммоли соҳасидаги (ҳисобга олиш, режалаштириш, менежмент, маркетинг ва ҳ.к.) мутахассислардан, балки дастурий воситаларини яратиш ва амалиётга жорий этиш билан шугулланувчи дастурлардан ҳам иборат бўлади. Шунинг учун ҳам маълумотлар базасини (МБ) лойиҳалаш жараёнида предмет соҳаси, унинг унсурлари (элементлари), улар ўртасидаги ўзаро муносабатлар ҳар томонлама синчковлик билан тадқиқ қилинади. Нагжада МБнинг умумий тузилши схемаси кўп даражали моделлар кўринишида яратилади, ҳамда МБни бишқариш тизимларини (МББТ) танлаш имконияти тугилади. Бунда фойдаланувчи билан тизим ўртасида маълумотларнинг тузилиши ва тартиби бўйича келишилади, тизимга киритилувчи хато маълумотларни тўғрилаш усуллари ишлаб чиқилади, фойдаланилаётган массивларга зарурий чегаралашлар ўрнатилади ва ҳк.

Уларнинг ҳаммаси бошқа омиллар билан бир қаторда МББТни танлаш (ёки яратиш) пайтида эътиборга олинади.

Назорат учун саволлар:

1. Мулоқотлар ва алоқалар эркинлиги нима учун телекоммуникациянинг тез суръатларда ривожланишига туртки бўлди дея оламиз?
2. Уяли телефондан фойдаланувчиларнинг бутун дунёдаги сони қанчани ташкил этади?
3. Уяли телефон алоқасини амалга оширувчи ва Ўзбекистонда фаолият кўрсатаётган қайси фирмаларни биласиз?
4. Ҳозирги кунда электрон ахборотларнинг сотуви қандай суммани ташкил этади ва у умумий бозор ҳажмининг қандай қисмини эгаллайди?
5. Халқаро ахборот тизимига уланиш мамлакат корпорациялари ва ташкилотларига қандай ипмқониятларни очиб беради?
6. Коммуникацияга тариф беринг
Коммуникацияларнинг қандай типларини биласиз?
7. Телекоммуникацияни ривожлантиришнинг ҳудудий муаммолари нималардан иборат?
8. Алоқа турларнинг классификациясини келтиринг.

Таянч иборалар:

Телекоммуникация, ахборот технологиялари, телеграф, телефон, уяли телефон, пейджинг, радио стадарт, рақамли ва аналогли алоқа, тармоқ, космик, оптик, почта, фельдегер, электр, демографик мухит.

Изоҳли луғат:

Ахборот технологияси— ахборотга ишлов бериш, узатиш, излаш, сақлаш ҳамда йиғишнинг усули — услублари тизими.

Янги ахборот технологияси— компьютерни тадбиқ қилишга асосланган технология.

Иқтисодий ахборотлар— режавий, башоратли, меёрий, технологик лойиҳалашларга оид маълумотлар.

Маълумотлар базаси— муайян соҳадаги масалаларни аниқ қоида бўйича ечиш учун зарурий маълумотлар тўпламидир.

Семантик таҳлил.—ахборотнинг алоҳида унсурлари мазмунини тафаккур (фикрий) нуқтаи — назаридан ўрганишдир.

Прогматик таълил— бошқарув учун фойдаланилган ахборотларни аниқлашдир.

Коммуникация- лотин «соттшика Iюп» боғланаман демакдир.

Глобал— турли давлатларнинг ягона ахборот макони яратиш бўйича қилаётган конструктив ишларига кўмак беради.

Мавзу—3.Ташқи иқтисодий фаолиятни ривожлантиришда ахборот технологияларининг аҳамияти

1.Ташқи иқтисодий муносабатлар соҳасида миллий кадрлар тайёрлашда ахборот технологияларидан фойдаланиш

2.Ташқи иқтисодий адоқаларни ривожлантиришда ахборотлар тизимидан фойдаланиш.

3.Ташқи иқтисодий фаолиятни амалга оширишда Маркетинг Analytic 5-тизими аҳамияти.

Мутахассисларни тайёрлаш ва халқнинг билим даражасини ошириш мамлакат келажагининг асоси ҳисобланади. Таълим тизимини ривожлантиришда уни молиялаштириш ва ажратилган маблағларни самарали фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади.

Ҳозирги замон талаларига жавоб берадиган рақобатбарбардош кадрларни тайёрлаш учун биринчи навбатда фан ва техниканинг энг янги ютуқларини қўллаш телекоммуникация ва янги ахборот технологияларидан фойдаланиш катта самара беради.

Таълимни ривожлантиришда бундай қарашларнинг самарасини баҳолаш учун ривожланган мамлакатлар АҚШ, Канада, Япония, Ғарбий Европа давлатлари тажрибасига мурожаат қилиш мумкин. БУ давлатларда аҳоли жон бошига даромадлар миқдори 20 минг АҚШ долларидан кўпроғини ташкил этади.(8)

Масалан Японияда ўзининг дунёда эгаллаб турган статисини сақлаб қолиш мақсадида компьютер технологиялари ва ахборот тизимини ривожлантиришнинг дастурини ишлаб чиқди ва амалга оширмоқда. Яқин йиллар ичида Японияда иқтисодчилар ва юқори даражали музандисларни тайёрлаш икки баробар кўпайтирилиши кўзда тутилган.

Ўзбекистон ўз мустақиллигининг биринчи кунларидан бошлаб миллий кадрлар тайёрлаш сифатини тубдан яхшилаш муаммосига катта эътибор берди. «Таълим тўғрисидаги» қонун ва Кадрларни тайёрлаш бўйича Миллий дастур қабул қилинди.

Юқори квалификацияли кадрларни тайёрлаш жамиятнинг иқтисодий салоҳиятини ошишига, миллатнинг ижтимоий ва маънавий даражасини ўсишига ҳамда демократик жамиятни шакллантиришда катта аҳамият касб этади.(1)

Жамият ривожланишининг асосий кўрсаткичи сифатида аҳолининг саводхонлик даражасини киритилиши бежиз эмас албатта.

Бу курсаткич давлатнинг сиёсатини, иқтисодиётини ва маданиятини ривожланишини белгилаб беради. Экспертларнинг фикрига таълимга йуналтирилган ҳар бир бирлик маблағ олти марта куп булиб иқтисодиётга кайтади.

Телекоммуникациялар ва янги ахборот технологияларини укув жараёнига куллаш унинг сифатини оширишга таъсир курсатади.Кадрлар тайёрлашнинг Миллий дастурида асосий омиллардан бири бу ягона ахборот майдонини шакллантириш, янги ахборот технологияларидан фойдаланиш эканлиги белгилаб қўйилган. Ҳозирги кунда талабаларни масофада ўқитиш • Iiinternet - оркали йўлга қўйилганлиги фан ва техниканинг ютуғи ҳисобланади.

Таълимнинг самарадорлигини қуйидагича аниқлаш мумкин:

Эқ CS. (3.1.)

бунда, С ўқитиш жараёнида тайёрланган мутахассис-нинг сифати

•S -ўқитиш жараёнининг харажатар

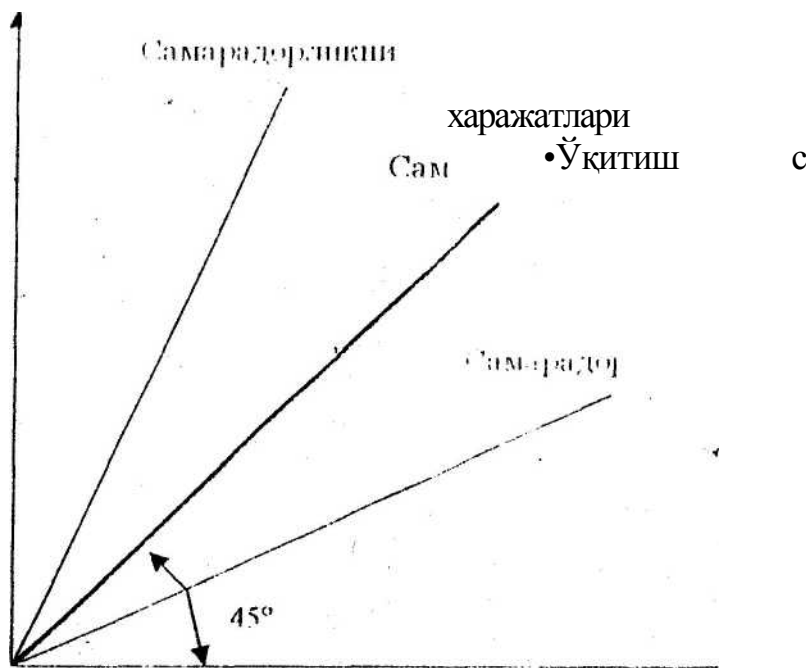
Самарадорликни баҳолашнинг барча вариантларини график сифатида кўрсатиш мумкин. (3.1.-расм).

Координата тизимида ўқитиш сифати ва харажатлар миқдорининг кесишиш нуқтаси самарадорлик ҳолатини белгилайди. Демак Э нуқтасини У ўқига яқинлашуви ўқитиш харажатларининг кучайишини, Х ўқига яқинлашуви эса ўқитиш сифатини усишидан дарак беради.

пасайиши

У
III II
Ўқитиш

Э



Кутилган оптимал натижа, самарадорлик чизигининг 45 градус бурчакдан ўтганида эришилади.

2. Ахборотларни таҳлил қилиш ва қарор қабул қилиш маркетинг режасининг энг мураккаб томонларидан биридир.

Корхона истеъмолчининг эҳтиёжларини яхши ҳис қилгандагина фойда ола бошлайди. Бунинг учун "маркетинг текшируви" деб аталувчи, истеъмолчилар ва корхона орасида ахборот алмашиш тизими йўлга қўйилган бўлиши керак.

Ахборот йиғиш бу маркетинг текширувининг бирламчи босқичидир. Асосий босқичлардан бири - бу ахборотларнинг таҳлилининг амалга ошириш. Таҳлилқилинган, аниқлаштирилган ва унинг асосида хулосалар чиқордаган ахборотларгина бирон кучга эга бўлади.

Ҳаддан ташқари кўп ахборот йиғиш ёки уларга эга бўлиш ҳам маркетингларнинг муаммоларидан биридир, бунда ахборотларнинг аксарияти эътиборсиз қолиб кетади. Бундан ташқари, маркетинг ахборотлари жуда қисқа даврда ўзининг муҳимлигини йўқотиш хусусиятига эга, чунки бозор конъюктурасининг жадал суръатларда ўзгариб бориши, кечаги ахборотни бугунги кунда ўз долзарблигини йўқотишига олиб келмоқца.

Шу сабабли ахборот йиғиш учун вақт ва маблағларни сарф этишдан аввал қарор қабул қилиш учун корхона раҳбарияти қандай ахборот кераклигини ва уларни қаердан қилириш мумкинлигини аниқлаб олиши керак. Маркетинг ахборотларини ҳам корхона ичида (сотув ҳодоботларининг таҳлили, маркетинг стратегияси ва режаси, сотув бўлими ходимларининг фикр-мулоҳазалари ва ҳақозо), ҳам ташқарисида (истеъмолчилар ўртасида сўров ўтказиш, синаб кўриш учун товарларни сотиш) йиғиш мумкин.

Товарларни синаб кўриш учун сотиш усулини қўллаш мумкин, бироқ бу маркетинг ахборотларини йиғишнинг энг қиммат усули ҳисобланади ва бозор муҳити ва шароитларининг барчасини акс э!тирмайди.

Сўров ўтказиш анчагина арзонга тушиши билан бир қаторда истеъмолчиларни кўпроқ қатламларини қамраб олиш имкониятини беради. Сўров анкеталаш усули билан ўтказилади. Анкеталаш 3 хил бўлади. Бу бевостиа учрашув даврида берилган ахборотлар, телефон орқали анкета саволларига жавоб бериш ва почта орқали жўнатилган анкета варақларини тўлдириш.

Маркетинг ахборотларини йиғишда истеъмолчиларнинг қатнашувини талаб қилмайдиган кузатув усулини қўллаш ҳам мақсадга мувофиқдир ва у тўла-тўқис корхона назорати остида олиб борилади. Бунда юзага чиқмаган истеъмолчиларни кузатиш талаб этилади, яъни уларнинг қачон, қаерда, қанча, қанақа ва нима сабабдан харид қилишларини аниқлаш талаб этилади. Корхона ичида ёки ташқарисида йиғилган ахборотлар аввал таҳлил қилинади, сўнгра улар ҳақида ҳисобот тузилиб, корхона раҳбариятига тақдим этилади.

Маркетинг Analytic 5 - тизими.

Маркетинг Analytic 5 - бу мукаммаллаштирилган ахборот-таҳлилий мажмуа бўлиб, маркетинг тадқиқотларини автоматлаштириш ва фаолиятини стратегик ва тезкор режалаштириш учун мўлжалланган. Бу тизим корхона маркетинг фаолияти бошқарувининг ҳар бир босқичида унга мажмуавий ёндашишга имкон яратиб беради. Мажмуа модулли принципларга асосланиб яратилган бўлиб, 6 та асосий модулдан иборат:

Модул c-Commeree - тезкор маркетинг тадқиқотлари тизими бўлиб ҳисобланади. Мижозлар ҳақидаги ҳамма ахборотларни тўплайди. Мижозлар билан ишлашни автоматлаштиради. Жорий ва режалаштирилган алоқалар, шартномалар, сотиш ва юклашларни рўйхатини тузади.

Модул Analyzer - маркетинг тадқиқотларини автоматлаштиришдир.

Корхонанинг сотиш ишлари ҳақидаги ички маълумотларни ва турли бозорлардаги рақобатчиларнинг фаолиятлари тўғрисидаги ахборотларни таҳлил қилади. Маълумотларни статистик таҳлил қилиш орқали алоҳида сегментлардаги асосий истеъмолчилар гуруҳларини ва хавфли рақобатчиларни очиб, аниқлаб кўрсатади. Таҳлил динамикаси йўли билан талабнинг мавсумийлигини ва ҳаётий даврларни аниқлайди. Модул Geo - маълумотларни географик картада намоён қилиш. Натижаларни географик картада акс эттириш учун жуда кенг қулайликлар яратиб беради (йўл масофаларни ўлчаш, оптимал йўналишларни барпо этиш).

Модул Predictor - микроиқтисодий тақвим ва башоратлаш. Бу модулда асосий эътибор бозорга кириб боришга ва маркетинг вазифаларига қаратилади. Бир вақтнинг ўзида бир қатор башоратлашларни бири-бирига боғлиқ ҳолда олиб боришга имконият яратади. Бозорни микроиқтисодий таҳлил қилади. Башоратга аниқ ва тўғри ёндашувни амалга оширади.

Модул Conjoint - товарларни истеъмол хусусиятларини анализ қилади. Маҳсулотларнинг истеъмол хоссаларининг оптимал бирикмаларини аниқлайди. Маркетинг тадқиқотларини олиб боришни автоматлаштиради.

Модул Portfolio - стратегик маркетинг вазифалари ечимини автоматлаштириш. Маълумотларни якуний таҳлилга тайёрлайди, яъни эксперт сўрови натижалари ва объектив бозор маълумотларини қайта ишлаб чиқиш.

Асосий афзалликлари.

Маркетинг Analytic 5 мажмуининг афзаллиги шундаки, унинг модуллари бир-бири билан алоқадор.

Маркетинг Analytic 5 - ёпиқ тизим эмас, аксинча унинг ҳар бир модули маълумотларни бериш ва қабул қилиш хусусиятларига эга. Бу эса таҳлил қилиш ва режалаштиришнинг ҳар бир босқичида ташқи ахборотлар билан боғланишга имкон беради. Масалан, илк таҳлил босқичида ташқи манбалардан статистик маълумотлар билан ишлаш мумкин ва бу маълумотлар Analyzer модули ёрдамида ишланади. Шундай қилиб, бу мажмуа корхонада барча ахборот манбаларидан тўлиқ ва самарали фойдаланишга ёрдам беради.

Маркетинг Analytic 5 тизимининг модуллари ҳар доим ички томонлама алоқадор ва бу ягона информацион муҳитни таъминлайди, таҳлил ишларини соддалаштиради, маълумотлар йўқолишини қисқартиради. Таҳлил ишларининг тўғри йўлга қўйилганлиги туфайли, шунингдек тизимнинг очиклиги туфайли бу мажмуа мижозлар билан бўлади икки томонлама муносабатларни бошқаришдаги масалаларни ҳам ҳал қилишга ёрдам беради.

Маркетинг Analytic 5 - бошидан маркетингни бошқариш тизими сифатида яратилган ва шу йўсинда ривожланиб келмоқда. Ундан ташқари бу тизим кўпгина бошқа тизимлар сингари фақатгина бозорга кириб бориш билан шуғулланиб қолмай, маркетингни умумий бошқарувини амалга оширади. Айрим ҳолларда Маркетинг Analytic 5 рақобатли таҳлил, башорат қилиш, таҳлиллаш сценарийсини ва бошқаларни ўтказиши ёки амалга ошириши мумкин.

Бу тизим логистик ва хатго молиявий масалаларни ҳал қилиш учун ҳам соддалаштирилган ва оддийдир.

Келажакда бу мажмуанинг режалаштириш ва бюджетлаштириш билан боғлиқ масалаларни ҳал қилиш томон ривожланиб бориши кўзда тутилган. Функционал хусусиятлари.

Модул Analyzer.

Таҳлиллар омбори аниқланган ҳисоб тизимининг ва маълумотлар базасига боғланмаган ва турли манбалар маълумотларидан фойдаланиш имкониятига эга. Ҳамкорликда таҳлил ўтказиш учун маълумотларни бир ҳисобга олиш тизимидан бошқасига ўтказганда, омбор бу маълумотлар хавфсизлигини таъминлайди.

Омбор бошқарувининг оддийлиги ва ихчамлиги: омбор структураси дастурчиларнинг ёрдамисиз осонгина созланиши мумкин. Омбор манбалардан куйилиб келаётган маълумотлар билан тўлдирилиши мумкин. Бу маълумотлар электрон жадваллар ва маълумотлар базасидан ташкил топиши мумкин. Бу нарса тизимнинг ҳал қилинаётган вазифаларга ва маълумотларга мослашишига шароит яратиб беради.

- Тузилган ҳисоботларнинг келгусидаги янгилинишлар учун олиб қўйилиши, бошқарувчига бир ёки бир нечта омбор маълумотлари устида бир вақтда тадқиқот олиб бориш имконини беради. Бунинг учун ҳамма тузилган ҳисоботларни махсус лойиҳаларда сақлаш керак.

Модул Гео.

Бу усулнинг осонлиги шундаки картани тузиш учун омбор керак бўлади ва бунга қўшимча ҳисобот тузиш ҳам талаб этилади. Маълумотларни картага жойлаштириш эса автоматлаштирилган. Бу эса тадқиқотлар натижаларини картада аке этириш имконини беради.

Бу модулда ESRI компаниясининг технологияларидан фойдаланилган. Бу компания геоинформацион технологиялар борасида етакчи бўлиб, дунёнинг исталган худуди харитасини тақдим этиши мумкин.

Модул с-Commerce.

- Таҳлил вазифаларига мўлжалланганлиги. Маркетинг таҳлилларини

ўтказиш учун маълумот тўплаш етарли эмас. Улар яхши структураланган бўлиши керак. Асосан с - Commerce мураккаб товар номенклатурасининг тўғриланган ҳисоби учун катта имкониятлар яратиб беради.

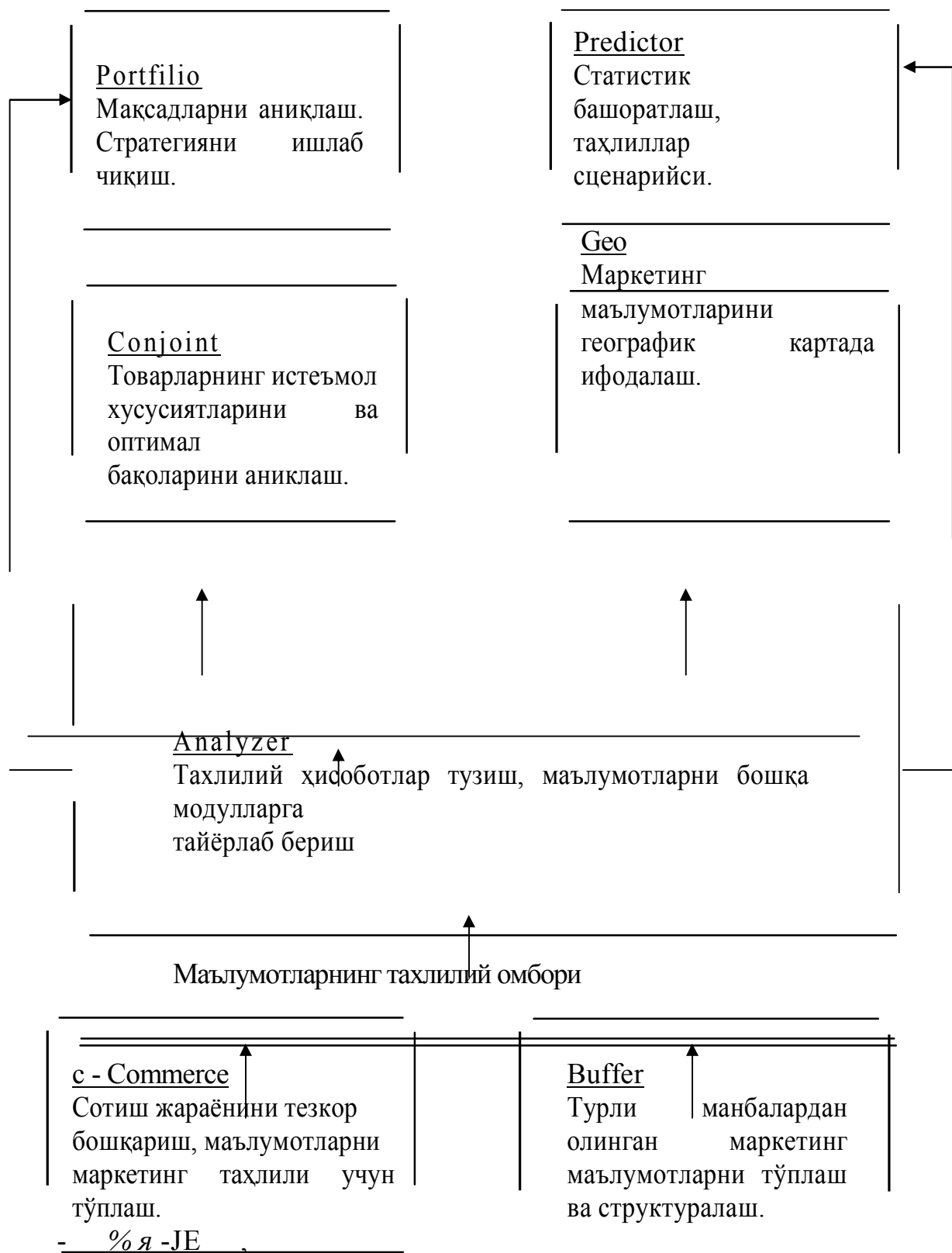
- Очиқлиги, яъни бу модул структураси шундай тузилганки, унга ташқи

информацион базалардан маълумотлар бериш мумкин. Ундан ташқари тўпланган маълумотларнинг асосий қисми омборга жўнатилиши мумкин.

Модул Predictor - маълумотлардан тўлиқ ва максимал даражада фойдаланишга, башорат килишда "Бош компонент" усулларида фойдаланиш у ҳисобидан эришилади. Бу усуллар қисқа вақтлар мобайнида бор маълумотлардан максимал даражада фойдаланиш орқали бирор натижага эришиш имконини беради.

Модул PortfiHo.

Кўплаб экспертлар хулосаларини ҳисобга олиш. Бу модулда Маркетинг тадқиқотларини бир нечта экспертлар олиб бориш ишлари амалга оширилган. Бундай тадқиқотларни амалга оширувчи инсон, экспертларнинг анкета сўровларини ўтказиши, сарф-ҳаражатларни уларнинг назарларида баҳолаши ва турли экспертларнинг фикрларини



Назорат учун саволлар:

- 1.Ташқи иқтисодий фаолиятни ривожлантиришда телекоммуникациялар ва ахборотлар соҳасидаги кадрларни тайёрлаш ва уларга қўйиладиган талаблар?
- 2.Таълим самарадорлиги қандай аниқланади?
- 3.Marketing Analitics - 5 нима ва унинг қандай модулларини биласиз?
- 4.Ташқи иқтисодий фаолиятни ривожлантиришнинг тамойиллари нимада?
- 5.Ўзбекистонда ташқи иқтисодий фаолиятнинг ривожланиш ўнавишларини санаб ўтинг.
- 6.Ташқи иқтисодий алоқаларни ривожлантиришда телекоммуникацияларнинг аҳамияти нимадан иборат?
- 7.Ташқи иқтисодий фаолиятни ривожлантиришда маркетинг соҳасида ахборотларни йиғишнинг замонавий усуллари тўғрисида нималарни биласиз?
- 8.Marketing analitics- 5 модулининг афзалликлари, функционалхусусиятлари нимада?

Изоҳли луғат:

Модул Analyzer-маркетинг тадқиқотларини автоматлаштиришдир.

Маълумотлар базаси— муайян соҳадаги масалаларни аниқ қоида бўйича ечиш учун зарурий маълумотлар тўпламидир

Янги ахборот технологияси— компьютерни тадбиқ қилишга асосланган технология.

Иқтисодий ахборотлар— режавий, башоратли, меърий, технологик лойиҳалашларга оид маълумотлар.

Коммуникация- лотин «communication» боғланаман демакдир.

Глобал— турли давлатларнинг ягона ахборот макони яратиш бўйича қилаётган конструктив ишларига кўмак беради.

Marketing analitics-5 модули—мукаммаллашган ахборот-таҳлилий мажмуа. , 2004.

Мавзу — 4. Телекоммуникацияларга бўлган талабни аниқлашда маркетинг тадқиқотлари

1. Маркетинг тадқиқотларининг услуги
2. Ахборот технологиялари, алоқа воситалари ва техник
3. воситаларига бўлган талабни аниқлаш
4. Тулов қобилиятига эга бўлган талабни аниқлаш
5. Мослашадиган таъриф сиёсатини белгилаш
6. Телекоммуникация ва ахборот тизимига бўлган талабни бошқариш усуллари

Ўзбекистонда телекоммуникация энг катта суратларда ривожлантиришга жуда кўп мивдорда ҳам хорижий ҳам миллий инвестициялар жалб этилмоқда. Унданашқари телекоммуникациялар энг даромадли соҳа ҳисобланади, шунинг учун энг самарали лойиҳаларни танлаб олиш муқим масала ҳисобланади. Бу эса ўз навбатида чуқур маркетинг тадқиқотлари олиб боришни талаб қилади.

Телекоммуникацияларга бўлган талабни аниқлаш учун олиб бориладиган маркетинг тадқиқотлари энг самарали лойиҳаларни танлаб олишнинг биринчи навбатдаги вазифаси ҳисобланади.

Маркетинг тадқиқотларининг мақсади:

потенциал талабларларни аниқлаш;

Уларнинг жойлашувини (дислокация) аниқлаш;

энг устун талабларни қондирадиган ахборот технологиёларининг турларини белгилаш;

иқтисодий натижаларни ҳисоб — китоб қилиш. (4)

Ахборот технологияларига бўлган талаб маълум вақтлар учун аниқланиши лозим, чунки инвестицион лойиҳани амалга ошириш маълум вақт талаб қилади. Ахборот технологиясига бўлган талабни аниқлаш лойиҳани топшириш муддатларда эмас балки маълум истикболда белгиланиши лозим. Бундан мақсад унинг ўз — ўзини қоплаши ва инвесторга қандай фойда келтиришини билиш керак.

Маркетинг тадқиқотлари доимий равишда барча ҳудудларда ўтказилиши лозим, ахборотларга бўлган бозор талабининг ўзгариш ҳисобга олиниши ва олдин ўтказилган маркетинг тадқиқотларига ўзгартириш киритиш керак бўлади. (5)

Телекоммуникация хизматларига бўлган талаб деганда, телефон, шаҳарлараро ва давлатлараро сўзлашувлар, факс, компьютер ва шу кабиларга бўлган талаб тушунилади. Телекоммуникация хизматлари ташкилотларнинг даромадлари уларга қўйилган та-рифлар билан белгиланади.

Маркетинг тадқиқотлари ва ҳудудда яшовчиларнинг сони, унинг социал-иқтисодий ривожланиш кўрсаткичлари ва уларнинг истикболи, уй-жой қурилиш режалари, халқ фаровонлигининг ўсиш динамикаси, халқнинг тадбиркорлик хусусиятлари, ҳудуднинг ялпи ички маҳсулотининг ўсиш динамикаси ва шу кабилар ҳисобга олиниши лозим бўлади. Санаб ўтилган омиллар талабни аниқлашда турлича таъсир кўрсатади. Уларга қўшимча равишда ушбу ҳудуднинг мамлакат чегарасидаги бошқа ҳудудлар ва ташқи давлатлар билан халқаро иқтисодий алоқалари. коммуникатив алоқаларини ҳам инобатга олиш керак бўлади.

Тўлов қобилиятига эга бўлган погенциал талабларни аниқлашда унга таъсир этувчи хизмаглар таклифи муҳим аҳамият каоб этади. Шунинг учун телекоммуникация хизматларидан фойдаланишнинг бозори даражаси талабларга яратилган сервис хизмати шарт-шароитига боглиқ бўлади. •

Бозор талабининг истикболини аниқлаш кўп меҳнат пул сарфи талаб қилади. Бу харажаларни камайтириш учун онсонлаштирилган усулларни қўллаш мумкин.

Истикболни аниқлашнинг экстраполяция усули, яъни прогноз кўрсаткичларни олдинги даврлар натижаларига караб белгилаш ноаниқликларга олиб келиши мумкин, чунки ўтиш даври иқтисодиё-тининг ривожланиш конуниятлари ва тенденцияси кўп ҳолларда аниқ бўлмаслиги мумкин. Бундан ташқари, улар янги хизмат турла-ри ривожланишини аниқлашга яроқсиздир (Интернет, тармоқ техно-логиялари ва шу кабилар).

Телекоммуникацияларга бўлган талабни аниқлашда норматив усулни қўллашда, ахборот технологияларидан фойдаланувчиларнинг моддий таъминланганлик даражаси асос килиб олинади. Моддий фа-ровонлик даражаси бўйича энг кўп бўлган мижознинг типи аниқла-нади. Ушбу гуруҳ (тип) бўйича тўлов қобилиятига эга бўлган аммо қаноатлантирилмаган талабининг микдори аниқланади ва бу кўрсат-кич телекоммуникацияларга бўлган талаб сифатида қабул қилиш мумкин бўлади. Айрим ҳолларда узок истикболда ахборот техноло-гиялари хизматларига бўлган талабни аниқлашда асос килиб ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) микдори олинади. Одатда ахборот технология-ларга бўлган талабнинг ўсиши ЯИМ микдорининг ўзгаришига про-порционал деб олинади. ЯИМнинг ўсиши хизматларга бўлган талаб-нинг ўсишига олиб келмаслиги мумкин, чунки унинг ўсиши энг кўп таҳминланган аҳолининг даромадларнинг ўсишига олиб келиши мумкин, кам таъминланганларнинг даромадлари камроқ даражада ўсиши мумкин. Ахборот технологияларидан фойдаланувчилар асосан ўрта таҳминланганлар ҳисобланади. Даромадларни кишиларнинг имкониятлари кенгаймайди. Унча кўп бўлмаган аҳолининг бой қатлами телекоммуникация воситалари билан олдиндан таъминланган бўлади, камбагаллар учуи учалик арзон булмаган ахборот восита -лари факат орзу бўлиб қолиши мумкин холос. Худди шунингдек ҳо-лат дифференциаллашган корхона ва ташкилотларга ҳам гаьлуқли дир.

Маркетинг тадқиқотлари нафакат талабни ўрганиш, балки эгилувчан тариф сиёсати оркали талабни бошқариши, аҳолининг да-ромадлари кўпайиши билан талабни ҳам кўпайишини ҳисобга олиши лозим.

Масалан, шаҳарлараро ва халқаро алоқа каналларига бўлган талабни аниқлаш учун, 3-4 йиллик маълумотларга асосан ҳар 1000 абонентга тўғри келадиган алоқалар сони ва уларнинг давомийлиги таҳлил этилади. Улар асосида 2-3 вақт бирлиги учун олдиндан вақт қатори экстраполяция килинади. Агарда ҳосил бўлган эгрилик сил-лик кечса, унинг давомини прогноз кўрсаткичи сифатида қабул қилиш мумкин. Бу таҳлил мавжуд абонентлар учун ҳам, бўлажак абонентлар учун ҳам талабни прогноз қилиш

имкониятини беради. Умумий натижа уларнинг суммасига тенг бўлади.

Талабни прогноз қилиш учун айрим ҳолларда экспертлар баҳосидан фойдаланилади. Бунда телекоммуникация соҳасида ишла-ётган ходимлар, раҳбарлар ва телекоммуникация билан боғлиқ бўлган бошқа ходимлар эксперт сифатида танланади. Улар ҳолисона ўз ҳисоб-китобларини таклифларини ва баҳоларини беришлари мумкин. Бу усул ҳам ўз камчилигига эга, чунки айрим жозибатор лойиҳалар назардан четда қолиб кетиши мумкин, ваҳоланки экс-перт баҳолаш эҳтимол бўлган талабни аниқлаши мумкин ҳолос.

Энди умумий ҳулосалардан аниқ ҳисоб-китоблар ва мисол-ларга ўтишимиз мумкин. Бунинг учун ҳам назарий, ҳам амалий аҳамиятга эга бўлган, прогноз қилишнинг бир канча жиҳатларини кўриб чиқамиз ва натижаларни иккига ажратасиз:

-сон жиҳатдан:

-сифат жиҳатдан.

Сон жиҳатдан прогноз қилишнинг классик мисоли сифатида телефон тармогининг сигимини прогноз қилишни келтириш мумкин.

Сифат жиҳатларни прогноз қилишга мисол қилиб телекоммуникациянинг янги хизмат турларини келтириш мумкин.

Телекоммуникациялар учун, қуйидаги кўрсаткичлар ўзгари-шини прогноз қилиш муҳим аҳамият касб этади:

-электр алоқаларининг, компьютер тармоқларининг ва бошқа хил ахборот технологияларининг улушини;

Бу кўрсаткич тармоқ ва унинг элементларига қўйиладиган талабни аниқлашда ёрдам беради.

-иккиламчи тармоқларда фойдаланиладиган терминалларнинг ўсиш даражаси;

-бирламчи ва иккиламчи тармоқларни сонли тартибга ўтказиш жараёнининг динамикаси ва уни тадбиқ этиш даражаси;

-истикболли ва йўналтирувчи тизимлардан фойдаланиш. Уларда энг илғарлари ОК (оптик. кабель) ва радиоалоқа ҳисобланади.

Прогноз кўрсаткичларни аниқлашнинг классик ва оддий усулларида (самаралироқ) бири статистик ахборотлар асосида тадқиқотлар ўтказиш киради. Бу усул регрессив таҳлилга асосланган бўлиб, регрессия коэффицентлар энг кичик квадратлар усулида (метод наименьших квадратов) аниқланади.

Келтирилган функциялардан статистик маълумотларга энг яқин келганларидан биттаси танлаш лозим бўлади. Қидирилаётган функцияни танлаш жараёни қуйидагича амалга оширилади.

-энг кичик квадратлар услуги билан барча функциялар учун ҳар бир эгриликнинг номаълум коэффицентлари топилади;

прогнозни амалга ошириш учун эгрилик хатоларининг мини-мал хатолигига мувофиқ мос рапишда детерминация коэффицентининг максимал қийматига асосан;

Танлаб олинган «эгриликка асосан нафақат тадқиқот ўткази-лаётган жараёни прогноз қилиш, балки прогноз бажарилаётган даврга қараб унинг хатосини ҳам аниқлаш мумкин.

Ушбу усулни умумий фойдаланиш телефон тармоғининг си-гимини бирламчи узатиш тармоқларининг узунлигини, хизмат кўрсатаётган ходимлар сонини ва бошқаларни аниқлашда фойдаланиш мумкин.

Юқорида қайд этилгандек янгидан қўлланилаётган телекоммуникация турлари ривожланишини ушбу услубда аниқлаш нотўғри натижаларни бериши мумкин, масалан, интеграл хизматнинг рақамли тармоғи (ИХРТ), абонентлик тармоғидаги оптик кабелнинг улуши ва бошқалар.

Электр алоқаларининг асосий кўрсаткичларини прогноз қилишда фундаментал масалалардан бири бу турли хил телекоммуникацияларнинг ривожланиш истиқболларини баҳолаш ҳисобланади.

Ушбу баҳоларнинг миқдори электр алоқалари тармоғининг барча жабҳаларини ривожланишига таъсир кўрсатади.

Гарбнинг ривожланган давлатларида эксплуатация қилинаётган телефон терминалларининг сони телекоммуникацияларнинг бошқа турларидан анча кўп булсада усиш суръатлари буйича ахборотларни узатиш ва уяли алоқанинг ривожланиш суръатларидан анча орқада қолмоқда, уларнинг ўсиш суръатлари мос 4,0% ва 25%ни ташкил этади. Ушбу тенденция келажакда ҳам қолишини кузатиш мумкин.

Қуйидаги график (4.3.Расм) металл симлардан тузилган кабел тармоқларини оптик кабел базасида амалга ошириладиган рақамли трактларга олмаштириш динамикаси ва прогнози кўрсатилган.

Бу графикда шу нарсага эътибор бериш керакки пастки эгриликда кенг қамровли интеграл хизмат кўрсатиш тармоғидан фойдаланувчилар эмас, балки потенциал кўрсатилиши мумкин бўлган хизматлар келтирилган.

Электр алоқаларини ривожлантиришнинг муҳим томонларидан бири – бу тармоққа кириш радио ускуналарида фойдаланиш имкониятидир. Радио ускуналарида фойдаланиш индивидуал абонентлик алоқаларини яратиш ва алоқа тизимига кўп маротаба кириш имкониятини яратади.

Телекоммуникацияларнинг ривожланишида, улардан фойдаланиш сифати муҳим ўринни эгаллайди. Бу масала ривожланган давлатларда рақамли техника ва коммутацияни қўллаш асосида амалга оширилмоқда. Уларнинг тадбиқ этиш бошда қуйидаги учта мақсадни кўзда тутгай эди:

-рақамли техника ва юкс.ри технолошяли мшлаб чиқаришга асосланган арзои воситалардаН"с[юйдаланиш:

-телекоммуникаця техника ва ускуналари банд цилган май-донларни камайтирмш;

-хизматчиларга маиш сифатида тўлападигап харажатларни камайтирмш мақсадида уларнинг сонини камайтириш.

Ўсиш



4.3.Расм. Оптик кабел ва кенг қамровли рақамли интеграл хизмат тармогининг тадбиқ этилиши динамикаси ва прогнози

—•— -комутация тизимп

—■— -абонентлар тармоги

Бу вазмфаларни бажарилишини таъминлаш учун терминал. ускуналарни тадбиқ этиш борасидаги жараёнлар амалий аҳамиятга эгадир. Уларнинг қўлланилиши «Multimedia» тизимини пайдо бўли-шига олиб келди.

«Multimedia» «фойдаланувчи-тармоқ» интерфей-сига суянади. «Multimedia» бозорининг интенсив ўсиши рақамли ин-теграл хизмат тармоғига уланувчи мижозларнинг сонини кўпайи-шига олиб келади.

Назорат учун саволлар:

1. Телекоммуникацияларни ривожлантиришда маркетинг тадқиқотларининг аҳамияти нимада ?
2. Маркетинг тадқиқотларининг йўналишларини кўрсатиб ўтинг?
3. Оптик алоқанинг бошқа турдаги (симли) алоқадан нима афзалликлари мавжуд?
4. Рақамли телекоммуникация технологияларининг афзалликларини санаб ўтинг?
5. «Multimedia» тизими нима ?
6. Телекоммуникация ва ахборот технологияларининг сифатини ошириш кайси йўналишларда ривожланмоқда ?
7. Электрон алоқа тизими (e-mail) нима?

Изоҳли луғат:

Телекоммуникация хизматлари-телефон ,шаҳарлараро,давалатлараро сўзлашув,факс,компьютер ва шу кабилар.

Модул Analyzer-маркетинг тадқиқотларини автоматлаштиришдир.

Янги ахборот технадопши-- компьютерни тадбиқ қилишга асосланган технология.

Иқтисодий ахборотлар — режавий, башоратли, меъёрий, технологик лойиҳалашларга оид маълумотлар.

Маълумотлар базаси— муайян соҳадаги масалаларни аниқ қоида бўйича ечиш учун зарурий маълумотлар тўпламидир.

Мавзу-5.Ўзбекистон Республикасида коммуникация бозори тизимининг ривожланиш имкониятлари

- 1.Коммуникацияларни ривожлантиришнинг иқтисодий манбалари
- 2.Коммуникацияларни ривожлантиришда миллий имкониятлар.
- 3.Халқаро институтларни жалб қилиш
- 4.Халқаро иқтисодий муносабатларни ривожлантиришда транспорт—йўл коммуникациясининг ахамияти.

Телекоммуникациялар республика иқтисодиётининг энг динамик ривожланаётган соҳаси ҳисоблашиб, унинг ишлаб чиқариш салоҳияти юксалмоқда янги техника ва технологиялар тадбиқ этилмоқда. Ҳозирги кунда ёрдамчи ишлаб чиқариш деярлик тўлиқ равишда давлат тасарруфидан чиқарилган. Телекоммуникациянинг асосий корхоналари ва жиҳозларини ҳам турли мулкчилик шаклларига ўтказиш борасида улкан ишлар амалга оширилмоқда.

Тошкент шаҳрида «НЕК» ва «Сименс» компаниялари берган кредитлар туфайли станцияларни ўзаро боғлайдиган мустаҳкам рақамли тармоқ гапга туширилди.

Алкател ва Сименс компанияларининг ёрдамида 'Тошкент, Самарканд ва Наманганда рақамли АТСлар шига туширилади. Ўзбекистоннинг телекоммуникация бозорида Эриксон Моторола ва шу каби машҳур фирма фаол ишламоқдалар.

Хорижий инвесторлар билан телекоммуникацияларни ривожлантириш буйича ишлаш бу компаниялар билан Ўзбекистон ҳукумати ўртасидаги шартномаларнинг тузилганлигидан сунг амалга оша бошлади.

Япониянинг ОЕСФ фонди кредитининг узлаштирилиши диққатга сазовордир. Қорақалпоғистон Республикаси, Хоразм, Бухоро ва Навоий вилоятларда 88 та электрон АТСлари ишга туширилди. Улар сизими 252 минг номер-булиб. ундан 100 минги телефон алоқаларини ривожлантириш базасига мулжаллангандир. Нукус, Урганч, Бухорода 21 минг портга мулжалланган рақамли АТСларига туширилди. Андижон ва Фарғона вилоятларида телекоммуникацияларни ривожлантириш учун Кореянинг EDCF фонди кредитларидан 15млн.\$ миқдорида лойиха амалга оширилиаяпти. Булардан ташқари 30млрд. сумдан ошиқроқ ички маблаглар (уз маблаглари, ички кредитлар бюджет маблаглари) телекоммуникацияларни ривожлантиришга йуналтирилди. Буларнинг барчаси Узтелеком АКнинг қисқа муддат ичида инвестициявий жозибадорлик жихатидан алоқа соҳасида худудий ҳамкорлик ташкилоти аъзолари (ИАХ) орасида олдинги нозимларни эгаллашига замин яратди. ИАХ ларда 24 та аъзо булиб, хақиқий аъзолар 7 та кузатувчилардир. Фақат 2007 йилнинг узида 43,4 млн \$ хорижий инвестициялар олинди. Бу ИАХ аъзолари орасида туртинчи натижа ҳисобланади. Тоза фойда ҳажми жихатидан республика Россия ва Украинадан сўнгиккинчи ўринга чиқди. Ўзбекистоннинг капитал куйилмаларини фойдалилик даражаси ҳам юқоридир.(жадвал-

нинг улуши атиги 19%ни ташкил этади. 70% ортнк бмрчамчм Т9|ч\|\"г
еимметрик гсабеллар бллан амалга оііііі|>n.;ia,mi.

1n11!итал кўлл.шаларпшл |*ч ллима^гллл соҳалл рлможлашшш mi
геклплаллггмрмокдн. асигаи цишлоқ ••копларда.

Г»у муаммони рчиплшиг г»иг i:nM,t|>;vn- \|ў.:|n - хусусийлашти-рнп.1
жараоним тезлашгирлш i;a гт^гпчнк хорлжмл инвестирни жало
кллшлдир.)99о-199)) 'Пплларда '/'.'*% м m сўмлик акипялар эр-Kіііі
апмлгаи. 777 млн гўм^пк акиил г«<:;!ia i коллективларига имги-ёзли
шарглларда сотмлгаи."

Худудий ва ка.-л;аро unej.>:итир^к^.чииг- акцияларшш ягона' via-кег
сиг})атида еотмш гамарли.» ҳисоП. ишади, бунинг учун соҳанлнг
сгруппур.аси ва хуцуций"* бллаешш . ўз1ч«|.»тмрнш лознм бўладм »&
кумТ!;]итн1Ла'р1т"ама;л^

miі.7i.-iіitii длсту|>ли nm;i іга (п11111 пн11 j >;• мivасида
Ў:\$Г)О1сис'Г(m1111w телекиммунмкация larMorinnr ре^чнс.труг/.шк;
килиш ва ривожлаиғи рмш ују'и шпзестмцялар .%a.vigi\nnni ц^чг.цц i;;
пайтирпш:

-акцио:НЈфЛ1!к жамият.iaj)ii иа кммп^нпя.чарнинг инвестиияБлй
лсо.чноадирлигпил ошпргли.

13у иорада маълум кадам ■кўлл.чди: J- врола чараккмёт ва ри-вожланмш
Оанкп Ст\| томонд-ш. Давл.чт мул-.; кўмитасм ҳамда Ўзбе-кмстоп Почта
ва телекоммуникацп;) ;i:eu г.пим иккинчн томондан <Ўзтедеком"
комнанмяснп хус-усил./ллпириш бўйича келишувга кўл к;ўйллдл.
Бунда давлат улулш Г'М!';,.. ^кцмяларш-шг эркин сав-д<|Д1 сотиллшл -
70'*(ва х«.»|М1М',чи 11111-.* ■ ■гирмчпг улушп Г>1%дан кам
бўлмаг.:шги келмшилдн.

1.Г'утунжаҳон банкмнши маслаҳатп Г-рдаида 1999 йилнинг !20
августмда Ўзбекиетон РеспуГк-шкаеипшп !1\|лекоммуникаиия тўгри-
сида»ги конуни қабул қилинди. Қоиун *инветшпяларнп* жалб имко-
нлягларини кенгайти)Л1Ш пмкпийат.чприйи беради ва Ўзбекисчон
аҳолмсм" учун теле- ва радичзпллглругмп.! ірпн 4-дастурда а.малта
(яплргллнл Гаьмлнлайди. Х<'.!ирги кумд.ч !U; f аҳолм мкки ва ундан
кўп дастур бўнича кўрсатуг..«ардни ^кнЧдал;-имши мумкин. 7()v - уч
дастур. 18% - тўрт ва ундан кўл. Лҳо.нпжш 95% - бир ва ундан кўп
дастурларни. 85% - икки ва ундаи кўп. 77(^ - уч ва ундан кўп дас-
чурларлм эшитади. "

1999 ■ йилда Ўзбекисгон Пнггри!-! ччтзимидан фондаланмш бўйича
хар 10000 аҳолига ҳисоГ-чагаида 1.21 тани ташкмл этди. Бу кўрсаткич
Росмяда (57.7, Украинада V.9.!<. Іу«зогистонда - 11.7. Ўзбе-кисгон НАХ
давлатлари орағйда гўсаси.яллл ўршши эгаллайди.

^елекоммуникацмяларминг кейлнги {мгпожм капиталнинг ми-гилишмга
ва янги ускуиаларнинг кўллашга Гч)глшсдир.

Давлат иқтисодий тараккнстинлнг муҳмм шартларидан бири товар ва
хизматларнинг жаҳон бозоргим пзгиллмк бмлаи кириб би-ришидап
мборатдир. Ривожлалши мамлаи.п-лар тажрибаси шуш»

кўрсатади. кн. граиуниМри¹ аликлари- Пу -.ч.прчоипм жадаллаштирши-
НИНГ МуХИМ ОМИЛЛДЛр

.VuGt'iviKvnm мглплкада кулнм r<>tn рафлк ўрипмм :><«i..u'iaG iVJ.
ган булеада. шу хусугмитц иллн х«чм ажралиб турадики. \
дупсмилг қитъаларинл ўзаро Гк»1. Мiij'iii :>пг пкн.н .детл:
бандаргоҳллрмга члкип; учун |;амида иккп мам'1Л1^Г,'!-И1 ўтмб
Оо|/III:(керак. Г'ПСКПСМ■ГОМИИ дан, халцаро гокларпи
авгоммп.:! i ранспиртг орқали ташшмда- Ў'Гм; кМ(ПЧ)П
'rjjaHrnofj'i-Mii.iariimiii; iiy.in.na ту\к^{'''}чл чм.л моддмй РЛ иомоддни
тўсик-пaj.) майжудлиг» lytp.Mi.nt муаймп *-мнинчп;1Пк:ул\>
вужудга келмокда.

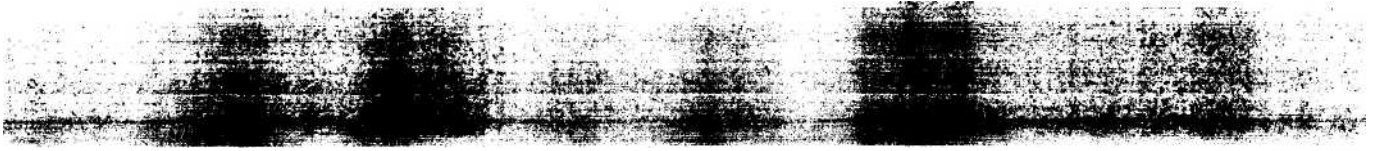
Дадммдан иисхлшяг мад-ишя пшшгг гараққиёти т\чш<'no\n' к<.-
-рмдорларини шакл.п.т1ан'пцГ|пГ1 Ои.ча-н Гюг.чмк оўлган. Кўп
у.грла.) М"-'"байггмда" шарк ва j;арGjm \':MJ><< ооглаган цмдимги
РГпак \'\ў.:n-\ нИМ. фан, чехника, техпо.-.югпн. ми.ч.ш i iарар<» 'яа
чу-цу,д^{ла}Р^{ар}(му ларииг 'жа.цал pimioginiiniilrn. маданлп
Гю11лмкларнп лашга ё|.шам бе|>гаи. Xfjupin паГпда угнпгг
'гарлхии аҳапнтти ■■v. даимокда. Минг■ ииллар п,-т«рп
Оу.панндек. у ша|)К ва «■■;.• j.'G ўрт.и п даги кўприк бўлади. '
Д'нённнг KVii-iaf'" мамлаKin. i.iipit uniGv <1улга туташпш. V:v.H-\;U
стон кадимда ҳам уш-у улгап пулиш ;ic< сий савдо ва трансп";
тармогсларидаи оири riviраii Г>угуигм курдя Уаоекмстон Пуичк пiiгг
йўлшш тнклаш lauiаiГ>уск<м.чч i;a (.)вруп:» Нтифоқпншп (Jt;p\Min
Кавка;'. Осчк' транспсрч" кмпдоршт Kai-iva ; ва Ма|жазлГ| (кМисниУУ
янги мус:гақлл даплатларп Гшлап Гмфгаликдн. ривижлантмршша Ier,-ник
ёрдам кўрсатиппа <>ид ТГЛ('ЕКЛ '{Оирупо - Кавка.ч - Оспс
трансиор'}¹ йўлагл) - дасгурлншл фаол ллпчгрокчиси сифатмда у JH
нинг ноёо географик аҳа\Л1Я11ЛЛ1 саклаб қол \и.

Тарлхда <-Букж млак iiy.;m номи fii;iaii машхур Гу.-лан. :vJ.:I миздал
аввалгл II асрмпнг о:\iipii;iaii. •зрамчиннг XVI асрм ОХИПНМ';;. : фаолият
кўрсатгаи ipafi.jirr саг.до лўлл дупёнмнг 5'ша давр.;1a|лца Хитойдан
Шммоллй-' Лфрлка па •Мгланиягачг! бўлган худудда';и <Vii ча
мамлакатларинл ўзаро боғлагаи

Ҳозирги пайтда. XX а/|.>нпшохирида Хитойни ТРАСЕК.Л i> ридорл
орқали Овруш» Gn.iaii i\чаттлру! Л1 «Янги ипак iiy.'ni in-тиклаш
гияии, аиваламиор. лпгг.нрокчи-м 1млакатла|>. тутнил» i жаҳон
хамжамилгл. Упрупо ilrпajпua! фаол. шгда. амалга ошмшсдп

Кўп ҳолларда пк;тлс:одлл <-иссат. савдо ва транспорт к.олдала-риi,
траиспорт ва сапл<> (Missarn соҳасмдаш мақсадлари турллча бўлган
давлатлар ии.гглр^жлда¹- пи. чашишнл кўп томонлама асо'-ди самаради
тарзда ташкпл ;гшшг; д«?нр ма1-:алани ҳал қилиш долз^рг» муаммога
айландл. Шунлел |)авл1a1п;н, буидай ҳолатда аниқ маса.ча лар бўймча
5^уза]У) олр-Оирллп тутуиш баъ.;ан қийин бўладм. амг.т. иккинчи
томондап. бумдаи КОНСfiicvi га эрмшилгач, у кўпчшлис кьмо нмдан
кабул цил)Л1адл.

Шу бйлан ииргалкда УаГич лстоп импорт юкларинн Трлм--ьсавказ
кормдори Оўйича гашил!да муцдЦн ^пйинчиликдар gvni.ni



ll;i:top;rr учун[ачюлмир:

J, y.iOciaicuHi.i;) гслекоммунннгнцялрни ривоже-iiiiiit /oj/ic/i
<ши..!/.ча/>г;-г Оог.чпқ?

2. 'Гс.!!c*!c<>ммуш!lалЦШl.ча/)ни ртипжшпгнршишинг нн
^^.●"^^^[^] tu<ч.у{n№ MтiiiOнпjinpiiuu c.uino yinin /

^K ^A 'Λ' ΛΓllε<у' 'I' 'l' /ifiMri-?

^A ^H ^- Ifofiw sopiuaifi <l>np,M;i.:;ip ў.ч м.чачаг.иармни
У.чС><-*~

ШЯ htwTOHr,: TciercoiММулн яцили! рнкожлантпрти

МвГ учу)l !ШlШТгпиур? •...:..■■...■,.... ^

иF 5. lynftcn 'nu.io:i;J.i;ip onrtfj r<vi:i.~ni ■млоцп- пп.;!;и: х..

W ■■ yiiхаро ;>рмlЧ;ч;>l> m.и-юн ч>г.и;ши;тлпр':'

a (>■ y.iOciyii- -/>»//..•/•; n\ч<ч'.u:(l ин\ рлдао н.ч пмгефонлин

</>ori/i;i.;.th/i//f ъчр.чж.гсн /7/lЛ'-д.-иН.'Uтмо/и бняан со-

#

. 'ini//Tfipr;u/y{i ix.u'U'li yriii Mripj;;?

7. 'Гслекпммутиспцияляри i рнпоисчинтиршига

иуаялтирнлпи! пти/iuiJiipiniir (шюплалгишк л.чр.м-

жасм li'n. Viii"

8. 'Гатексимупнкпцяни р.инм^тпгнрши учуи нима

hn.ijr'iw hi•/>,) />:'

9. '{'e.>jeia'u;\∧ii!ic4iuiifi гчл«.?Г//л«-; хусусипляштнрит

' '.Ticpra'i'un ly.Hi.i.in[l%{^ч.\уч\, n?

10.. 7'p;ui<ni>/>> liy.'i /,-oi\!ivyn/ii<;ufu.'iciiHiiiifr аҳамтггг инмадин

nCn>p;rr?

Изахли луғат:

ТРАСЕКА- Европа-Кавказ-Осиё транспорт йўлаги.

Ахборот технологияси — ахборот ишлов _бериш, узатиш, излаш, сақлаш ҳаледа йиғишнинг усули—услуглари тизими. Янги ахборот технологияси— компьютерни тадбиқ қилишга асосланган технология.

Маълумотлар базаси— муайян соҳадаги масалаларни аниқ қоида бўйича ечиш учун зарурий маълумотлар тўпламидир.. Коммуникация-лотин «communication» боғланаман демакдир. Глобал— Т5фли давлатларнинг ягона ахборот макони яратиш бўйича қилаётган конструктив ишларига кўмак беради.

Асосий адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг Ислохотлар ва инвестициялар бўйича идоралараро мувофиқлаштирувчи кенгашининг 2001 йил 1 февралдаги йиғилишида қилган маърузаси. «Халқ сўзи» газетаси, 2001 йил 2 февраль.

2. И.А.Каримов. Бизнинг бош мақсадимиз — жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир. Ўзбекистон, 2005 йил

3. Стив М.В — маркетинг: Разный подход к разным типам клиентов.

Полное руководство Пер. с англ. — М: Вильямс, 2004. 208 с.

4. Годовме отчет отдела маркетинга А.К. «Узбектелеком» за 2000 — 2003г.г.

5. Кичик ва ўрта бизнес корхоналарида маркетинг "тизимлари. OSCE— организация по безопасности и сотрудничеству в Европе.— Узинкомцентр, 2004.

6. Рейман Л.Д. Совершенствование систем государственного регулирования отрасли телекоммуникаций, Дисс. канд.экон. наук. Санкт—Петербургский государственный интенерно — экономический факультет, 2000

7. Резникова Н.П. Маркетинг в телекоммуникация. — Москва: ЭКО-ТРЕЕНДЗ, 2002

7. Кичик ва ўрта бизнес корхоналарида маркетинг тизимлари.
OSCE— организация по безопасности и сотрудничеству в Европе. — Узинкомцентр, 2004г

8. RIESA, Trout J. Positioning: The Battle for Your Mind. New York. Me Grau-Hill, 2001

9. Shapiro B. P. Bonona T. V. Segmenting industrial Markets, Lexington Mass Lexington, Books, 2000

Ю. Грибов В. Д., Грузиков В. П. Экономика предприятия. Практикум. 3—е изд. перераб. и доп. Учеб.— М.: ФйС, 2004. — 33 с.

П. Грузинов В. Г. Экономика предприятия учебник. 2 —е изд. — М.: «Юнити Дана» 2003.-295 с.

Қўшимча адабиётлар

12. Ўзбекистон Республикаси корхоналарида ташқи иқтисодий фаолиятни амалга ошириш.

OSCE — организация по безопасности и сотрудничеству в Европе. — Узинкомцентр, 2004.

12. Рахимов Т. «Телекоммуникации». Рынок деньги и кредит, май 2001 г. 13. Шибаршова Л., «Методика расчёта индексов либерализации в отраслевом аспекте», Т., Экономический вестник Узбекистана, №3, 2001г

15. Шибаршова Л. И. Макроэкономических аспекты развития почти и телекоммуникаций Республики Узбекистана в период рыночных преобразований, Дисс. док. экон. наук. Ташкент ТГЭУ, 2000.

Ш. Рейман Л. Д. Совершенствование систем государственного регулирования отрасли телекоммуникаций, Дисс. канд. экон. наук. Санкт — Петербургский государственный инженерно — экономический факультет, 2000

Сайтлар:

<http://www.Kellnet.com/embir>

<http://www.Antimon.Uz/rus/pi.html>

www.Fera.uz

[www, marketsurveys. ru](http://www.marketsurveys.ru)

http://cfin.ru/marketing/index_shtml.



Мавзу-6. Ахборот технологиялари ва коммуникацияси тизимини шакллантириш

1. Мамлакатни иқтисодий кудратини ва рақобатбардошлигини оширишда жамиятни ахборотлаштиришнинг аҳамияти
2. Ахборот технологиялари коммуникациясининг статистикасини йўлга қўйиш
3. Ахбороттехнологиялари коммуникациясини бозорининг кўрсаткичлари
4. Ахборот технологиялари коммуникациясидан фойдаланиш ва хизмат кўрсатишнинг таснифлари

Ахборот коммуникация технологиялари бозорини шакллантириш ва ривожлантириш мамлакат иқтисодиётининг деярли барча соҳаларида кенг имкониятлар яратиб бермоқда.

Иқтисодий ҳамкорлик ва тараққиёт ташкилотининг (ИХТТ) маълумотларига кўра, 90 — йилларнинг ўрталарида жаҳондаги ахборот— коммуникация технологиялари билан боғлиқ ҳолда ишлаб чиқарилган маҳсулотлар ҳажми 711 млрд. АҚШ доллари миқдорида баҳоланди. 1985—1994 йилларда йиллик ўртача ўсиш суръати эса, ушбу кўрсаткич бўйича 8,7% бўлиб, жаҳон ялпи ички маҳсулотининг ишлаб чиқариш динамикасидан деярли бир ярим баробар юқори бўлган. 1997 йилда ИХТТ мамлакатлари бўйича ахборот — коммуникациялар технологиялари учун сарфланган харажатлар ялпи ички маҳсулотнинг 7% ташкил қилади. Ушбу технологиялар бўйича Ирландия ва Япония экспорти 29 — 30%, АҚШ-20%, Буюк Британия-19%, Голландия, Швеция ва Финляндия — 15 — 16%ни ташкил этган. (7) .

1975—1995—йилларда АҚШ шахсий компьютерлар паркиннинг қиймати 200 баробарга ўсди; телекоммуникация воситалари — беш марта; ахборот технологиялари ишлаб чиқариш соҳасида банд бўлган кишилар сони 1995 йилда 2;5млн бўлган бўлса, 2007 йилда бу рақам 3,8млн бўлиши кутилмоқда. Ахборот коммуникациялар технологияларидан фойдаланилаётган ишчилар улуши АҚШ иқтисодиётининг айрим соҳаларида 50—80% ташкил қилмоқда. Канада, АҚШ, Янги Зеландия ва Финляндия мамлакатларидаги хонадонларнинг учдан бир қисми, Дания, Австралия ва Норвегияларда 45 — 50% шахсий компьютерлар билан таъминлангандир. (12)

Бозор иқтисодиётининг Ўзбекистон Республикасида шаклланиб бориш истиқболлари ва ривожланиш, ишлаб чиқариш, фан ва

таълим соҳала|5и суръатларининг юксалиши, инсоилар турмуш ша-роитининг ўсиши, асосан ахборот- коммуникациялар бозорй товарла-рининг қай даражада самарали қўлланшшм билан боғлиқ.

і

Жамиятйи ахборотлаштириш иқтисодий жйҳатДан етакчилик курашида мамлакатнинг қудратп ва рақобатбардоШЛйғйни белгилов-чи омиллардан саналмоқда. Жаҳон ахборот-коМмўникацияЛар технр-логмялари бозорининг 80 % дан кўпроги «Катта еттилик» мамлакат-ларига тўғри келиши беж^з эмас' албачта. - Айнан етук индустриал ■ мамлакатлар ушбу соҳадаги энг замонавий ютуқлардап баҳраманд бўлмоқца. Шунинг учун ҳам, улар бмлан илмий-техник жйҳатдан унчалик тараққий. этмаган мамлакатлар ораСйдаги фар^ кундан-"~ кўнга дртиб борапти- Шўлардан дселиб чйк|савГ ҳолда, бозор йқтйсь диётйга ўтиш~ж^р;аё|шда йқтис()Д|ш ўсишйНйГ аеосйй омйлларидадан хйсобланмйш ахборот^коммуиикациялар техноло!гиялари рибожла-нишйни янада фаоллаштйриш керак.

« МамлакатйМиз амалиётйи шуни кўрсатмоЙДагй^ давлат ва му-. ассасалар стауистцка тизими ахборот-коммунй|сацйя технологиялари билан боғлиқ бўлган турли хмл фаолиятларни тўлиқ қамраб олмаган. Бундан ташқарй, якйн кунларгача ушбу категория Дайлатил|из ста-тистикаси тушунчалари таркибига кирмасдм ҳамда мавжуд маълумотлар хисоблаш технйкась ва алоқалар билан боғлиқ эдм. Бу бора-да ■ Макройқтйсодиёт ва статистика вазирли^и томонидан киритилган «Ахборотлаштйриш» №-нт ШАКЛ ҳозирчалик кўтилган натижалар-ни бермаяптй. Ахборот-коммуникациялар бозорйнинг шаклланпб бор-мшинм ифодаЛовчй мазкур статнсгик хисобот ўз таркибига қуйм-даги бўлимларни қамра^ олган: мавжуд компькэтерлар тўғрмсида маълўмот; фойдаланиладиган тармок қобйқлари; амалйй ахборот ти-зимларй; халқаро Интернет тармогидан фойдаланйш.

Ю^орйда қайд қилиб ўтганимиздек. ахборот-коммуникация / технологиялари бозори статистмкасинм йўлга қўййш борасмда «Ахборотлаштириш» №-нт ШАКЛнинг киритилиШй ЎзбекИстон Рес-публикасьда бу борадаги амалйй ишлар бўййча дастЛабки қадамлар хисобланадй. Ўшбу статйстик хисобот хужжа-Шнййг асосйй мақсади қуйвдагйча: -ташкйлотларда ахборот-коммуникацияЛйрй технологйялари-инг корхонада мавжудлмгм ва фойдаланмш даражасй ҳақйда стати-стик ахборот ййғйш; -ушбу соҳа товарларшш иш.чаб чиқарувчй корхона ва ташки-лотлар фаолйятинй тадқиқ этиш.

Амалиёт, юқорида келтлрмлган стачистик шаклда ахборот-коммуникациялар •технологияларини қўллаш бўййча дойМий стати-стик кузатишлар борасида, кайси чехник восйта вк ДасФўрйй маҳсу-лотлар «қандай масалаларни ечишда қўлла*Шл^ётганлШ| ҳамда уларнй қўллаШ уййу корхона ва таиИсйлЧ^йарЙИШ¹ Й|§тисодий

- ' -if

кўрсаткичларига *цай* даражада таъсир кўрсатганлиги ҳақида «4» аълу-мотлар йўқлиги кўрсатмоқда.

Шундай қилиб, ахборот-коммуникациялар технологиялари статистикаси тизимчи ишлаб чиқиш ва махсуа статистик кузатиш-ларни йўлга солиш ушбу бозор секторни шакллантиришда муҳим рол ўйнайди.

Ахборот-коммуникация технологиялари статистикаси - бу йқ-тисодий статистиканинг -. Оу мқтисодий етатистиканинг энг янпз йўналишларидан ҳисобланиб унинг тушунчалар, таснифланиши ва кўрсаткичлари яфақат мамлакатимиз, балки лхадон амалиётида ҳам ҳали тўлиқ шаклланиб йўқ.

Шунта 1^р1[масдан Грп'вижланга] Ё'~мШЛа1ка^лар (Япония, Швеция, АКШ, БуШК Ёритания, Канада/ФШШндия ва бошқалар) анча-гина тажрибага эга. Бу борада ИХТ1¹ ва Евростатистика ташкилот-ларининг халқаро стандарт ишлаб чиқиш бўйича олиб бораётган ишлари Ёй таъқққЛаб ўтиш жоиз.

Жаҳон. Байқий маълумотларга ыгараганда, Мийлий ив;тисодиети тараққий э!тан (ййлик кўшимча ўсиш суръати гся^ори бўлган) мамлакатларда жамийнинг ахборотлаштириш мйДёлсси (Information Society Index) ҳам баланд экан. 1999 йилги маълумотларга биноан, ду-недаги ривожлайгай ва ривожланаё#ай 55 та мамлакатнинг жаҳон ялпи мийлий маҳсулотни яратишдаги улуши 9*7% ни ва ахборот-коммуникация технологияларига бўлган жамий хаража^ларнинг 99 % ни ташкил этган. Жаҳонда иктисод ва жамиятий ахборотлаштириш бўйича биринчи ўрмни -Швеция, иккинчи ва ўчинчи ўринларни. АКШ ва Финляндия эгаллаб турмди.

Илм-фан тараққиети, иктисод юксалиши ва турмушда компь-ютер, телефон, телеграф, факс, электрон почта^ Интернетни кенг жорий қилиш Натижасида юқорида санаб ўтилган мамлакатларда аҳолм жон бошига маҳсулот ҳажми ҳам юқорй.

Жамиятий ахборотлаштириш индексй ҳар бир мамлакатнинг ахборот-Коммуникация -технологиялари бозорийг кўййДагм кўрсаткич^лари (уларнинг сонм 23 та) асосида баҳоланадй:

1.Компьютерлар инфратузилмаси: фойдаланишга кмригила-ётган шахсий компьютерлар сони; хонадонларда фойдаланилаётган шахсий компьютерлар сонм; дав.чат корхоналарида фойдаланилаётган шахсий компьютерлар сони; талаба ва ўқувчйлар фойдаланилаётган шахсий компьютерлар сони; гармоқ таркибда йшлаётган шахсий компьютерлар, '% ҳисобида; ТВ ва ДМ учун сарф қилинган ха-; ражатлар миқдори.

2.Интернет инфратузилмаси: электрон савдо қилиш ҳажми; хонадйн аъзоларнинг Интернетдан фойдаланиш Даражаси; гадбир-корларнинг Интернетдан фойдаланиш Даражайй; фан ва халқ таълими ходимларининг Интернетдан фойдаланиш Даражаси.

3. Ахборотлаштириш инфратузилмаси: хонадонларда телефон тармоқларидан фойдаланиш даражаси; телефон тармоқларидаги хат-толийқлар; локал телефон тармоқларининг Нархлари; умумий телевидениедан фойдаланиш даражаси; радиодан фойдаланиш Даражаси; ишчиларнинг ўз фаолиятда турли хилдаги факсларни қўллаши; ходимларнинг уяли телефонида фойдаланиши; кабелли телевидениедан фойдаланиш.

4. Ижтимоий инфратузилма: иккунлик ва кунлик олиш-нинг йўлга қўйилганлиги; махсус мактабларда ўқитишнинг йўлга қўйилганлиги; газёта ва журналлардан фойдаланиш даражаси; Мат-буот эркинлиги; фуқаролик эркинлиги.

" Ўзининг фикрини айтиш; жамиятнинг ахборот-коммуникациялар статистикаси жиҳатдан тадқиқ этишнинг асосини ахборот-коммуникациялар технологиялари таркиби ва моҳияти ҳамда улар билан боғлиқ бўлган иқтисодий фаолият турларини тизимли ёндашув асосида кўриб чиқиш керак. Ахборот-коммуникация технологиялари статистикаси услубининг асосий тамойилларидан бўлиб, уларга статистика кузатувларнинг бўлинмас объекти сифатида қараш лозим. Бу эса, ахборот-коммуникация технологияларини ишлаб чиқариш ва улардан фойдаланиш билан боғлиқ барча фаолият аспектига шунингдек уларнинг иқтисодий ва бошқа ижтимоий соҳаларда қўллаш жараёнини тадқиқ қилишга имкон беради. Худди Шунинг учун ҳам, йоғлиқ ёндашув ахборот-коммуникация технолоджиалари статистикаси мўлжалли йўлдан статистиканинг мус-тақил бўлишидан бери сифатида шаклланишига асос бўла олади.

Ахборот-коммуникация технологияларининг иқтисодиётда тутган ўрнини ушбу технологияларнинг йўлдан иқтисодий фаолият турлари асосида қуйидаги секторларга ажратиш мумкин:

- электрон-ҳисоблаш машиналарини ишлаб чиқариш;
- коммуникация технологияларини йўлга қўйиш, кабелларини ишлаб чиқариш;
- телеграф ва телеграф алоқаларининг техник воситаларини ишлаб чиқариш;
- сайот, технологик жараёнларда қўлланиладиган техник воситаларни ишлаб чиқариш;
- радиоэлектрон аппаратураларни ўлгуржи сотиш бўйича хизматлар;
- офислар учун машина ва воситаларни ижарага ёки лизингга бериш;
- компьютерлар билан боғлиқ фаолият.

Ахборот-коммуникация технологияларининг ўзига хослигидан ва сифатини кузатиш масалаларидан келиб чиққан ҳолда ушбу статистик кўрсаткичлар тизимининг ақлиф қилиш мумкин (6.1.-расм). Ушбу тизим таркибидан кўришиб тўғрисида, унинг мажмуавий қамраб олиниши ахборот-коммуникациялар, теlexнологияларини қўллаш

ва улар ҳолатига баҳо бермшнинг барча жаОҳаларШш ўзида акс эт-тирида. Таклмф қилмнаётган кўрсаткичларнинг тизимлиЛмк ва ком-плекслмк характеридан келмб чиққан ҳолда саноат, савдо, фан ва инновацион, бандлик ва меҳнат. алица ва бошқалар ахборот-коммуникациялар технологиялари статистикаеининг ўзаро услубий тамойилларига тўғри келишди таъминлаш лозий. Иқтисодий статм-стмканинг мавжуд бўлимлардаги усуллардаи. фойдаланиш билаи биргаликда, ахборот-коммуникация тегиолошяларининг махсус ста-тистик кузатишларини ривожлантириш кердк. Компьютер саводхон-лйги ва ахборот-коммуникация технологиялла [лшинг аҳоли томонидаи қўллаииллшм бўйича стати_стик,- ҳам сошюлогик кузатишлар олиб борллса, олипадиган натижа са1маралиро1<; бўлади.

Ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланиш бора-сида хизмат кўрсатишнинг ўзига хос томонларидай келиб чиққан ҳолда уларни қуйидагйча таснифланиш таклпф қилинадй:

-ҳисоблаш технмклариний сотиб олиш, ■ ўрнатйШ ва улардан фойдаланиш борасидаги маслаҳат хмзматларм;

-дастурий маҳсулотлардан фойдаланувчмнинг муаммоларидан келиб чиққан ҳолда танлаб олмш борасидаги маслаҳат хИзматлари;

¹ -бирламчи маълумотларйи компьютерларга Киритиш, ахборот таъммнотинм тўғри йўлга қўйиШ борасидаги маслаҳат хизматлари;

-комьютер маълумотлар базалари асосйда автоматлаип^мрмл-ган ахборот тизимларй, илмий тадқиқсп ва лойиҳалатитйриш тизмм-ларини ишлаб чидиш борасидаги хизматлар;

-технмк ва 'перйферия воситалари ва ЭХМларни таъмирлаш ҳамда гехник ёрдам кўрсагтиш хмзматлари;

-тизммили ва амалий дастурлар иакелармни мшлаб чиқармш борасидаги хизматлар ва бошқалар.

АмалИёт шуни кўрсатмоқдаки, мнтерактив хизматлари махсус маҳсулотларни ишлаб чиқармш. билан бир гсаторда стандарт технмк ва дастурмй воситалар савдос?! кўламини ҳам кенгайтирмоқда. Шу-йинг учун ҳам, интерактив хйзматларй ишлаб чиқаргай Маҳсулот-ларни сотмш борасидаги маълумотларни йшиш билан бир қаторда улар томондан кейинчалмк қайта со'ити уивii олинган деаҳсулотлар ҳажмлни ҳам ҳисобга олишни: тақозо этмоқда. Ушбу товарлари со-тишнинг жами ҳамда технмк . восмта ва дастурий маҳсулотлари бўймча статмстмк маълумотлар келтирилса, мақсадга мувофиқ бўла-ди.

Ушбу бозор ҳолатини оммавий статие гик текширишда маълум-МО'ijiajj базасм ва дастурмй маҳсулочмтр интеллектуал мулкнинг объекти сифатида" қараш лозим ва улар муаллмфлик ҳуқуқлари би-лан хммоялайган деб оламиз. Иқтисодий қпйматга эга бўлган ушбу маҳсулотлар реал даромад келтириб иомиддлй активлар таркибида ҳисобга олиниши мумкин. Республмкамизда 1994 йил 6 майда «Узбекмстон Республикасида элекгрин хмс».Юлаш маШинаЛари учун

дастурлар ва маълумотлар базалармни ҳуқуқий ҳимоялаш қону-ни»инг қабул қилиниши билан ушбу интеллектуал мулкларни рас-мИй рўйхатдан ўтказиш бораеида ишлар бошлаб юборилган.

Ахборот-коммуникация технологиялари корхоналари фаолмя-тини бмрдаиига тадқиқ қили.ш уларнинг йил мобайнида қилган ҳа-ражатларини баҳолашни ,са^озо этади. Ушбу корхоналар маҳсулот, иш ва хизматларини ишлаб.чикиш ҳамда сотиШ борасидаги хара-жатлар бўйича маълумотларни келтмради. Ўз кучлари ёкм четдан корхоналарни жалб кмлган- ҳолда тадқи^от на йшланмалар олиб бо-риш борасидаги харажатлар миқдори алоҳида кўрсатшйшш мақ-садга мувофмқдир. Ушбу соҳа корхоналарйда ишловчиларнинг тар-кибий рўйхати ҳақидаги маълумоГЛар уларнй категориялар бўйича махсус гуруҳлаштириш билан тўлдирилади. Бундай гуруҳлаштирмш ишчшшнг маҳоратй, ишнйнг характери ва бошқа омиллар асосида амалга оширилади. Гуруҳлаштирмш таркибйда куйидаги ишчилар катеГориялари ажраатилади: олмй даражалм малакага 3ia бўлган мутахассислар|а - компьотер тмзимларинм йшлаб Чпцўвчи, таҳли-лий, дастурловчи, электроника иткенери, ало1Қа бўйича инженерлар; ўрта даражадаги мутахассисларга ЭХМларга ҳйзмат кўрсатиш опе-раторлари ва технмклар; куйи даражага эса уларни сотиш бмлн машғул ходимлар киради.

КелажакДа бу соҳа статистикасини илмий асосланган ҳолда йўлга қўйиш учун тушунчала}; аппарати,' кўрсаткичларни тасниф-лаш тизими ва гуруҳлаштирмшгн (ЭХМ тури, дастурий маҳсуло'1-лар шакли, ушбу технологияларга қилинган харажатлар тури, кш-чилар категориясй ва бошқалар) янада такомиллаштирилиши керак. Буларнинг барчаси ахборот-коммуникациялар технологияларининг Ўзбекистон Рсейубликасида тарқалиш жараёнлари ҳамда ушбу соҳа маҳсулот ва хизматларини ишлаб чиқараётган корхоналар ҳақидагл статистик маълумотларни тмзимли йигиш ва таҳлил қйлишга замик яратиб беради.

Юқорида айтиб ўтилганидек, ахборот-коммуникациялар тех-нологияларини кенг кўламда кўллаш жамиятиммз ҳар бир аъзоеп ҳаётига жиддий таъсир кўрсагмоқда. Шу бнлан БИ)ргаликда замона-вий ахборот-коммуникациял-ар гехнологияларидан аҳолинмнг турлм қатламларининг фойдаланиш даражасм тенг эмаслиги унинг дифс[)е-ренциациялашув омили бўлиП, нафақат ҳозирги, балки кейинги ав лод ижтимоий мақомини ҳам белгилаб берадм. Ушбу тенгсйзликнинг асосий сабаблари турлмча: молмявий ресурсларнинг етишмовчилигм. технологик чегараланганлик. фойда,,танувчиларнйг шахсйй хусусм-ятлари ва ҳоказо. Буларнмнг ҳаммасм ахборотлашгай жамйятда аҳо-лининг янгича табақаланишш а олиб келиши мумкйн. Бундай ижти-мойй ҳолатларни ўзида аник акс эггирган статистик маълумоглар ушбу муаммоларнй ҳал қмлишда муҳим рол ўйнайдй. Шуйинг учун ҳам, ахборот-коммуникациялар технологияларйдан хонадбнлардг. фойдаланишни аҳоли турмуш даражаси билай мос ҳолда статисгик

>?'■

кузатишларни йўлга қўйиш керак. Жамиятда ахборотлаштириш бо-расидаги турли аспектилар бўйича жамоат фикрнинг тадқиқ қилмашни ривожлантириш мақсадга мувофиқдир, чунки улар ахборот-коммуникациялар технологияларнинг кенг қўллаш борасидаги муаммоларни аниқлаб олишга имкон беради.

Хулоса қилиб айтганда, ахборот-коммуникациялар технологияларнинг мамлакатимиз. иқтисодда тутган ўрнини илмий асосланган ҳолда аниқлашда статистик кўрсаткичларнинг ушбу тизими катга аҳамият касб этиши шубҳасиздир.

Назорат учун саволлар:

1. Ахборотлаштириш нима учун жамиятнинг рақобат-бардошлигини белгиловчи дин сифатида қаралади?
2. Мамлакатда статистика тизими ахборот технологияларидан қай даражада фойдаланади ?
3. Ҳисобот ҳужжатларининг мақсади нималардан иборат?
4. Жамиятнинг ахборотлаштириш индекси кўрсаткичларини санаб ўтинг?

Мавзу—7. Интегрлашган ягона ахборот—компьютер тизимини шакллантириш.

1. Ахборот таъминотини амалга оширишда асосий омиллар
2. «Интернет» тизими бошқа глобал ахборот технологиялари
3. Ўзбекистоннинг Интернет тизимига кириши.

Интернетдан фойдаланишнинг ўзига хос ва мос миллий хусусиятлари

Ахборот таъминотини амалга ошириш муаммосини ечиш учун куйидагиларга эътиборни қаратиш лозим бўлади: — Ўзбекистон Республикасининг ягона интегрлашган ахборот — компьютер тармоғини вужудга келтириш; •

янги компьютер технологиялари асосида тизимлар фаолиятининг самарадорлигини ошириш; товарлар ва хизматларнинг цивилизациялашган бозорини

шакллантириш; товар ишлаб чиқарувчилар ва истеъмол қилувчилар орасида беамалол ахборот олماшинувини амалга ошириш;

иқтисодий ривожланишнинг оператив ва перспектив прогнозлашни амалга ошириш; хорижий давлатлар, халқаро институтлар, ташкилотлар ва граждандар билан ўзаро ахборот алмашувини йўлга қўйиш;

— «электрон савдо»ни амалга ошириш ва бошқалар (Ю)

Бутун дунёда ва шу жумладан Ўзбекистонда амалга оширилаётган иқтисодий ривожланишни беқиёс даражада юксалтиради.

Бу ўзгаришлар энг аввало халқимизнинг салоҳияти ва телекоммуникацияларнинг ривожланиши билан ҳам боғлиқдир. Ундан ташқари телекоммуникациялардан фойдаланиш Ўзбекистонни дунё хамжамия — тига киришини осонлаштирди. Маалан, бу борада муҳим аҳамият касб этган ахборотларни узатишнинг давлат тармоқи "UzPAK" корхонасини келтириш мумкин. "UzPAK" корхонасини ташкил этишнинг асосий сабаби, иқтисодийнинг бозор шҳакли, алоқаларнинг тез ва сифатли амалга оширишига бўлган талабнинг юксаклигидир. компьютер техникаси, янги глобал ахборот технологияларини фойдаланиш ҳолда қондириш масалаи «Интернет» тизимига ўхшаган тизимлар орқали амалга оширилиши мумкин.

Ўзбекистонда банк тизими, солиқ тизими ва ушлан боғлиқ бўлган кўи «миқдордаги ахборотлар массив-ши узатишга эҳтисж туғилди.

Маълумки 10 йил аввал Искра» деб номланган тармок мавжуд эди. «UzPAK» ушбу тармок базасида ташкил қилиниб -ахборотларни узатишнинг миллий оператири. деб ган илиндл. 1994 йилнинг 5 феврилида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг «Халқаро тармокқа, шу жумладан Интернетга уланадиган ахборотларни узатишнинг Миллий гармин -«UzPAK»ни ташкил этиш тўғрисида»ги қарор ЧНРСДЛ.

-фойдалиликка эришиш; -социал мажбуриятларни бажарит.

Бу муаммони ечиш учун а.чоқа операгорлари олдига мажбурят кўймасдан балки шартга асосан п.м. нуви ажратмаларни қилган мақсадга мувофиқдир. Мас.чан Буки Британиянинг бу борадаги тажрибаси шундан кўрсатдики, маълум тарзда маълумий механизмларни шартли тармақларни тенглаштириш имконини берди (таннархи камайтириш ҳисобига) ва янги алоқа ташкилотларининг пайдо бўлиши шартли бўлди.

Европа Иттифоқи давлатлари телекоммуникация ва алоқа тармақларни монополаштиришга қаршидилар. 1998 йилдан бошлаб бу жараён қонуний асосга эга бўлди, бу эса телекоммуникация технологиялари ва хизматларига рақобатни кучайтиради.

Ҳозирги кунда Япония ва Европада юзлаб ташкилотлар комбинациялашган алоқа тармақларида фойдаланмоқдалар, бу эса ушбу секторларда рақобатни вужудга келтиради ва бу ҳолат хизматларга бўлган талаб ва таклифни ўсишига, сифатни оширишга олиб келади.

Юқорида қайд этилгандек диверсификация, бир вақтнинг ўзида технологик жиҳатдан бир-бирига ўхшамаган ва боғлиқ бўлмаган технологик ишлаб чиқариш турларининг бир вақта ривожланишидир. Диверсификация бир неча формаларда амалга оширилади:

-горизонтал. Ҳар хил истеҳсолчиларга (мижозларга) мўлжалланган турли хил хизматларни-вертикал. Турли хил хизматлар оқимли товарлар ҳаракатининг турли йўлларида фойдаланишни таъминлаш;
-портфельли. Иқтисодийнинг турли соҳаларда ва қимматли қўғозларга маблағларни йўналтириш.

Кўрсатилган хизмат турларини кўпматли хизматга диверсификация бир соҳада олинадиган фойдаларни хизматга нисбатан бўлган ишқа хизматларни қоплаш имконини яради. маълумий, моддий, меҳнат ва бошқа ресурслар билан шаклланиган ва янгидан вужудга келадиган талаблар чегарасида маневр қилганга йўл очлади.

Бозор шароитида рискларни минималлаштириш муҳим аҳамият касб этади. Телекоммуникация ва аҳолиларни гўшмида диверсификация (ҳа) томоплама асосини учун қулидагилар муҳим ҳисобланади:

-ўзига хос хусусиятга эга бўлган янги хизматлар бир вақтда кўрсатилиши;

тарифларнинг моделлини янги қилди;

яратилган янги хизмат турларининг прогноз қилини. Ўз навбатида ушбу прогнозни амалга ошириш бир неча босқичларни ўз ичига олади:

-янги хизматлар учун ўлишига асосланган, янгиликни па фойдаланишни белгилайдиган омиллар; ушбу ишнинг янгиликни хизматларнинг камчиликлари ва оўш жогичарлини аниқлаш;

-янги хизматларнинг альтернатив нармавларини мувофиқлаштириш, этиш;

-кўрсатилган янги хизматларнинг олтимал нармавларни таъинлаш;

-янги хизмат турларининг гўшмида социал-иқтисодий ва психологик баҳолини берди;

-хмзматларни тлжормй (коммерческая) амалга ошириш. Асосланган диверсификацияни амалга ошириш ташк. инвестицияларни, пул маблағларни оқминл ва интеллектуал қўйилмаларни кўпайтлади. Телекоммуникация соҳасини диверсификация қилш янги ускуналарни тадбиқ этиши, мутахасомсларни тайёрлаш ва жалб этишни, истеъмолчилар ва мшлб чиқарувчилар билан янги алоқаларни ўрнатилши ва уларга мос равишда маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишни тақозо этади, бу эса телекоммуникация соҳаси корхоналарининг бозор шароитларига адаптациясини таъминлайди. Европа телекоммуникация бозорининг ривожланган тенденциясини таҳлил этиш ва бозор ислохотларини амалга оширишда мамлакатимиз олдида турган вазифалардан келиб чиқиб қуйидаги айрим хизматлар спектрини Учинчи мобил алоқаларнинг (3G) тадқиқ этилиши, уни WAP (Wireless Application Protocol), GPRS (General Packet Radio Service)лар туфами қўйишча хизмат турларини кўрганимиз имконияти тугилди.

WAP - бу глобал тармоқнинг Интернет орқали ахборотлар ва сервис ресурсларига симсиз киришди, WAPнинг спецификациясини яратиш билан WAP Forum (WWW, Wapforum.org) ташкилоти шугулланади. Бу ташкилотга телекоммуникация халқаро Глобалнинг барча йирим катнашувчиларни киради.

WAP тизимининг асосий афзаллиги шундаки Интернет тармоғида йшланиш учун қўшилган ускуна - компьютер ва модемнинг кераги йўқ, фақат WAP қўлайдиган моим телефон бўлиши керак.

WAP-сайтлар махсус WML (Wireless Markup Language) форматга эга бўлган серверларда жойлашган бўлади.

Белгалашнинг ушбу тили, моим телефони *яшишнинг* адаптация қилинган оқли, микрорашиш графика. микрорашиш: экран ва унчалмик катта бўлмаган хотирага эгадир. тақлиф этиш Масалан МТС компанияси бмринчилардан бўлимо Пн'ерне'г тармоғида ўзининг WAP -сайтми я>атди. Бу сайтда компания тўғрисидаги ахборотларни, сиссми. йқтмосдпй, спорт, ва.члаа курсм, компания ва корхоналарнинг манзили ва телефонларини. гоппш мумкин.

МТС чармоғида WAP ироччи¹дан фойдаланиш учун *iviouivi* офисининг» таркибиде қисми бўлиши ва WAP¹ қўлайдиган мобил телефони билан (Nokia 7110, Ericson 7130S, Motorola P7389 Time Post, Siemens S 35i, Siemens C 3fi).

мумкин.

Таянч иборалар:

Интернет, омилар, компьютер технологиялари, Веб —варақ, UzPAK, Искра, ахборотлар массиви, телекоммуникация, миллий оператор «UzPAK —Dial», «UzPAK Allocated Network», ахборотлар майдони, стандартизация, институту, глобаллашув, интеграция, протокол, сертификация, демонополизация, горизонтал, вертикал, портфелли, электрон органайзер, ноутбок, корпоратив тармоқ.

Изохли луғат:

UzPAK—Халқаро тармоққа,Интернетга уланадиган ахборотларни узатишнинг Миллий тармоғи.

WAP-бу глобал тармоқнинг Интернет орқали ахборотлар ва сервис ресурсларига симсиз киришдир.

Ахборот технологияси — ахборотга ишлов бериш, узатиш, излаш, сақлаш ҳамда йиғишнинг усули — услублари тизими.

Янги ахборот технологияси — компьютерни тадбиқ қилишга асосланган технология.

Маълумотлар базаси— муайян соҳадаги масалаларни аниқ қоида бўйича ечиш учун зарурий маълумотлар тупламидир.

Коммуникация- лотин «communication» боғланаман демакдир.

Мавзу—8.

Ахборот технологиялари ва глобал ахборот инфратузилмаси — иқтисодий жадал суръатларда ривожлантиришнинг муҳиммили.

1. Глобал ахборот инфратузилмаси, ривожланиш принциплари ва тенденциялари

2. Телекоммуникация ва алоқа тизимида иқтисодий либераллаштириш даражасики ҳисоблаш услуги

Ахборотлар хавфсизлигини таъминлаш

Рисклар мониторинги

XXI асрни ахборотлар асри дейилши бежиз эмас албатта. Мутахассисларнинг фикрича ахборотлар асосий бойлик ҳисобланади. Ривожланган давлатларда рақобатда устунлик ва келажакда барқарор ривожланиш янги қуроллар яратиш ёки мамлакатда мавжуд маданлар билан эмас, балки ахборотлар технологиясининг тезкорлик билан ривожланиши орқали амалга оширилиши мумкинлигини ҳис қилишмоқда.

Илмий, иқтисодий ва геополитик башоратлар XXI асрда ахборотлар индустрияси ҳажми жиҳатидан техник ускуналар ва хизматлардан устун ўринни эгаллайди. Ахборотлар технологияси ижтимоий таъминот, ишлаб чиқаришни автоматлаштириш, фан ва таълим, бошқариш тизимини интеллектуаллаштириш, миллий хавфсизликни таъминлаш соҳасига чуқур кириб бормоқда. (3)

Испаниянинг истиқбол технологияси ва ишланмалари институти (Севилья ш.) мутахассисларининг Япония ва илғор Ғарбий Европа давлатлари тажрибалари асосида 1997—1999 йилларда ўтказган тадқиқотлари бир неча янги йўналишларни белгилаб берди. Уларнинг ичида энг биринчи ўринда ахборот технологиялари ва алоқа воситаларидир.

Одатда ахборотлар технологияси соҳасини энергетика билан солиштиради. XX асрнинг 80 — йилларида ривожланган давлатларда ахборотлаштириш соҳасига йўналтирилган маблағлардан кўп эди. (14)

Худад шунингдек халқаро бозорнинг ушбу сегменти тез суръатлар билан ривожланмоқда.

Саноат ишлаб чиқарйши ривожланган жаммятга ўтиш ахборотлаштрмиришнинг интенсив рипожлантириш, глобал тармоқларни, энг аввало Интернетни қўллаш асосида амалга ошади.

Ривожланган давлатларни спиасига компьютерлаштириш бу давлатларда ахборотлаштиригйгш эктеисивлаштириш имкониятини берди. 1999 йилда А1уШда хар 100 та ахолша 52 i'a компьютер тўгри келдм. Яионияда - 21, Россмяда - 0,7. Шу йили бутун дунёда 70,8 млн. комиьютер сотилди.

Ҳозирти кунда жамиятни интенсив равишда ахборотлашти-риш даври аниқланди, дунё кибернетик кенглик аниқланди, тармоқ-ларни жиҳозла,ш индустрияси яратилди. Ахборотлаштириш динами-касиинг узлуксиз ўсиши программа ва аппарат таъмйотини зудлик билан такомиллаштиради. Яқин. вақтлар ичида хар секунда 100 трлн. Операция бажарадиган компьютерлар яратмлади, биокомпьютерлар ва атом квантли компьютерлар яратилади.

Интенсив ахборотлаштрмириш ахборот парадигмасини қарор топттириш билан бирга махсус вақт кенглигида, одам-машина ҳам-жмҳатлмгини вужудга келтиради. Бу ҳамжиҳатлик аста-секин одам-тармоқ комплексига айлаиади, бунда операторлар тадқиқот объект-лари қаерда жойлашганидан қатъий назар. реал вақт масштабида бошқарувни таъминлашда қарорлар қабул қила олади.

Ахборотлаштириш даврида рақобатбардошлик ва уиумдорлик идеялар генерацияси ҳамда ахборотларни таҳлил этишга боглик бўлиб қолади. Замонавий илм-фанда алоқа одатда Интернет орқали амалга оширилади.

90-йилларда Интернет ва электрон алоқа глобал илмий ти-зимни шаклланишига асос бўлиб, олимларнмнг ўзаро алоқасини, ил-мий янгиликлар ва билимларни оммавийлаштиришнм таъминлади. Интернет дунё бўйича тармоққа амланиб, ундан фойдаланувчилар сони 375 млн. кишидан ошиб кетди.

Телекоммуникациянинг глобал индустрияси, саноатнинг клас-сик тармоқларини ўзиб ўтиб, нефт ва кўмир саноатига яқинлаш[^] қолди. «Майкрософт» бозорда ҳозмрги кунда лидерлик қилмоқда, Дженерал Моторсдан ҳам ў:зиб кетди. Бил Гейтс ахборотлар. асри-нинг Генри Форди бўлди десак ҳам бўлади.

90-йиллардаёқ АҚШда ахборотлаштириш бўйича «супер-хайвея электрон программасп» номини олган миллий дастури қабул қилинган эдм. Дастур миллмй ва жаҳон ахборот ресурсларига оиератив, гло-бал, юқори тезликда кириш имкониятини беради. Бунда АҚШда гло-бал ахборот инфратузилмасини (ГАИ) қўллаб-қувватлаб асосий эътиборни технологик сиёсатга қаратди.

ГАИ турли давлатларнинг ягона ахборот макони яратиш бўйича қилаётган конструктив ишларига кўмак беради. ХХI асрниег асосий капитали интеллектуал, илмий, ахборот, коммуникацион са-

лоҳият ҳисобланади, ГАИм ташкил этиш давлатлар фаровоилиги-нинг ошишига имкон яратадм.

АҚШнинг ахборотлар индустриясини ривожлантиришда асосий сиёсати янги хизматлар турини кўпайтириш, хусусий секторни қўллаб-қувватлашдан иборат.

Миллий ахборот инфратузилмасининг асосий шизоиллари қуйидагилар:

- хусусий секторни инвестициялашни рағбатлантириш;
- «Универсал хизмат» концепциясини кевгайтириш;
- технологик инновациялар ва янги таклифларни қўллаб-қувватлаш;
- ахборот инфратузилмасининг тусикларсиз интерактив фаолиятини рағбатлантириш;
- тармоқнинг ахборот хавфсизлигини ва бикмрилиш: сақлаш;
- радиочастотали сиектларни бошқаришни яхшилаш;
- интеллектуал мулкка бўлган ҳуқуқни ҳимоя қилиш;
- давлат структурасининг турли даралсалари ва Суюшқа давлатлар билан ишларни мувофиқлаштириш;
- ҳукуматнинг ахборотларидан фойдаланиш имкоилти ва давлат томонидан ахборот билан боғлиқ хизматларни сотм() олишни яхшилаш.

ГАИнинг гдштирокчи давлатлар учун перспектив (>ўлган глобал лойиҳаларини алоҳида кўрсатиш мумкин:

- миллий ва халқаро лойиҳалар регистрини асосан ахборотлаштириш билан боғлиқ бўлган лойиҳаларни амалга ошириш;
- кенг иолосали тармоқларни ўзаро ҳамкорлиги (алоқаси);
- трансмаданий таълим ва ўқитиш, (тил ўрганишга инновацион ёндашувга кўмаклашиш, асосан студентларга), масофадан ўқитиш, илмий тадқиқотлар олиб бормиш;
- олимлар ва муҳандисларнинг ўз иш жойларидан туриб ўзаро таъриба конструкторлик, илмий тадқиқотчарни ўтказиш. Узаро видеоконференциялар, виртуал ишчи макони, ахборотлар банкидан биргалжда фойдаланиш ва бошқ.;
- электрон кутубхоилалар;
- электрон муземлар ва галереялар;
- фавқулот ҳолатлар шароитида бошқарув;
- соғлиқни сақлашда кўифункцияли фийдаланиш;
- генлар муҳандислиги муаммоларини катга маештабларда ечиш;
- виртуал дунё модели, тижорат ишларида кенг имкониятлар яратилади;
- ўрта ва кичик бизнес учун глобал бозорлар (дискриминациядан холи равишда ахборотлар олмашинуви орқали);
- қэлектрон ҳукумат (он-лайн ахборот технологияларидан фойдаланиб давлатнинг турли структуралари, тижорат структуралари ва граждандарнинг ўзаро ҳамкорлиги);

-миллий хавфсизлик, муаммосй; -саноат мухандислигм ва бошқалар. Евроиа давлатлари ҳам Ингернет тиаимининг имкониятлари-дан кеиг фойдаланиб бораоида иш олиб бормоқдалар.

Ўзбекистон ҳам телекоммуникация ва ахборот техиологияла-рини ривожлантириш борасида кенг қамровли ишларни бошлаб , юборди. Юқорида қайд этилган иринципларни мамлакатимиз. учун

; тўла равйшда қўлласа бўлади. Шу нарсани цайд этиш лозимки олиб

; борилаётган йшлар ҳали мақсадлар маконм эмас балки мақсадга

эришиш йўллари макони шаклланмоқда. Мақсадга эришиш учун моддий ресурслардан эмас, кўпроқ интеллектуал тамойиллардан фойдаланиш керак.

Республикада иқтисодиётни либераллаштыриш, бу жараённи ммқдор жмҳатдан баҳолаш ва даражасинл аниқлаш усулларини пхјаТМiuНН тақозо этади. Шу муносабат билан телекоммуникация ва алоқа тизимида либераллаштириш даражасини (LJ) аниқлаш услу-биётини кўриб чиқамиз. Бунда қуймдаги уч кўрсаткич бўпича аиик-ланади:

-тармоқ ичидаги либераллаштириш индикатори (LJJ);

-тармоқ атро(|эидаги макроэкономик либераллаштириш инди-катори (ташқи либераллаштнриш индекси (I/EJ);

-мамлакатнмнг иқтисодий мустақиллмги индекси (LIM).

. LI қ a_{LJJ} LJJ 4- a_{iE-f} LEJ қ a_{LIM} LIM (8.1.)

^aLJ.T^aLEJ^aILM ~ мндика'l'орларнинг (a_x) «оғирлик» коэсрфици-ентлари;

бунда 0 < a_x < 1, a_{LJJ} қ a_{iEJ} қ a_{ILM} қ 1.

LII ни ҳисоблаш учун қуйидагм ифода таклиф этилади.

LN қ P_{mp} J_{mp} қ P_{..}, J_p "I" Pjdi Jjdl -' Ps Js (8-2ⁿ)

бунда 0 < |3_x UJ < 1, p_{iup} -I- p_p қ p_{jdi} қ p_g қ 1 J_{..,p} - телекоммуникация соҳасининг монополлаштириш да-ражаси мндекси;

J_p - телекоммуникаиия соҳхасида хусусий апмтали даражаси-ни ҳисобга олувчи индекс;

J_{jdi} - телекоммуникацмя соҳасида, умумий капитал қўйилда хорижмй инвестиўиялари улушини ҳмсобга олувчй йндекс;

J_s - телекоммуникация соҳасида «норасмий иқтисод» улушини ҳисобга олувчи индекс.

Либераллаштириш даражасйга қуйидагй омиллар таъсир эта-

-нарх-наво;

- фискал; •
- монетар;
- ҳуқуқий ва бошқалар.

Бу кўрсаткичларнинг миқдорларини инобатга олиб телеком-мунъикация соҳасмдаги макроиктисодмй муҳитни либераллаштирмш даражасмни (LEJ) қуйидаги мфода орқали аниқлашимиз мумкин:

$$J_t = Y_q \cdot J_q^k \cdot T_{tt} \cdot J_{tr} \cdot Y_p \cdot J_p \cdot Y_w - K \cdot Y_{leq} \cdot I_{leq}$$

• - Y_{leq} " ташқм либераллаштиришнинг (y_x) «оғирлик» ко

LEJ қ

эффицентлари;

бунда $O < Y_x^! - Y_t \cdot Y_q \cdot Y_u - k \dots \cdot Y_{leq} \cdot I$;

J_t - телекоммуникация соҳасида солшутрнинг кўплиги дара-жасинл ҳисобга олувчи индекс;

J_q - давлатнинг телекоммуникация соҳасига араЛашувини ҳи-собга олувчи индекс (давлатнинг телекоммуникация соҳасига йўнал-тирилган инвестициялари улуши);

J_{tr} - телекоммуникация соҳасм ташки иқтисодий фаолиятинмнг либераллашуви даражасимп пнобатга олувчи индекс;

J_p - иархларни либера.ллашув индексм;

J_w - меҳнатга ҳақ тўлаш даражасинмиг либераллашуви жа-раёнини ҳисобга олувчи индекс;

J_{leq} - телекоммунмқация соҳаси ҳуқуқий либераллашув жа-раёнини ҳисобга олувчи индекс.

«Оғирлик» коэффигшентлари a, β, γ гшнг миқдорлари эксперт баҳолаш усули бмлан аниқланади.

Халқаро ташкилотлар томонидан тан олинган иқтисодий эр-кинлик даражаси хорижий экспертлари томонидан 4,4 шартли бир-лик билан ўлчанади.

Халқаро баҳояаш усуллари билан солиштирйш мумкин бўлган, телекоммуникация соҳасиинг иқтисодий либераллашув да-ражасмни белгилашда қуйидаги шкала таклмф этилади (8.1. жадвал).

8.1.жадвал

Телекоммуникация соҳасининг либераллашув даражасини баҳолаш шкаласи

Либералл ашув даражаси	Либерала ллашти риш индекейшшг в^икдорий интервали	Либераллаштириш индексй миқдо-рипи сифат томондан баҳолаш
(1)	$1 < AJ < 2$	Тўлиқ либераллашган
(2)	$2 < AJ < 3$	Лмбераллашиш даражасй
(3)	$3 < AJ < 4$	Либераллашиш даражаси ўртача
(4)	$4 < AJ < 5$	Либераллашиш даражаси паст

Индексининг миқдори 1 бўлса, хўжалмк субъектининг иқтмсо-дий эркинлик даражаси энг юқори бўлади, агарда бу миқдор 5 бўлса эркинлик йўк бўлади.

(2) ва (3) формулаларга кирган хусусий индекслар худди юқоридагидек аниқланадл.

Тадқиқотчиларнинг хусусан и.ф.ф. Л.Шибаршованинг ҳисоб-китобларига кўра, телекоммуникация соҳасида либераллашиш даражаси Ўзбекистонда 1991 Ёшлдаги 5 дак 1999 йилда 3-4 га ўзгарган, яъни кўтарилган. (*/*)*

Ҳозирги кунда ахборотлар кўпчилик ташкилотлар учун ишлаб чиқариш қуролига айланди, чунки унинг ёрдамида номатериал пул маблағлари бошқа ташкилот, шахсларга ўтказилади баҳоланади. Шу билан бирга тобара қийинлашиб бораётган ахборотлаштириш тизи-мидан кенг фойдаланиш бу ташкилотларни фаолият кўрсатишига хавф солиши мумкин. Ушбу фикрни кредит ташкилотлари ва банк-лар мисолида батафсил кўриб чиқамиз.

Молиявий оқимларнинг қийинлашуви ва кўпайиши улар тўғрисидаги ахборотларни компьютерлардан фойдаланиб ишланган-да, ахборотларни қоғоз ведомостларга ўхшаб тмклаш ва тасдиқлаш имконияти йўқ бўлади.

Ахборот технологияларни қўллаш натижасида конфиденциал маълумотлар бошқалар учун маълум бўлади, улардан лозим бўлмаган одамлар билдирилмаган ҳолатда фойдаланиши мумкин. Бунда у билан боғлиқ бўлган рисклар ўз вағстида аниқлан-илайди ва ундан келадиган захзарнинг миқдори кўпаяди.

Ахборотлар билан боғлиқ бўлган рисклар кредитловчи ташкилотларда хавфсизлик чора-тадбирлари юқори бўлишига бошқа ташкилотларга нисбатан анча юқорим бўлади.

Банклар бошқаларнинг маблағлари билан мшлаганларида улардаги мавжуд қийинчилмлар бошқа кредит ташкилотларига маълум бўлса, улар бу банкининг кредит линиясини ёпиб қўйишлари мумкин, мижозлар маблағларини қайтиб олишларим ёки депозитни ёпилари мумкин. Фақат банкнинг ички сири бўлган ахборотларнинг кенг ёйилиши, нафақат ушбу банк балки бошқа кредит ташкилотларининг ишига, мамлакат иқтисодиётимга салбий таъсир этиб «домино эффекти»ни бериши мумкин.

Масалан, Францияда юз берган ахборотларни кераксиз тарқалишидан унинг иқтисодиётимга 1992 йилда 10,5 млрд. франк зарар келтирилган. Банк соҳасидаги зарар эса 1,0-3,5 млрд. франкни ташкил этади, бу эса банклар олган фойданинг 4,5-16,0% ташкил этади. Ахборот технологияларидан фойдаланувчиларнинг ўртача баҳоси 20 баллми шкалада 13,2 баллми ташкил этса, хавфсизлик - 14 баллми ташкил этади, бу албатта қониқарли ҳолат ҳисобланади. Аммо ай-рим кредитловчи ташкилотларда хавфсизлик параметрлари жуда кичкина ҳисобланади. Шунинг учун ахборотларни тарқалиш рискларини камайтириш мақсадимда айрим тадбирларни мшлаб чиқиш лозим, улар қуйидагилар:

-раҳбармлтшшг аклш 1 {атпашуви. Улар макскл-;ал мумкин бўлган рисклартш (ММР), естратешк маълумотлар рўйлтг^ини, хав-фсизлмк чораларинм кўргаида харажатлар па ютуқларнм анмклаши, ходимлар муаммоларни ҳал қилиши лозим;

-ҳолатни таҳлшш;

-ахборот тизимининг асосий хавфсизлик схемасмпн аниқлаш. Бу кўрсаткич раҳбариятни хавфсизлик чораларини ишлаб чиқиш режалаштириш усуяини аниқлашда, хавфсизлик чораларини кўришда бошқаришда, ва рйскларни назл>рат қилишда сиёсатнм аниқлашда ёрдам беради;

-бутун ходимларни хавфсизликни таъминлашга сафарбор ки-лиш;

-барча муаммоларни ечишга тизимлй ёндашув.

Банкларнинг раҳбарияти ахборотлар хавфсизлишня кўришда қилмадмган харажатлар билан рисклар ўртасидаги мувозанатни белгилашда рисклар тенгламаси деб номланадиган тенгламани ечишлари лозим.

Биринчи менглама рисклардан хавфсизлик чоралармни кўришда харажатлар ва ютуқлар миқдорини аниқслайди:

■ В қ V P - C (8.4.)

бунда В - харажатлар ва ютуқлар баланси;

V - аниқланган рискларнм тўғридан-тўғри ва у билан боғлмқ бўлган ёқатишларшшнг пул шаклидагм миқдорининг баҳо-си;

P - рискларни вужудга к.елишининг эҳтимоли; C - рмскларга қарши хавфсизлйк чо}>аларининг нархи. Шундай қилиб (8.4.) тенглама рисклар «нархи» бйлан риск-ларни камайтириш учун хавфсизлик чораларини кўришга йўналти-рилган харажатлар 5'P'1'асидаги фарқни аниқлайди, у кжобий бўли-ши керак.

Иккинчи тенглама қуйидаги кўринишга эга:

$RVi \text{ қ } S [A] [B] \text{ қ } [C] < RMT \quad (8.5.)$

бунда S - пул мивдори;

R - рисклар ва унинг олдини олиш билаи боғлиқ бўлгағ умумий харажатлар; п - рисклар сони;

A - эҳтимол бўлган қолдиқ риклар; B - рискларнинг пул миқдормдаги қиймати; . C - хавфсйзлик чораларини тадбиқ этишнинг харажатларм; A * B - риск харажатлари

Банк ташкилотларига ахборотлаШтириш билан боғлиқ бўлган рискларни ан1«^лашда умуммй таҳлил тамойилларидан фойдаланиш, ахборотларни тўплаш ва таҳлил қилишйи, автоматлаштйриш, хуло-салар қилиш учун ахборотлар олмшга имкон берадйган усул беш би-сқичйи ўз ичига оладм:

- рискларни аниқлаш;
- рискларга таълуқли ахборотларнинг конфиденциаллигини, тўлиқлиги ва мукамаллиги билан боғлиқ бўлган тасниф;
- максимал мумкин бўлган рискни аниқлаш, ахборотларни муҳимлигига қараб уларни иерархиялаштириш;"
- бўш жойларни ва зеволарни аниқлаш;
- усувор вазифаларни аниқлаш.

; Қўриладиган чора-тадбирларнинг ҳеч бири ахборотларнинг хавфсизлигини, рискларни йўқ қилишни таъминлаб бера олмайди ва

буни ташқари яши рисклар йўқсиз иайдо бўлиб туради, шунинг учун уларни доимо мониторингини ўтказиб бориш керак. Мониторинг натижасида қилинадган хулосалар прогноз характери ва ҳолати тубдан яхшилашга қаратилган бўлиши керак.

Ахборот хавфсизлиги доимо таъминлиб турилиши лозим. Назоратнинг мақсадлари қуйидагилар бўлиши керак:

1) ташкилотлар раҳбариятининг • ахборотлар хавфсизлигини таъминлашдаги роли;

2) ташкилотлар томонидан қўриладиган хавфсизлик чораларининг техника ва ташкилий ишлар;

3) қўриладиган чора-тадбирларни бажарилишининг назорати. Ахборотлар хавфсизлиги муҳим бўлган ташкилотлар нафақат

- уларнинг бошқалар томонида ололмастик чора-тадбирларни

қўришлари керак, балки нима учун картотекаларга ва маълумотлар базасига «киришган» ким «кирган», қачон «кирган» ва нима учун «кирган»лигини бўлиши лозим. Бундан ташқари олиниши мумкин бўлган ахборотларни фальсификация қилиш ва фойдаланиш имкониётларини ҳам бермаслик керак.

Пазорат у чуп саволлар:

Ахборот техиологияларипинг ривожланиш тен денциялари?

АхСю])(ггллштнрпшда рпцобат нмма билан белги- ланади?

Ахборотлаштириш бўмича АҚШнинг «Супер- хайвен^ днстурипи мазмуни нимада ?

Ммллий пхборот 'тфрспузилмасинииг а соrn и приициилари пнмада ?

ГАИнипг глобал лойиҳалари нималардан ибо- рат?

6. Телекоммуникация соҳасида либераллаштртриш . кўрсаткичлари цаидай аниқланади?

Телекоммушжация соҳасини лмбераллашувини баҳола/ IT ипсала сингшг миқдорим кўрса ткичляри қанча?

Ахборотлир хавфсизлигм қандай химоя цилишшш керак?

Ахборотлар хавфсизлнгни аниқловчи формула- ларни кслтирпб, тушунтириб беринг.

10. Ахборотлар тарқалиши ряскини камайтирши чора-тпдСтр.ипри нимадп?

Таянч иборалар:

Кибернетика, индустрия, энергетика, виртуал, генлар мухандислиги электрон кутубхона, электрон музей ва галерея, глобал, ўрта ва кичик бизнес интеллектуал тамойил, он — лайн, мониторинг, ахборотлар хавфсизлиги, рисклар. Изохли луғат:

Глобал ахборот инфратузилмаси(ГАИ) -миллий ва жаҳон ахборот ресурсларига оператив,глобал юқори тезликда кириш имкониятини берувчи дастур.

Янги ахборот технологияси — компьютерни тадбиқ қилишга асосланган технология.

Иқтисодий ахборотлар — режавий, башоратли, меёрий, технологик лойихалашларга оид маълумотлар.

Маълумотлар базаси— муайян соҳадаги масалаларни аниқ қоида бўйича ечиш учун зарурий маълумотлар тўпламидир. Коммуникация- лотин «communication» боғланаман демакдир. Глобал— турли давлатларнинг ягона ахборот макони яратиш бўйича қилаётган конструктив ишларига кўмак беради.

Асосий адабиётлар

1.Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг Ислохотлар ва инвестициялар бўйича идоралараро мувофиқлаштирувчи кенгашнинг 2001 йил 1 февралдаги йиғилишида қилган маърузаси. «Халқ сўзи» газетаси, 2001 йил 2 февраль.

2.И.А.Каримов. Бизнинг бош мақсадимиз — жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир. Ўзбекистон,2005 йил

3.Постановление кабинета Министров Республики Узбекистан от 06.06.2002г. «О мерах по дальнейшему развитию компьютеризации и внедрению информационно — коммуникационных технологий на 2002-2010 годъ 4.Шибаршова Л., «Методика расчёта индексов либерализации в

отраслевом аспекте», Т. (Экономический вестник Узбекистана,

№3, 2001г

5.Кариева Я.К.Информационное обеспечение транспортных систем в международном сообщении.Пятнадцатне международные Плехановские чтения,Тезисы докладов,27 апреля 2002г,Москва.

б.Даниэль Ядин. Маркетинговые коммуникации: Современная креативная реклама Пер. с англ. М. Веселковой. —, М.: ФАИР — Пресс, 2003. - 488 с.

7.Горбунов В.К Математическая модель потребительского спроса.Теория и прикладной потенциал. М.: Экономика, 2004,— 170с.

7. Горбунов В.К. Математическая модель потребительского спроса. Теория и прикладной потенциал. М.: Экономика, 2004. —

170с.

8. Годовне отчет отдела маркетинга АК. «Узбектелеком» за 2000 —

2003г.г.

9. Кичик ва ўрта бизнес корхонадарида маркетинг тизимлари.

OSCE — организация по безопасности и сотрудничеству в

Европе. — Узинкомцентр, 2004.

Қўшимча адабиётлар

Ю. Закон Республики Узбекистон «Об информации» 2000г. 11 . Ўзбекистон Республикаси корхоналарида ташқи иқтисодий фаолиятни амалга ошириш.

OSCE — организация по безопасности и сотрудничеству в Европе. — Узинкомцентр, 2004. 12. Рахимов Т.

«Телекоммуникации». Рнок деньги и кредит, май

2001 г.

13. Рахматуллаев М. «Глобальная информационная инфра структура. Инициативм и тенденции», Т. Рнок деньги и кредит, дек.г 2000г.

14. Шибаршова Л.И. Макроэкономических аспектм развития почтъ1

и телекоммуникаций Республики Узбекистана в период рыночных преобразований, Дисс. док. экон. наук. Ташкент ТГЭУ, 2000.

15. Рейман Л.Д. Совершенствование системм государственного регулирования отрасли телекоммуникаций, Дисс. канд. экон. наук.

Санкт — Петербургский государственньш интенерно —

экономический факультет, 2000

16. Резникова Н.П. Маркетинг в телекоммуникация. — Москва: ЭКО-ТРЕЕНДЗ, 2002г.

Сайтлар:

1. [http://www. Kellnet. com/ embir](http://www.Kellnet.com/embir)

"2. <http://wvww. Antimon. Uz/ rus/ pi .html>

www.cer.uz

[www. mfer.uz](http://www.mfer.uz)

[www. yandex, ru](http://www.yandex.ru)

Мавзу-9.«Электрон савдо»ни амалга оширишни ташкил этиш
Халқаро савдони амалга оширишда
телекоммуникациянинг
роли.

«Электрон савдо»ни амалга оширишнинг жаҳон тажрибаси
Ўзбекистонда «Электрон савдо»ни амалга оширишнинг
имкониятлари

«Электрон савдо»ни ривожлантиришнинг концепцияси
Ахборот технологияларининг ҳозирги кунда энг перспектив
йўналишларидан бири бу савдо.

Янги техника ва стандарт тизимларини тижорат соҳасига
кириши ахборот тизимларини фойдалилигини оширади. Касса
терминаллари, штрих кодларни ўқувчи ускуналар, оптик
сканерлардан фойдаланилганда нафақат катта миқдордаги
ахборотлардан фойдаланади, балки савдо—тижорат

компанияларининг кундалик фаолятини назорат қилинади,
бюртмачиларга кўплаб хизматлар кўрсатилади. (2)

Жуда кўп миқдордаги чакана савдо билан шуғулланувчи
дўконлар тармоғига эга бўлган савдо тизимлари харидорлар
томонидан сотиб олинган товарлар тўғрисидаги оператив
ахборотларни касса терминаллари ёрдамида электрон ахборот тизими
орқали олишади. Супермаркетларда сканерлар ёрдамида тўғридан тўғри
товарлардаги штрих — кодларни ўқиш имконияти мавжуд.
Маълумотларни олиб уларни таҳлил этиш, умумлаштиришда
электрон тармоқ товарлар ресурслар тақсимлашни режалаштиришда
махсус программалар дастуридан фойдаланади.

Режалаштиришнинг ушбу механизмида тақсимлаш
функциясининг турли томонлари бирлашган бўлади, шу жумладан
товарлар ҳисобининг дажаси, ассортиментни тўлдириш кўрсатмаси,
товарларни ташиш графиги ва бошқалар.(9)

Ушбу пакетлар (программалар) ёрдамида, кучли ЭҲМларидан
фойдаланиб, кенг савдо шохобчалари учун товарларни тарқатиш
масаласини ечиш мумкин. Бу тизимнинг афзаллиги қуйидагиларда
намоён бўлади:

товарларни келишилган вақтларда митжозларга етказиш
натижасида хизмат кўрсатиш сифатини ошиши;

товарларни узоқ сақлаш муддатларини қисқариши туфайли
уларни йўқотишдан сақлаш;

шунинг умун .у.іар керак.мп ахGорoiіiarНti топмшда кўп вакт ва маб-лаг йўкотлшларгғ мумкмн. Д|ч;н рлпрлмпг хм.чмати эса муаммонм охм-рмгача ҳал этпш ммкомиягшш Гмнрмапди, балки товарлар нархинииг ошишиға олии келиши мушсип.

Яхши пўлга кўйллгаи 'гэ.-мч;-грон ахборот тармоги эса Узбеки-

стоннинг дуп<4 бозормга чпгптпм. хорлжлй 'шерикларнинг бозор

конъгонктурасм #гўгр1тспда^:и-ма ьлумсггларга эга бўлишмга имконият

■ яратади.

і -Ўзбекғ1С1Ч)нда уіиув мупммоип ечлш учун кўп тармоқли ■

«Мароканд- і\уS>o\.n<т і'JKJJИИИ лратн.чпчп о.ўлпб, у Интернет тѣхноло-. гиясидан фип.чалаииО Ы :п ІМІ.НІ;М В;S 207 ча туманга ахборотларни тарқатиб-йигпГ) олмаш имк<ти11:гппа,...-)са ('М.-расм)

«Мароканд» .тармот іla,:ia іапииг алоқа ва WEB серверига ва

ц 12 ч%а худудлй серв.ерлардан гюордг .бўлмб модемлар ва коМмутаммя-

лашадшан лпмнялардаи ммпрлч/им

Барча ммлоят Палата.-мрмл;. с *;чз(_р.1ар ўрнатилган бўлмб сав-

до Пилан шугуллагтупчп (■""■а.'іоіірі.'¹ •■?) г-п;*<:>ят алоқа сервериха уланм-

"■ ши учун имк-иГшят я|..)а'гп.'«!'аи.

і -Мароканд*- ахборсп л;арка;;лга у.татчш илахс ахборотлар оа-

заси ва бошка ахборот хпзмат.шридал Лптернет тмзимйга уланмас-

■ дан фондаланпши мумкми.

1 Ахоорд'с-ОазасИнп ;nіgn.4аііі ш;км усу.лда амалга оширИлади:

а) тадОлркор ахпор^т.-ирии .;{ nuі ж»'йидан ахборотлар база-

сига киритадп: -

б) &XD(i|-<»':viар ^Ма|:i)iv.:(i;i u\шш_ягг мирказн гки уйинг фмли-

. алла]Л1даш оисраторлар тимонпд.¹!)! кирптп;;(адг1.

Тмзим іVvH бўйи жилапдп. хух.taran найтда, хоҳлаган худуд-дан ахборотларнм киритпш окп ахуо|>o'ivсар олиш мумкин. Алоқа ва телекоммуникапмялар Афгчгглиги wіі.іаіі хамкорлйКда бу тизммни тўхтовсэмз ишлаши таъмиплайгай.

Тармогсдан фойдалунувчи;:!.~!;; л.чектр^н алоқа орқали шерик-лар билан кенг'мулоқат к.п;ш1.и;/и*ч1оупятпп\ эга бўлади4 шартнома-вий муносабагларнинг і;е;;;іау;а;uі. ■■ Узагробиржасавдо» ва «Узулғуржиғғржасавд')- ім.VUIM. Іаріі хам бпржа . савдосига куйила-дмган чччварлар тўгрмслд:-1Fи ахГ»чк)/,(а).>пм тезлмк билан тарқатмш учун барча маълумотларғш■ахОпрет ч-изимлп! киритйшгаи.

Ушоу тғізім рамкасында У.им і, jп ч-птшмг барча йғ^рик бозорла-рида ҳафгалик конъюшпура ўрта^плиб ахборотлар янгиланиб бори-лади.

Тадбир|«);ларни кўллаб--к\^натлаш мақсадмда уларнинг то-

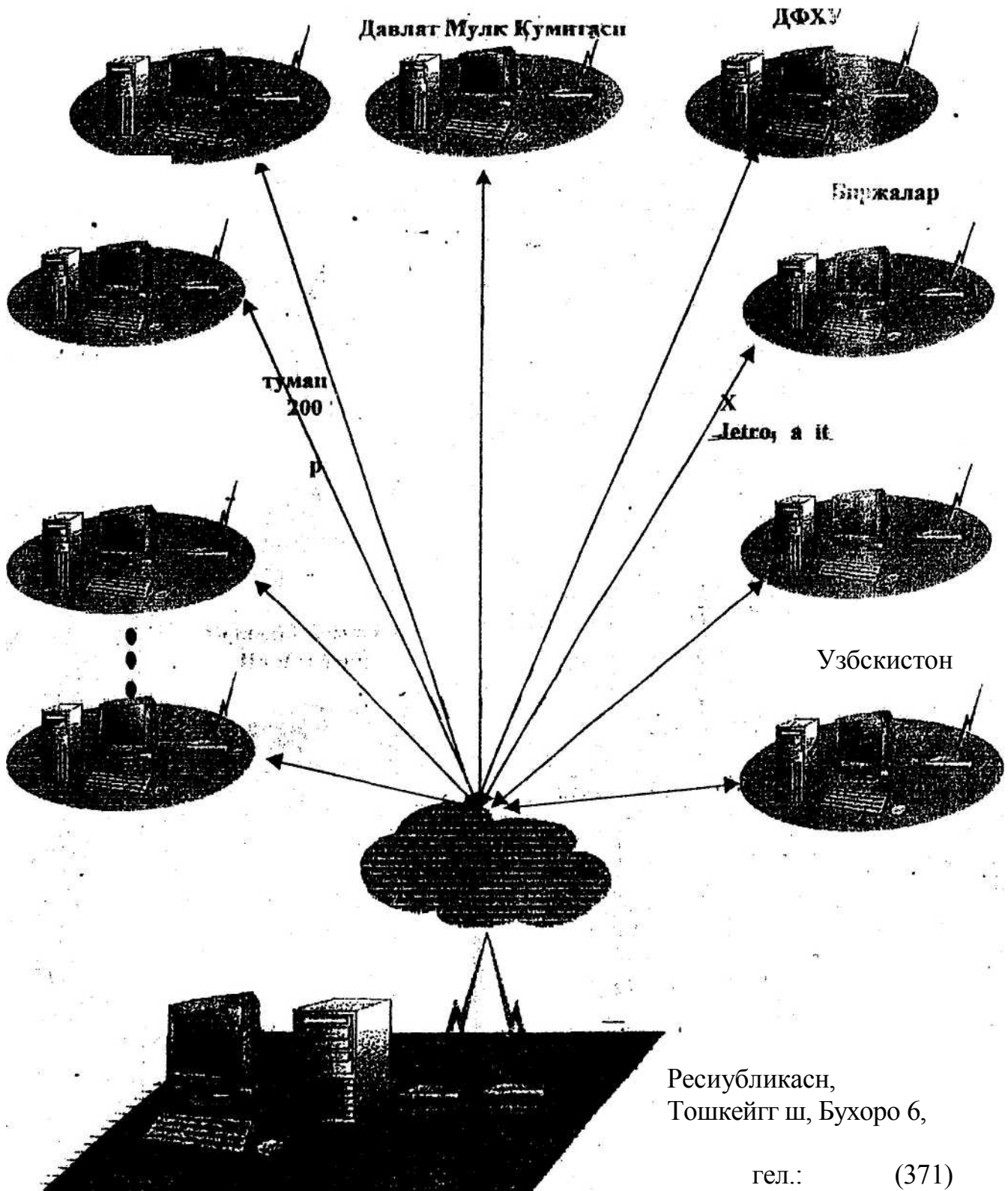
варларг4 ва хизматлари тўғрисидаги а хбарсгглар, товар сотиб олмада

керак бўладйган ахборотларм О.ИМ.І.І бепул амалга оширилади.

- Республка ҳудудидағ-м ахГх^ротлар а.ғмашмнум махсус фор-

ма орқалғ1 амалга ошйриладм, Х()|Ч1жий шермкЛарнйнг ахборотларм

* марказ ходимлари ёрдамнда ама.;л;» смирилади.



Республикаси,
Тошкент ш, Бухоро 6,

гел.: (371)
1320904, факс: (371)
1333799, E-mail: root@rp4p.co.ttz

Ахборот тармоғининг ирограмма (дастурмй) таъминоти, марказ ишчиларининг ва мижозларпилг автоматлашган ўринлари «АВL-soft» млмий-мшлаб чиқарпш фирмасм томонидан интернет техноло-гияси асосида ишлаб чиқилгап ва мавжуд стандарт программалардан фойдаланилган. «Мароканд» ахборот марказининг ишини замон та-лабига мослаш, унинг ммкимиятлармни ошириш мақсадида қуйида-гилар амалга оширилишм *кўзда тутилган:

-марказий WEB сервернмнг ва маршрутизаторнинг қуввапши ошмрмш;

-мшлаб чиқилган программа таъминотини худудий серверлар-нй марказий сервер билан ўзаро фаолиятшш мувофиклаштирлш йШига ишлатиш:

-гуман ва худудмй Палаталар компьютерлар паркиии техник жиҳатдан қайта таъминлаш:

-товарлар ва хизматлорга бўлган талаб ва таклифлар тўғри-смада прайс-варақалар ва ахборотномаларни тоиі этиш.

«Мароканд» тизммпда ахборотлар базаси маълум қоидалар асосида тўзилган бўлмб, ахборитлар жуі рйсйдагй маълумотлар. уларнм сақлаш ва-уларнм маиипуляция килишни ўз ичига олади.

Лхборотлар базасининг ас^сий бў.лимлари Қуймдагмлар:

1.СоТJiнга қў.милган «Таклиф». У қуймдаги гуруҳларга бўлмнган:

-«Товарлар»,

-«Хмзматлар», • ■

-Минитехнрлогиялар.

Гуруҳлар у.ј навбатп.ца бўлимлар, оўлимчаларга б^лгшган бўлмб, халқаро иқтмсодш! 1)аолмятда ўзаро 'ан олинган номенклату-ра бўймча - тартНбга солингам. Бу нарса қидмрувни анча енгиллашти-ради.

2.Товар, хомашё. магериаллар ва хизматларнм сотиб олишга бўлган «Талаб».

3.«Бизнес-ҳамкор». Ҳамкорлик қилиишй хоҳлаган компания ва фирмаларнинг '1% аклифлари. фаолияти ва реквизиатлари. Таклмф-лар йшлаб чиқариш ва тижо}зат шаклида.

4.Халқаро ва республика «Кўргазма ва ярмаркв.лари».

5.«Инвестициялашимнг устувор йўналмшлари» инве-стицияларим ол^ш шартлари ва ммконмятлари. Ўзбек ва хорижий компанияларнинг ишювациоп ва инвестициои лоймҳалари.

б.Ишлаб чиқариш йўналишлармга қараб «Минитехнологии.м ва ускуналар».

7.«Товарлар ва хи^матлар бозорининг конъюнктура-СИ». Дунёвмй нархлар, биржалар котировкаси, марказий дехкон бо-зорларидаги нархлар.

8.«Меъёрмй-хуқуций хулокатЛар»:

- Кредитлаш, унииг шартларн;
- Лйзлнг. Шартларм ва олиш ммконмптлари.
- Солмқ тизими. Солиқ тизими тўғрнсида маълумот, ўзгармш-лар, инструкторив материаллар.
- Ташки иқтисодий фаолмят.
- Божхона. Товарддрци эксирт ва импорт қилиш шарт-шароитлари.
- Меҳнат. Ишга жойлдшиш шароитларм ва меҳнат шартномаси.
- Бухгалтерия.
- 9.«Консалтинг». Ўз ишинм юрмтишга, савдо-сотикда мас-лаҳатлар.
- 1и.«Ташкилотлар"ва уларнин]' товарлари рекламаси». Компаияларнинг WWW варагм.
- П.«Шахсий эълори^ар». Шахсла)>дан хоҳлаган мавзуда эълонлар.
- 12.«Сўров ахборотларм». Валшта і,:урсіі, 'jраіісііор'j- турла-рининг жадвал.чарм. нархла)». оG-ҳаво. яигмлчклар в<| бошкалар.

Таянч иборалар:

Электрон савдо, терминал, протокол, штрих кодлаш, супермаркет, касса, харидор, омбор, транспорт, «Мироканд» тизими WEB варақ, сервер, товарлар ресурси, консалтинг, реклама, лизинг, кредит меёрий, ҳуқухий, инвестиция

Изоҳли луғат:

Ахборот технологияси— ахборотга ишлов бериш, узатиш, излаш,

сақлаш ҳамда йиғишнинг усули — услублари тизими.

Янги ахборот технологияси — компьютерни тадбиқ қилишга

асосланган технология.

Иқтисодий ахборотлар— режавий, башоратли, меёрий, технологик

лойиҳалашларга оид маълумотлар.

Маълумотлар базаси— муайян соҳадаги масалаларни аниқ қоида

бўйича ечиш учун зарурий маълумотлар тўпламидир.

Семантик таҳлил—ахборотнинг алоҳида унсурлари мазмунини

тафаккур (фикрий) нуктаи — назаридан ўрганишдир.

Прогматик таҳлил— бошқарув учун фойдаланилган ахборотларни

аниқлашдир.

Коммуникация- лотин «communication» боғланаман демақдир.

Глобал— турли давлатларнинг ягона ахборот макони яратиш

бўйича қилаётган конструктив ишларига кўмак беради.

Асосий адабиётлар

1 .И.А.Каримов.Бизнингбошмақсадимиз — жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. Ўзбекистон,2005 йил

2.Постановление кабинета Министров Республики Узбекистан от 06.06.2002г. «О мерах по дальнейшему развитию компьютеризации и внедрению информационно — коммуникационных технологий на 2002-2010 годн.

3.Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг Ислоҳотлар ва инвестициялар бўйича идоралараро мувофиқлаштирувчи кенгашнинг 2001 йил 1 февралдаги йиғилишқа қилган маърузаси. «Халқ сўзи» газетаси, 2001 йил 2 февраль.

4.Ўзбекистон Республикаси корхоналарида ташқи иқтисодий фаолиятни амалга ошириш.

OSCE- организация по безопасности и сотрудничеству в Европе.- Узинкомцентр, 2004.

5. С. Г. Боух Новмй брендинг. Пер. с англ. — СПб.: Нева,

2003.

6. Стив М.В — маркетинг: Разный подход к разным типам клиентов.

Полное руководство Пер. с англ. — М.: Вильямс, 2004. 208 с.

7. Годовне отчет отдела маркетинга А.К. «Узбекситан» за 2000 — 2003г.г.

в.Кичик ва ўрта бизнес корхоналарида маркетинг тизимлари.

OSCE— организация по безопасности и сотрудничеству в Европе. — Узинкомцентр, 2004.

Ю.Грибов В.Д., Грузиков В.П. Экономика предприятия. Практикум.

3 — е изд. перераб. и доп. Учеб.- М.: ФиС, 2004. — 33 с.

Кўшимча адабиётлар

Э.Ўзбекистон Республикаси корхоналарида ташқи иқтисодий

фаолиятни амалга ошириш.

OSCE — организация по безопасности и сотрудничеству в

Европе. — Узинкомцентр, 2004.

Ю.Рахимов Т. «Телекоммуникации». Рынок деньги и кредит, май

2001 г.

Н.Шибаршова Л.И. Макроэкономических аспектов развития почты

и телекоммуникаций Республики Узбекистана в период рыночных преобразований, Дисс. док. экон. наук. Ташкент ТГЭУ, 2000.

12. Рейман Л.Д. Совершенствование систем государственного регулирования отрасли телекоммуникаций, Дисс. канд. экон. наук.

Санкт — Петербургский государственный университет — экономический факультет, 2000

Сайтлар:

<http://www.Kellnet.com/embir>

<http://www.Antimon.Uz/rus/pi.html>

www.Fera.uz

www.yandex.Ru

Мавзу-10. Телекоммуникация ва ахборотлар логистикаси

Ахборотлар технологиясининг логистик тизимлари

Ахборотнинг логистик тармоғини ташкил этиш

Ахборотлар тизими хўжалик фаолиятининг таркибий қисми сифатида

Корхона ва ташкилотларда таъминот ва сотишни амалга оширишда ахборот алмашувининг структураси

Логистик тизимларда ахборот оқимларининг мақсади ва ахамияти

Логистикани ҳақли равишда ишлаб чиқариш ва таъминотнинг самарадорлигини оширишга қаратилган омил сифатида қараш мумкин. Ушбу икки соҳа фаолиятини оптималлаштиришда материаллар оқими билан ахборотлар оқимини мувофиқлаштириш орқали эришиш мумкин холос, бу эса логистиканинг асосий вазифаларидан бири ҳисобланади. Бу масалани ечиш учун ахборотларни йиғиш таҳлил этишда электроникани қўллаш, моддий — техник алоқаларни стандартлаштириш, шиларни илмий функционал таҳлил ва структурлаштириш, шунингдек операцияларни автоматлаштирадиган янги технологияларни қўллаш асосида амалга ошириш мумкин.

Логистик тизимни сотиб олиш, ишлаб чиқариш ва сотиш соҳасидаги горизонтал субсистема сифатида қараш мумкин. Ўз навбатида ҳар бир субсистема таркибида функционал характерга эга бўлган структурадарга — омборхоналар, транспортировка, ишлаб чиқариш, хизматлар, ахборотлар таъминоти ва уларни қайта ишлашга бўлинади.

Ушбу элементларнинг ҳар бири барча ишлаб чиқаришда иштирок этади, логистика эса ўз мақсади ва вазифаларига эга бўлган уларнинг ҳар бирини бир тизимга бирлаштиради ва ҳар бир элементни эмас, балки бутун бир ишлаб чиқаришнинг сарф харажатларини камайтиришга эришилади.(25)

Бу вазифани амалга оширишнинг инструменти ишлаб чиқариш жараёни билан боғлиқ бўлган барча жараёнларни ахборот билан таъминлашдир. Ташқи соҳада фирма фаолиятининг муваффақиятсизлигининг сабаблари қуйидагича бўлиши мумкин: а) бозорда вужудга келган у ёки бу ҳолат тижорат ҳолати тўғрисидаги ахборотларни ола билиши;

б) товарларни олиш ёки олмаслик тўғрисида сўровларни олиш. Бу икки ҳолатда ҳам комплекс ахборотлар билан таъминланиш энг муҳим ҳисобланади'. Ахборитлар оқими логистик тизим элементлари-ни бири-бирига боғловчи «ип» ҳисобланади. Бунда ахборот тизими маълумотлар бапкини яратиш, фирма ичда коммуникацияларни яратиш, ва оператив хулоса қабул қилишга шароит яратадиган ком-плекс тадбирларни амалга ошириш тақозо этади.

Логистик тизимларни корхоналар фаолиятига кириб бориши билан логистик ахборот тизимларини амалиётга тадбиқ этиш ва ривожлантиришга эҳтиёж кўпроқ сезила бошланди, чунки у барча логистик субсистемаларни бир бутун тизимга бириктириш имконини беради.

Ушбу концепцияни ҳаёқга тадбиқ этиш ҳозирги ижтимоий ишлаб чиқариш даражасида ахборотлар - бу мустақил ишлаб чиқариш оқими ҳисобланиб, фирмаларнинг рақобатбардошлигини оширишга кўмаклайди. ''

Логистика ахборотлар билан боғлиқ бўлган фаолиятнинг самарали бўлишини таъминлаш учун барча логистик тизимни функцио-нал чегараланган логистик субтизимлар ҳисобидан иборат деб қараш лозим бўлади. Ягона логистик тизимнинг ягона тизим сифати-да фаолият кўрсатиши унинг таркибда бўлган алоҳида субтизимлар ахборот тизими ахборот логистикаси орқали амалга ошади.

Ахборот тизими таъминот. ишлаб чиқариш ва сотиш жараёни-ни мувофиқлаштиришни таъминлайдиган логистик тизимнинг таркиб-бий қисми ҳисобланади. Таъминотни амалга оширадиган мувофиқлаштурувчи тизимнинг моҳияти, биринчидан физик оқимларни илгус-тақил бўлган алоҳида транспортчи қилиш ва оқимларга жойлаштириш даврларига бўлишни, иккинчидан реал вақт масшаб-ида оқимнинг фазалари ва ҳолати тўғрисида ахборотлар тайёрлаш-ни талаб этади.

Таъминот билан боғлиқ ахборотларни компьютерлар орқали амалга оширишнинг иккиламчи фойдаси бор.

Биринчидан, бу тизим қийинлашиб бораётган моддий-техника таъминоти жараёнини бошқаришни яхшилади.

Иккинчидан, ахборотлар логистикаси туфайли,* таъминот билан боғлиқ ахборотлар ўзаро оқимилганда захира)ларни бошқариш самарадорлиги ошади.

Ишлаб чиқариш даражасида ахборот логистика тизимини яратиш учун ушбу тизимнинг моделини шакллантириш лозим.

Ушбу структуравий модель иккита элементни ўз ичига олши лозим:

- ишлаб чиқариш қувватлари;
- моддий оқимларни ташкил этиш.

Тадқиқотчилар ва ташкилотчилар бу элементларни комбинациялаштириб корхонанинг бутун структурасини иккита қисмга бўлишади:

- буфер қисми;
- технологик қисм.

"Уларни фарқлайдиган асосий тамоил Гу меҳнат предмети стационар ҳолда ейти ҳаракатда эканлигида. Ушбу саиолга жавоб олганда сўнг, моддий оқимларни оптимал равишда бошқариш учун қандай ахборотларни йиғиш, уларни таҳлил этиш ва улатыш лозим-лиги аниқланади. Аниқланган ахборотлар. гуруҳи моддий-техника таъминотини структураси устидан ахборот орқали назорат қилишни- таъминлайди ва қуйидаги 9 ахборотлашган элементлар»: ўз мчмга олади:

1. Таъминот предмет пипнг тури;
2. Миқдори ва сони.
3. Таъминот предметнинг 1 селиб чиқиши.
4. Унинг манзили (жойлашуви)
5. Жойлашув пунктига келиб тушиш вақти.
- В. Жойлашув пунктидан жўнатиб юбориш
7. Транспортировка қилиш гизими.
- В. Транспортировка вағсти.
- Я. Захираларни ташкил қилиш.

Қайд этилган ахборотлар гуруҳи ҳар бир ташиладиган объект учун ва уларнинг ҳақ бмр жойлашув пункти учун тузилади.

Ахборот моделини амалга оширишнинг охириги этапи бу олми-ган ахборотларни фаолият соҳасига к. араб компьютерларга таъсир-лашдир.

10.1. расмда алоҳида ишлаб чиқаришда логистиканинг тизим ахборот тизими келтирилган. Бу тизим ўзига хос хусусиятларга эга:

- биринчидан. ҳамма ҳолатда сингувчи (всепроникающая) унинг учун ёпмқ зоналар йўқ; унинг алоқа каналлари ва датчиклар горизонтал ва вертикал даражалар эгалланган;

- иккинчидан, у қатмш перархик, бошқарув погоналари аниқ белгиланган ва уларга топширилган функцииларга жавоб беради;

- учинчидан. ташқи алоқалар функцияси иерархиянинг фақат маълум погонасига юклатилган.

Тизимнинг ташқи агеитлари корхонанинг таъминот бозори би-лан, сотиш бозори ҳисобланади.

Ахборот тизими иирамидасининг энг муққмсида назорат қилинадиган параметрлар: ишлаш (қайта ишлаш) вақти; қуйилган моддий предметларга хизмат кўрсатиш; захира; унумдорлик.

Қуйи даражада назорат қилинадиган параметрлар: ишлаб чиқариш қуввати; маршрутлар ва уларнинг сони; ишлаб чиқариш муддатлари.

«Автономлашган подсистемалар даражаси» алоҳида аҳамиятга эга бўлиб, улар локал ахборот тармоқларидан иборат бўлади. Локал ахборот тизими моддий ресурсларининг ҳаракати тўғрисидаги барча маълумотларни ишлаб чиқарувчилар, таъминловчилар, назоратчилар ва сотиб олувчиларга етказилади.

Ишлаб чиқаришнинг ахборот сируві врасп умумий логмстик. жараёплартшнг пкки томопшш та ьминлайдм.

Бпринчидаи, бу тизим субжараёнлардаи ташкил топган ишлаб чиқариш жараёнларига хизмат кўрсатишни таьминлайдн. Суюсисте-маларга хизмат кўрсатишиииг п^ршюшал • шпеграцпясл товарлар, хомашё, уларни қайта ишлаш, монтаж, текшириш, еотиш жараёнла-ри тўғрисида ахборотлар билан таьминлайдл.

Иккинчидан, логистик ахборот тизимпнинг сотиб олиш ва со-'гниш стратегиясинп белгиловчи веі>тикал ин геграциядан ташкил "i'o-пади. Унинг функцияси бошцарупшлнг турли иерархмк структурасм-да ииллаб чиқаришнм стратегик ре^калалашчиришдан, сотишдан го алоҳида ишлаб чиқармш участкаларини -бошқаришга рахбарлик қи-лишни амалга оширишдир.

Моддмй оқимларни кузатувчи ахборотлар логистикаси ахбо-ротлар оқимни ташкил этади ва корхоиа учун таьминот, ишлаб чмқарши ва сотишни бирлаигтирувчи звено ҳисобланади, моддий таьмшютнинг айрим вазифаларм: траиспортировка, ортиш-туширмш, омборхоналарга жойлашгирмш ва тақсимлаш автоматлашган функ-ционал элементлар томонмдаи бажарилади. Бу элементларнинг ком-бинацмясм алоқа тармоқлари структурасинл ташкмл қиладм ва иш-лаб чиқариш моддий таьминотини ўз ичига спади. (10.2.-расм).

Лшлаб чиқаришда логистмк тмзим шуидапша самарали бўла-дмкм, пачонки >Корпії ишлаб члқариш жа}аёплариг.ш интеграциясини амалга ошириш мумкин бўлсин. Логистик тизим ўзининг «йўловчм» тармогша куйидаги талабларни куяди:

-транспорт Воситгајарп ва ишлаб чиқармш воситалари тўғри-сmdагм ахборотларни тез ва аниқ йигиш;

-хул(х:алар қабул қилиш б^лан богли»х бўлганмчки ахборот ти-змшш ("груктуралаш. У ҳар бир оний вақтдп ишлаб чпқариш жара-ёнларп ва участкалари тўғрисида долзарб ахборотлар билан таьмин-лайди.

Логистик занжмрларни ташкил қилиш комплекс масала бўлиб компанияни бошқаришни барча даражаларнда ўз ечимни талаб қи-лади. Гарбий Европа, АҚШ ва Японияда лпгистик тизцм ёкм унинг элементелари тўғрисида нас^акач- ахборотлар йигиш, уларни жомлаш ва таҳлил этиш, балки оптимал режалаштириш ва бошқаришда ҳам ахборотлар технологиясидан фойдаланмлмоқда. Бунинг учун кучли ЭХМлар билан жиҳозланган марказлар ташкил этмлган. (Ю.3.-расм).

Автоматлаштирмлган ишлаб чиқариш структурасида тўргга функционал даража мавжуд:

- бошқарув ва тижоратга тегишли ечимлар қабул қилмш тизм-ми;
- ишлаб чиқаришни режалаштириш«ва бошқарпш тизими;
- ижро этиш тизими;
- назорат тизими.

Лхбиротлар логистикаси ва унинг "ёрдамида мукамаллаштил-рилган корхоналар фаолиятини рржалаштириш ва болшариш усул-лари Фарб давлатларида физик захираларни ахборотлар билан ал-маштмришга имкон бермокца.

Ахборотлар логистикасишиг ҳолирги замон рипожланиш да-ражасида қуйидаги вазифа қўйилмоқда: ЭХМларни ҳар томонлама тадбиқ этиш ёрдамида логистик жараёнларни бошқаришнинг ин-тегрлашган автоматик тизимини вужудга крлтириш ва унинг ёрда-мида ишлаб чиқаришни бозор талабига эгилувчан жавоб бериш, ха-^ражатларни минималлаштмриш» харидор учун бўлган рақобатда қўшимча усгунликларга эрмшиши ва бошқалар.

Ммк[])(жомпьютерларнинг жорий этилиши ахборотлар техно-логиясини ривожлантиришга кучли импулье берди. Уларнинг база-сида қуйидаги логистик масалалар ечилмоқда: юк. автомобилларини маршрутлаиғгириш, товарларнинг омборлардаги турар жойини аниклаш, товарлар таъминотини прогнозлаш, уларни ташишга кета-диган харажатларни назорат Килши ва бошгсалар.

Ҳозирги кунда ахборот алмашмшнинг коғозсиз технологияси кенг қўлланилтуюқда. Унинг ёрдамда харидор сотиб олмоқчи бўлган товарига буюртмани амалга ошириши мумкин. Банкларда автоматик равишда банк счетига дебет ёзмлпб қўймладп.

Тол маҷ^нода электрон ҳол/ца ахборотларни алмашиш - бу бир компания комиьютерларигш бошқа компания компьютерлари билан алоқа ўрнатиб турли шартномаларни (сделкаларни) амалга оширади. Бу имкониятни амалга оширмш учун компания сгандарт протокол-дан фойдалаиади ва бир~би[]Л билан тижорат шартномасиний тузади. Масалан АҚШда сделйаларни амалга оширишнинг стандарт компь-ютер иротоколи яратилган ва ^угшдаги операцияларда қўлланил-мовда:

- сотиб олишга буюртма;
- юклар партиясини жўнатишга буюртма;
- юк жўнатувчйлар учун консультациялар олиш;
- фактура счелларини *тўлдирти*;
- турли хил тўловлар;
- юкларни ташишда накладнийларни расмийлаштириш;
- ташиладиган юклар тўгрисида ахборотлар олиш.

Ахборотлар логистик тизиминииг муҳпмлиги яна шу нарса би-лан белгиланадики, унинг базасида ҳар хил даражадаги ташкмлот-лар бошқарувининг тизими мужассамланган бўлади.

Ташкилотнинг ахборотлар пирамидасини қуйидаги тўрт дара-жада ифодалаш мумкин> (10.4.-расм).

Логистиканинг конпепцияои ва ташкил этишнинг страчегик мақсадм қуйидагиларга йўналгирилган:

- а) минм-мал харажатлар билан фирманинг бозор шароитларм-ни ўзгаришига максимал мослашуви (адаптация)
- б) бозорда ўз улушйни кўпайтмриш;

в) рақобатдошлар орасида уетушкка эришмш.

Шунинг у¹ун стратегик бошқарувиинг подеист[^]аси ташкилотнинг ахборотлар логистмк тиуимини асосмй оқммларн билан бево сита БОЕ лиедир.

Назорат учун саволлар:

Ишлаб чиқарит, тьямпот, соғиш ва грапеој: ■-чи-ровкаи бпрлаштирувчи парса нимада?

Ахборотлар лотстмкп тизнмиинг ишлаб чица-ришда ташкил ятмлшишнинг схемасиин чизиб ту-пиуппјти берши?

Логстис жараяннинг қайси жиҳотлари ахборот структ)^мра(мпнг ривож. чанишини таъмиплайди ?

Одатдаги градицгюп ахборот тияимиттптг лоти"птк ахборот тиэпмидан имма фарқи бор?

Ривожланган давлатларда ахборотлар логистяка-сини ривожлантиришнинг асосий вазифалари ни-малардан нборат?

Электрон ..хборот олмяшмнунда қандай оиера-цмялар бажарилади?

Ташкилот ахборот ни}тмдасинмпг намунасини чизмб тушунтириб берйиг.

8. Ахборотлар орқали назорат цилиш базасим яра-тишда ахборотлар элемстларинн санаб ўтинг.

9. Сотиши амалга оширнгида ахборотларнинг ролн нимада? ■

Логстк ахборотлар тизимида вертикал инте-грацияшиг рили нмада ?

ПротоНол иима ва унпг аҳамияФи нимада?

Таянч иборалар:

Логистика, оқимлар, сотиш, таъминот, тизим, локал, рақобат, базис, программалаштириш, микроЭҲМ, бошқарув, технология, таҳлил, коносамент, ахборот, концепция.

Изоҳли луғат:

Логистика-моддий, молиявий, ахборот оқимларини бошқариш ва назорат

қилишнинг янги услубиёти.

Коносамент-денгиз транспортида фойдаланиладиган ҳужжат.

Янги ахборот технологияси — компьютерни тадбиқ қилишга

асосланган технология.

Телекоммуникация хизматлари- телефон, шаҳарлараро, давлатлараро

сўзлашув, факс, компьютер ва шу қабилар.

Иқтисодий ахборотлар— режавий, башоратли, меёрий, технологик

лойиҳалашларга оид маълумотлар.

Маълумотлар базаси— муайян соҳадаги масалаларни аниқ қоида

бўйича ечиш учун зарурий маълумотлар тўпламидир.

ТАВСИЯ ЭТИЛАДИГАН АДАБИЁТЛАР.

I. Ўзбекистон Республикаси Қонунлари.

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. –Тошкент: Ўзбекистон, 2003.
2. Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизими такомиллаштирилганлиги ҳамда уларнинг молиявий жавобгарлиги эркинлаштирилганлиги муносабати билан Ўзбекистон Республикасининг айрим қонун ҳужжатларига ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида: Ўзбекистон Республикасининг қонуни 2006 йил 10 октябрь ЎРҚ-59 сон. //Халқ сўзи. -2006-№ 199. 11 октябрь.
3. Экспорт назорати тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси қонунининг 9 моддасига қўшимча киритиш ҳақида Ўзбекистон Республикаси қонуни-2006 йил 20 июнь //Халқ сўзи.-2006 йил 21 июнь. № 118-16.

II. Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонлари ва қарорлари.

4. Ишлаб чиқаришни модернизациялаш, техник ва технологик қайта жиҳозлашни рағбатлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. 2007 йил 14 март. //Халқ сўзи-2007 № 52. 15 март.- 16.
5. Йирик саноат корхоналари билан касаначиликнинг ривожлантириш асосидаги ишлаб чиқариш ва хизматлар ўртасида кооперацияни кенгайтиришни рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. 2006 йил 5 январь. //Халқ сўзи-2006-№ 4. январь-16.
6. “Микрофирмалар ва кичик корхоналарни ривожлантиришни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” Фармон. 2005 йил 20 июнь //Ўзбекистон Республикаси молиявий қонунлари. 2005.- №1-8.-25 б.
7. Ташқи иқтисодий ва савдо алоқалари, хорижий инвестицияларни жалб этиш соҳасида бошқарув тизимини такомиллаштириш тўғрисида: Фармон. 2005 йил 21 июль //Ўзбекистон Республикаси молиявий қонунлари-2005.- № 1-10. 7б. 6.

III. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси қарорлари.

8. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Экспорт қилувчи корхоналарни молиявий ва кредит йўли билан қўллаб-қувватлашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 290-сонли қарори. –Т.: 31.12.2008й.
9. Электрон тижоратни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси Мажлиси Қарори. 2007 йил 30 январь, 21-сон. //Ўзбекистон Республикаси молиявий қонунлари.-2007. I-3.-29б.
10. Инвестиция лойиҳаларини экспертизадан ўтказиш самарадорлигини ошириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида: Ўзбекистон

Республикаси Президентининг Қарори. 2007 йил 4 январдаги ПҚ-554-сон Қарори. //Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами.-2007.-№ 1-2.-6б.

11.Ўзбекистон Республикасининг 2007 йилги асосий макроиқтисодий кўрсаткичлари прогнози ва давлат бюджети параметрлари тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президенти Қарори.-2006 йил 28 декабрь.-10б. //Солиқ тўловчининг журнали.-2007.-№ 1.-10б.

12.2006-2008 йилларда тўқимачилик саноати корхоналарини модернизация қилиш ва техникавий қайта жизоҳлаш дастури тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президенти Қарори. 2006 йил 13 ноябрь. //Солиқ тўловчининг журнали.-2006.-№ 12.-5б.

13.Ўзбекистон Республикасининг 2007 йилги инвестиция дастури тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. 2006 йил. 9 октябрь. ПҚ-84-сон. //Банк ахборотномаси.-2006.-№ 44.-1 ноябрь.-3б.

14.Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президенти Қарори. ПҚ-325, 2006 йил 17 апрель. //Хабарнома.-2006. № 2. 31б.

15.Қимматли қоғозлар бозорини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президенти Қарори. 2006 йил 27 сентябрь. //Халқ сўзи.-2006.-№ 190.-28 сентябрь.-1б.

16.Ташқи иқтисодий фаолият ва савдо алоқалари, хорижий инвестицияларни жалб этиш соҳасида бошқарув тизимини такомиллаштириш тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президенти ПФ-3631, 2005 йил 21 июль Қарори. //Хабарнома.-2005.№ 3.-16б.

IV. Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари

17.И.Каримов. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. -Т.: “Ўзбекистон”. 2009й. -56 бет

18.Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислон Каримовнинг 2008 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси. Халқ сўзи рўзномаси 2009 йил 14 февраль, № 33-34 (4696-4697)

19.Каримов И.А. Инсон манфаатлари устуворлигини таъминлаш – барча ислохот ва ўзгаришларимизнинг бош мақсадидир. //Халқ сўзи, 2008 йил 9 февраль, 28-сони.

20.Каримов И.А. Эришилган ютуқларни мустаҳкамлаб, янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим. -Т.: “Халқ сўзи” газетаси. (3828)-сон. –Т.: 2006.

V. Ўзбекистон Республикаси вазирликларининг ҳуқуқий-меъёрий ҳужжатлар.

21.Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг «1 январь ҳолати бўйича асосий фондларни ҳар йили қайта баҳолашни ўтказиш

тартиби тўғрисида» низом. ЎЗ АВ томонидан 1192-сон билан рўйхатга олинган –Т.: 2002 й.

22. Ўзбекистон Республикасининг Бухгалтерия ҳисобининг миллий стандартлари, Тўплам. Т.: ЎЗР БАМА нашриёт маркази. 2002.

VI. Дарсликлар

23. Жалолов Ж.Ж. ва бошқалар «Бизнес маркетинги» Тошкент «Молия» 2006й.
24. Левшин Ф.М. Мировые товарные рынки. Методология изучения конъюнктуры. М., МО, 2005.
25. Черныш Е.Н. и др. Прогнозирование и планирование в условиях рынка., М. 2004.
26. Korah V. An Introductory Guide to EES Competition Law and Practice. – Oxford, 2005, Singleton R. Industrial Organization and Antitrust. Columbus. – (Ohio), 2002.

VII. Ўқув қўлланмалар

27. Абдилакимов Г.А., Нематов И.У. “ТИФ да коммуникациялар тизими” фанидан талабаларнинг мустақил ишини ташкил этиш бўйича услубий кўрсатма. Т.: ТДИУ, 2009, 12 б.
28. Абдилакимов Г.А., Нематов И.У. “ТИФ да коммуникациялар тизими” фанидан амалий машғулотларни ташкил этиш бўйича услубий кўрсатма. Т.: ТДИУ, 2009, 12 б.
29. Нематов И.У., Абдилакимов Г.А. “ТИФ да коммуникациялар тизими” фанидан талабалар билимини баҳолашни ташкил этиш бўйича услубий кўрсатма. Т.: ТДИУ, 2009, 11 б.
30. Ё.Қориева ““ТИФ да транспорт таъминоти” фанидан ўқув-услубий мажмуа. “Иқтисодий таълимдаги ўқитиш технологияси” сериясидан. Т.: ТДИУ, 2008, 105 б.
31. Ё.Қориева “ТИФ да коммуникациялар тизими” фани бўйича ўқув-услубий таълим технологияси. Услубий қўлланма. “Иқтисодий таълимдаги ўқитиш технологияси” сериясидан. Т.: ТДИУ, 2008, 180 б.
32. Жалолов Ж.Ж. ва бошқалар. Корхона ташқи иқтисодий фаолияти ва маркетинг. (Ўқув қўлланма). Т.: Билим, 2005 й.
33. Jalolov J.J., Ahmedov I.A. Tashqj iqtisodiy faoliyat O'qiv qo'llanma.-Т.: TDIU, 2005. -148 б.
34. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебное пособие. Изд. 2-е, перераб. И доп. – М.: ИНФРА-М, 2006. 334с.
35. Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / А.П.Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4-е изд., стер. – М.: Омега –Л, 2006. стр 38-116, 117-148, 243-246
36. Лукина А.В. Маркетинг: Учебное пособие. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2006. - 224с. 2 экз.
37. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. д-ра экон. Наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. - 272с.

38. П.Поляков В.В. Мировой рынок: вопросы прогнозирования. Учебное пособие. - изд-во «Кно Рус», - 2004.
39. Sherherd W. and Wilcox C. Public Policies Toward Business. – Homewood, 2005.

VIII. Илмий монографиялар, мақолалар

40. Тошматов Х. ва бошқалар. Маркетинг хизмати. //Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги.-2006.-№ 1. -23б.
41. Хусусийлаштириш инвестиция фондлари ва қимматли қоғозлар бозори бошқа институтлари. //Банк ахбортномаси.-2006. № 3. – январь.-1 с.
42. Бекмурадов А.Ш. ва бошқалар. Макроиктисодий сиёсат ва иктисодий ислохотлар. 1-қисм. ТДИУ, 2005 й.
43. Бекмурадов А.Ш. ва бошқалар Қишлоқ хўжалигида иктисодий ислохотлар ва фермерлик ҳаракати. 2-қисм. ТДИУ, 2005 й.
44. Кичик бизнес ва тадбиркорлик ривожидавр талаби. 3-қисм. ТДИУ, 2005 й.
45. Молия ва банк тизимидаги ислохотлар самараси. 4-қисм. ТДИУ, 2005 й.
46. Ташқи иктисодий сиёсат: савдо ва инвестициялар оқимлари. 5-қисм. ТДИУ, 2005 й.
47. Егорова С. Модель стратегического маркетингового анализа в современных условиях. //Проблемы теории и практики управления. - 2007.-№2.-99 с.
48. Савенкова Т. Маркетинг персонала в инновационно-инвестиционной среде. //Проблем теории и практики управление. 2006.-№11.-108 с.
49. Ковалев А. Процесс сегментирования рынка товаров производственно-технического назначения. //Маркетинг.-2006.-№6. 5 с.
50. Имитационные системы принятия маркетинговых решений. //Маркетинг.-2006. № 6. -70 с.
51. Короткова Т. Влияние социально-этического маркетинга на экономическую эффективность бизнеса. //Маркетинг.-2006. - № 6.
52. Браврман А.А. Маркетинг дополнительных услуг в нефтяных компаниях. //Маркетинг и в России и зарубежом.-2006.-№ 6.-74 с.
53. Storm over globalization // The Economist, November 27, 2005.
54. Time to make the case // Financial Times, December 2, 2005.
55. The real leap forward // The Economist, November 20, 2005.

IX. Докторлик, номзодлик диссертациялари

56. Эргашходжаева Ш.Ж. Бозор рақобати шароитида қишлоқ жойларида кооперацияни ривожлантиришнинг маркетинг стратегияси. Докторлик диссертацияси. Т.:ТДИУ.-2007.-335 б.
57. Фаттахов А.А. Улгуржи савдода маркетинг стратегияси ва унинг самардорлигини ошириш йўллари. Докторлик диссертацияси. Т.:ТДИУ.-2006.-250 б.
58. Кудайбергенов А.Ш. Эффективность использования информационно-коммуникационных технологий на предприятиях. Диссертация

кандиданта экономических наук. Т.:ТГЭУ. - 2006.

59. Муратов Р.С. Ўзбекистон кишлок аҳолиси истеъмоли учун енгил саноат маҳсулотлари ассортиментини шакллантиришнинг регионал аспектлари «Ўзбекбирлашув» АК мисолида). Номзодлик диссертацияси. Т.:ТДИУ.-2006.-152 б.
60. Саидахмедова Н.И. Истеъмол товарлари маркетинги тизимида товар сиёсатининг шаклланиши. Номзодлик диссертацияси. Т.:ТДИУ.-2006.-146 б.
61. Шадманкулов А.А. Кичик бизнес субъектларида маркетинг фаолиятининг шаклланиши ва ривожланиши (пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналар мисолида). Номзодлик диссертацияси. Т.:ТДИУ.-2006.-147 б.
62. Яхшиева М.Т. Маркетинг тизимида мақсадли бозо сегментларини танлаш механизмини такомиллаштириш (зардўзлик буюмлари бозори мисолида). Номзодлик диссертацияси. Т.:ТДИУ.-2006.-148 б.
63. Сагинов Ю.Л. Марочная политика компаний на промышленных рынках. 08.00.05. Экономика и управление народным хозяйством. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Москва-2005.
64. Ульянова Ж.Е. Маркетинговый аудит как методологический инструмент повышения рентабельности предприятий по производству строительных материалов. 08.00.05. Экономика и управление народным хозяйством. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Сочи-2005.
65. Федорова С.В. Экономический механизм управления предприятиям металлургической промышленности в чрезвычайных ситуациях. 08.00.05. Экономика и управление народным хозяйством. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Москва-2005.
66. Широченская И.П. Марочная политика как инструмент повышения лояльности потребителей (на примере товаров повседневного спроса). 08.00.05. Экономика и управление народным хозяйством. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Москва-2005.

Х. Илмий-амалий анжуманлар маърузалари тўпламлари.

67. “Иқтисодий эркинлаштириш шароитида ташки иқтисодий фаолиятни роли” мавзусидаги халқаро илмий-амалий анжумани материаллари. Т.: ТДИУ, 2005.
68. “Ўзбекистонда маркетингни такомиллаштиришнинг иқтисодий механизми” мавзусидаги халқаро илмий-амалий анжумани материаллари. Т.: ТДИУ, 2005.
69. Ўзбекистонда иқтисодий эркинлаштириш шароитида ташки иқтисодий фаолият ва маркетингни роли. 2005 й, 24 май.

ХI. Газета ва журналлар.

70. Обзор итогов внешнеэкономической деятельности Республики Узбекистан. //Деловой партнёр.-2006.-30 ноябрь.-6 декабрь. №47-48. 4

с.

71. Махмудов Н. Ўзбекистон Республикаси ташқи иқтисодий фаолиятини ривожлантириш. //Бозор, пул ва кредит. -2006.№8.-55б.
72. Адашев Ғ. Ўзбекистон ва жаҳон савдо ташкилоти: эркин савдо тизимига йўл. //Ҳамкор.-2005. -№ 22. 4 б.
- 73.Егорова С. Модель стратегического маркетингового анализа в современных условиях. //Проблемы теории и практики управления. - 2007.-№2.-99 с.
- 74.Савенкова Т. Маркетинг персонала в инновационно-инвестиционной среде. //Проблем теории и практики управление. 2006.-№11.-108 с.
- 75.Ковалев А. Процесс сегментирования рынка товаров производственно-технического назначения. //Маркетинг.-2006.-№6. 5 с.
- 76.Имитационные системы принятия маркетинговых решений. //Маркетинг.-2006. № 6. -70 с.
- 77.Короткова Т. Влияние социально-этического маркетинга на экономическую эффективность бизнеса. //Маркетинг.-2006. - № 6.
- 78.Ковалева В.Д. Система оценки эффективности маркетинговой информации в предпринимательской деятельности. //Российское предпринимательство. -2006.-№8. 73 с.
- 79.Браврман А.А. Маркетинг дополнительных услуг в нефтяных компаниях. //Маркетинг и в России и зарубежом.-2006.-№ 6.-74 с.

ХII. Статистик тўпламлари маълумотлари.

- 80."Ўзбекистон Иқтисодиёти" ахборот ва таҳлилий шарҳ. – Т.: 2007.
- 81.Узбекистан и страны СНГ. Статистический ежегодник. – Т.: 2006.
- 82."Ўзбекистон Иқтисодиёти" ахборот ва таҳлилий шарҳ. –Т.: 2006.

ХIII. Интернет сайтлари.

83. www.gov.uz–Ўзбекистон Республикаси Давлат ҳокимияти портали
84. www.press-service.uz–Ўзбекистон Республикаси Президентининг Матбуот хизмати расмий сайти
- 85.www.mfer.uz–Ўзбекистон Республикаси Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестиция ва савдо Вазирлигининг расмий сайти
86. www.omad.uz–Бизнес ривож учун ахборот портали
87. www.UzA.Uz–Ўзбекистон миллий ахборот агентлиги расмий сайти
88. www.review.uz – “Экономическое обозрение” журналининг расмий сайти
89. www.cer.uz – Иқтисодий тадқиқотлар Марказининг расмий сайти
90. www.uzreport.com – бизнес ахборотлари портали
91. www.eurasianews.com – ЕвроОсиё тадқиқотлар Марказининг расмий сайти
92. www.vip.lenta.ru – Интернет нашриёти
93. www.InternetNews.com – янгиликлар сервери

