

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ АЛОҚА, АХБОРОТЛАШТИРИШ
ВА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ДАВЛАТ
ҚЎМИТАСИ

ТОШКЕНТ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

Ҳимояга рухсат
Кафедра мудири

20 ____ й. « ____ » _____

АЛОҚА КОРХОНАЛАРИДА СТРАТЕГИК БОШҚАРУВНИ
САМАРАЛИ ЖОРИЙ ЭТИШ

мавзуида

МАЛАКАВИЙ БИТИРУВ ИШИ

Битирувчи	_____	Давронов.Ж.Ж
имзо	ф.и.ш.	
Раҳбар	_____	Рашидова.Ш.Б
имзо	ф.и.ш.	
Маслаҳатчи	_____	Муллабоев.К.Ю
	имзо	ф.и.ш.
Такризчи	_____	Турсунходжаев.М.Л
имзо	ф.и.ш.	
ХФХ	_____	Қодиров.Ф.М
имзо ф.и.ш.		
бўйича маслаҳатчи		

Тошкент – 2014

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ АЛОҚА, АХБОРОТЛАШТИРИШ ВА
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ДАВЛАТ ҚЎМИТАСИ

ТОШКЕНТ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

Ахборот-коммуникация технологиялари соҳасида иқтисодиёт ва менежмент
факультети, “Менежмент ва маркетинг” кафедраси, 5340200-Менежмент йўналиши

ТАСДИҚЛАЙМАН

Кафедра мудири _____

2014й « _____ »

Талаба Давронов Жонибек Жаҳонгир ўғлининг “Алоқа корхоналарида стратегик
бошқарувни самарали жорий этиш”
мавзуида гимналакавий битирувишига

Т О П Ш И Р И Қ

1. Мавзу университетнинг 2013 йил «30» декабрдаги № 1323–сонли буйруқ билан тасдиқланган
2. Ишни ҳимояга топшириш муддати __.06.2014й.
3. Ишга оид дастлабки маълумотлар Ўзбекистон Республикасини конун ва фармоишлари, Ўзбекистон Республикаси корхоналарини статистик маълумотлари, илмий мақолалар, адабиётлар, илмий диссертация ва авторефератлар
4. Ҳисоблаш – тушинтириш ёзувларининг мазмуни (ишлаб чиқиладиган масалалар рўйхати) Кириш. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида стратегик бошқарувни назарий асослари. Алоқа корхоналарида инновацион стратегияларни таҳлили. Алоқа корхоналарида стратегик бошқарувни самарали жорий этиш. Ҳаёт фаолияти хавфсизлиги. Хулоса. Адабиётлар рўйхати.
5. График материаллар рўйхати: “Ўзбектелеком” АК асосий фаолияти ижтимоий-иқтисодий ривожланишини акс эттирувчи презентация ва слайдлар
6. Топшириқ берилган сана 15.01.2014й.

Раҳбар _____

ИМЗО

Топшириқ олдим _____

ИМЗО

7.Ишнинг айрим бўлимлари бўйича маслаҳатчилар:

Бўлим номи	Маслаҳатчи	Имзо, сана	
		Топшириқ берилди	Топшириқ Олинди
1	Рашидова.Ш.Б	28.01.2014	28.01.2014
2	Рашидова.Ш.Б	18.02.2014	18.02.2014
3	Рашидова.Ш.Б	02.03.2014	02.03.2014
4	Қодиров.Ф.М	27.05.2014	27.05.2014

8.Ишни бажариш графиги

Т/р	Иш бўлимлари номи	Бажариш Муддати	Раҳбар (маслаҳатчи) имзоси
1.	Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида стратегик бошқарувни назарий асослари.	24.02.2014	
2.	Алоқа корхоналарида инновацион стратегияларни тахлили.	18.03.2014	
3.	Алоқа корхоналарида стратегик бошқарувни самарали жорий этиш.	11.04.2014	
4.	Хаёт фаолияти хавфсизлиги	30.05.2014	

Битирувчи _____
имзо

20__йил «____»_____

Раҳбар _____
имзо

20__йил «____»_____

Ушбубитирув малакавий ишида алоқа корхоналарида стратегик бошқарувни самарали жорий этишнинг назарий асослари чуқур ўрганилган, алоқа корхоналарида стратегик бошқарув ҳолатлари таҳлил қилинган, ҳамда алоқа корхоналарида стратегик бошқарувни самарали жорий этиш йуллари таклиф қилинган.

В данной выпускной квалификационной работе глубоко изучается теоретические основы эффективного внедрения стратегического управления предприятий связи, анализируется состояние стратегического управления в предприятиях связи, а также предлагаются пути эффективного внедрения стратегического управления на предприятиях связи.

In this qualification paper the theoretical bases of effectively applying strategic control in communication enterprises was investigated deeply, the condition of the strategic control in communication enterprises was analysed, as well as, the ways of effective putting in force strategic control in communication enterprises was offered.

МУНДАРИЖА

КИРИШ

1.ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА СТРАТЕГИК БОШҚАРУВНИ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

- 1.1. Бозор иқтисодиёти шароитида стратегик бошқарувни ижтмоий-иқтисодий мазмуни ва моҳияти..... 9
- 1.2. Стратегик бошқарувни самарали жорий этишда стратегияни танлаш ва режалаштириш..... 16
- 1.3. Корхона самарадорлигига эришишида инновацион стратегиялар ва стратегик бошқарув турларини ахамияти..... 25

2.АЛОҚА КОРХОНАЛАРИДА ИННОВАЦИОН СТРАТЕГИЯЛАРНИ ТАХЛИЛИ

- 2.1. Алоқа корхоналарини ривожлантиришда инновацион хизматларни бугунги ҳолати..... 36
- 2.2. “Ўзбектелеком” АКни инновацион технологиялардан фойдаланиш стратегияси..... 45

3.АЛОҚА КОРХОНАЛАРИДА СТРАТЕГИК БОШҚАРУВНИ САМАРАЛИ ЖОРИЙ ЭТИШ

- 3.1. Алоқа корхоналарида бизнес-стратегиясини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари..... 52
- 3.2. Телекоммуникация хизматлари бозорини ривожлантириш стратегиялари..... 57

4.ҲАЁТ ФАОЛИЯТИ ХАВФСИЗЛИГИ

- 4.1. Саноат корхоналарида бахтсиз ҳодисалар ва касб касалликларини текшириш ва ҳисобга олиш..... 63
- 4.2. Алоқа корхоналари ва ташкилотларида меҳнат муҳофазаси бўйича ишларни ташкил қилиш ва уларнинг бажарилиши устидан назорат..... 67

ХУЛОСА

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

КИРИШ

Республикаимизда олиб борилаётган иқтисодий ислохатларни ҳаётга тадбиқ этишда, аҳолининг ижтимоий турмуш тарзинини янада кўтаришда, қолаверса халқнинг фаровон ҳаёти учун бевосита ўз таъсирини маълум бир маънода ўтказишда, сиёсий-ижтимоий нуқтаи назардан ишлаб чиқарувчи ва хизмат кўрсатувчи омил сифатида ҳаётий циклда бевосита иштирок этувчи корхона-ташкилотларнинг ўрни бозор муносабатлари даврида муҳим аҳамиятни касб этади.

Иқтисодиётни ривожланиш босқичларининг қайси даврларидан қатий назар компания ўз фаолиятини стратегик режалаштириш асосида олиб боради ва уни бажарилиши устидан назорат этиб, ташқи ва ички муҳитнинг таъсири остида фаолият стратегиясига ўзгаришлар киритиб боради.

Иқтисодиётимиз яқин йиллар ичида янада барқарор, ўзига бақувват, жаҳон ва минтақавий бозорларда рақобатдош бўлмоғи учун иқтисодиётимизни таркибий ўзгартириш ва диверсификация қилиш бўйича ҳали кўп иш қилиш лозимлигини ҳам биз ўзимизга яхши тасаввур этамиз.

Иқтисодиёт тармоқларини модернизация қилиш, замонавий техника ва технологиялар билан жиҳозланган янги корхоналарни барпо этиш ва реконструкция қилиш учун хорижий сармояларни жалб қилишда компаниялар ўзларининг фаолиятларини бизнес стратегиянинг услуб ва усулларида кенг фойдаланиш талаб этилади.

Рақобат ва инфор­мацион технологияларнинг ривожланиши, бизнеснинг глобаллашуви ва бошқа омилларнинг таъсири натижасида бизнес соҳасида юз бераётган жуда кескин ўзгаришлар стратегик режалаштириш ва бошқариш ролига алоҳида аҳамият билан қараш лозимлигини тақозо этмоқда. Бундай шароитда иқтисодчи тадбиркорлардан хорижий тилларни, бошқа миллатларнинг маданиятини, ташқи муҳитни ва бизнесни халқаро микёсда бошқара олиш учун компания ва корпорацияларни фаолиятини таҳлил қилишда стратегик моделларни билиш ҳамда улардан оқилона

фойдалана олиш талаб этилади.

Мамлакатимизда фаол инвестиция сиёсати олиб борилиши натижасида ҳисобот даврида ўнлаб замонавий корхоналар ишга туширилди. Жумладан, “Женерал Моторс Павертрейн Ўзбекистон” қўшма корхонасида юқори технологиялар асосида автомобил двигателлари ишлаб чиқариш йўлга қўйилди. Шунингдек, автомобил генератори ва компрессорлари ишлаб чиқариш бўйича қувватлар барпо этилди, энергияни тежайдиган лампалар ишлаб чиқариш бўйича учта лойиҳа амалга оширилди¹.

XXI аср бошида шу нарса маълум бўлдики, илмий-техник ривожланиш даражаси ва инновацион муҳит (илм-фан, таълим, янги технологияларнинг маҳаллий ва жаҳон бозорлари) барқарор иқтисодий ўсишга асос бўлди.

Миллий иқтисодиётни модернизация этиш шароитида стратегиялар айниқса инновацион стратегиялар телекоммуникация хизматлари самарадорлигини ошириш ва бу хизматларни кўрсатувчи корхоналарни ривожлантириш соҳа олдида турган долзарб масалалардан бири ҳисобланади. Ижтимоий аҳамиятга эга бўлган инновацион стратегиялар асосида телекоммуникация хизматлари самарадорлигини ошириш негизида сифатли хизмат кўрсатишни таъминлаш, мавжуд имкониятлардан оқилона фойдаланиш, ходимларни моддий манфаатдорлигини ва меҳнат унумдорлигини ошириш, республика аҳолисини замонавий ахборот технологияларига асосланган телекоммуникация хизматларининг янги турларини тақдим этиш каби вазифаларни ҳал қилиш талаб этилади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримов “...ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник янгилаш ва диверсификация қилиш, инновацион технологияларни кенг жорий этиш – Ўзбекистон учун инқирозни бартараф этиш ва жаҳон бозорида янги марраларга чиқишнинг ишончли

¹Каримов И.А. 2012-йил Ватанимиз тараққиётини янги бошқичга кўтарадиган йил бўлади. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг 2011-йилнинг асосий якунлари ва 2012-йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси.//Халқ сўзи. 20 январ.

йўлидир”²деб, республикамизда бугунги кунда амалга оширилиши зарур бўлган масалалар, жаҳон молиявий инқирози, унинг таъсири ва салбий оқибатлари, юзага келаётган вазиятдан чиқиш йўллари ҳақида тўхталиб, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларини самарали фаолият юритилиши зарурлигини таъкидлади.

Шу мунособат билан телекоммуникация алоқаси соҳани ривожлантириш ҳамда хизматлар самарадорлигини оширишдан асосий мақсад фан техника ютуқларини қўллаш орқали турли кўринишдаги ахборотларни узатиш бўйича истеъмолчилар эҳтиёжларини тўла ва юқори сифатда қондириш ҳамда соҳани янги ахборот технологияларига асосланган алоқа хизматлари кўрсатишдан иборатдир.

Бугунги кунда алоқа объектларининг самарали фаолият кўрсатиши учун соҳада маркетинг ва инновацион фаолиятни ривожлантиришдан келиб чиққан ҳолда пухта стратегияларни ишлаб чиқиш, янги ахборот коммуникация технологиялари асосида хизмат кўрсатиш, алоқа хизматлари диверсификациясини кучайтириш, соҳада қўшимча хизмат турларини кенгайтириш ва рақобат муҳитини ҳамда тадбиркорлик фаолиятини шакллантириш ва ривожлантиришга кенг йўл очиб бериш асосий устувор вазифаларидан ҳисобланади. Ушбу вазифаларни самарали ҳал этиш орқали алоқа хизматларига бўлган талабни ортишига, хизматларни сифатли ва рақобатбардош бўлишига, энг асосийси эса алоқа корхоналарини соф рақобат муҳитида нуфузини ортишига эришиш мумкин бўлади.

² Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. –Т.: Ўзбекистон, 2009. -14 б.

1.ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА СТРАТЕГИК БОШҚАРУВНИ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

1.1.Бозор иқтисодиёти шароитида стратегик бошқарувни ижтмоий- иқтисодий мазмуни ва моҳияти

Ахборот-коммуникация технологиялари асри ҳозирда миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишда ҳал қилувчи омил бўлмоқда. Ҳозирги жамиятда кўпчилик соҳаларнинг ривожланиши кўп жиҳатдан ахборот таъминоти қанчалик самарали ташкил этилганлиги билан белгиланади. Эндиликда янги ахборот ва коммуникация технологиялари (ИКТ) иқтисодиётнинг кўплаб тармоқларида тобора ҳал қилувчи роль ўйнайди. Алоҳида компанияларнинг ва миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги, мамлакатнинг ички ва хорижий инвесторлар учун жозибадорлиги кўп жиҳатдан ахборот инфраструктурасини ривожланишининг даражасига боғлиқ.

Билимларга асосланган иқтисодиётга ўтиш янги ғояларни миллий ёки халқаро бозорларда ўзининг реал истеъмолчиларини топадиган янги технологияларга, маҳсулотларга ва хизматларга самарали айлантира оладиган яхлит тизимни шакллантиришни талаб этади.

Мустақиллик ўзбек халқи учун дунёни очиш билан биргаликда бир қанча имкониятларни берди. Эндиликда қатъиян иқтисодий асосланган стратегияларни ишлаб чиқаришларда, хизмат кўрсатишларда ёхуд хўжаликнинг бошқа бир жаҳасига тадбиқ этишимиз мумкин.

Маълумки, биз ислохотлар стратегияси ва уни шакллантиришга қаратилган ўз моделимизни ишлаб чиқаришга ва амалга оширишга муваффақ бўлдик. Бу амалга оширилаётган туб ўзгаришлар бошланғич босқичнинг асосий натижасидир.

Ислох қилиш жараёнининг бошланғич нуқтаси стратегияни танлаб олишдан иборатдир. Бу ғоят маъсулиятли ва мураккаб жараён ҳисобланади.

Умумий стратегияга эга бўлмай, пировард мақсадни кўрмай туриб, иқтисодий ислоҳ қилишнинг таъсирли чора-тадбирларини белгилаб бўлмайди.

Ижтимоий-иқтисодий ўзгаришларнинг пировард мақсадларини белгилаб олиш ҳозирги ислоҳ қилиш стратегиясининг бошланғич стратегияси бўлиб хизмат қилади. Ўзбекистон сиёсий-иқтисодий мустақиллигига эришиш, миллий давлатчилигимизни барпо этиш, бунинг учун мастаҳкам негиз яратиш манфатларини кўзлаб иқтисодиётни ислоҳ қилиш соҳасида қуйидагилар стратегик мақсадлар қилиб белгиланади:

1. Ижтимоий таррақиёт сари йўналтирилган бозор иқтисодиётини босқичма босқич шакллантириш, қудратли ва тинимсиз ривожланиб борадиган, миллий бойликнинг ортишини, кишилар ҳаёти ва фаолияти учун зарур шарт-шароитлар таъминлайдиган иқтисодий тизимини барпо этиш.
2. Кўп укладли иқтисодиётни яратиш, инсоннинг мулкдан маҳрум бўлишига барҳам бериш, ташаббускорлик ва тадбиркорликни бутун чоралар билан ривожлантириш негизи бўлган хусусий мулкнинг давлат томонидан ҳимоя қилишни таъминлаш.
3. Корхоналар ва фуқороларга кенг иқтисодий эркинликлар бериш, уларни ҳўжалик фаолиятига давлатнинг аралашувидан, иқтисодиётни бошқаришни маъмурий-буйруқбозлик усулларида воз кечиш, иқтисодий омиллар варағбатлантириш воситаларидан кенг фойдаланиш.
4. Иқтисодиётда моддий, табиий ва меҳнат ресурсларидан самарали фойдаланишни таъминлайдиган чуқур структуравий ўзгаришлар қилиш, рақобатбардош маҳсулотларишлаб чиқариш, жаҳон иқтисодий тизимга кириб бориш.
5. Кишиларда янгича иқтисодий фикирлашни шакллантириш, уларнинг дунёкарашини ўзгартириш, ҳар бир кишига ўз меҳнатини сафарбар қилиш ва мулкларини мустақил белгилаш имконини бериш.

Бу каби стратегик мақсадлар корхоналарни стратегик бошқариш тизимида қайсидир маънода бевоста иштирок этади. Стратегик мақсадлар,

умуман стратегия корхоналарни самарали бошқаришда бизнесга боғлиқ бўлган кўп рақобат қабил ҳаракатларни ўз ичига олади. Умумий маънода стратегия-бу фирманинг,корхонанинг тутган йўлини мустаҳкамлашга,истеъмолчиларнинг талабини қондиришга ва ўз олдига қўйилган мақсадларга эришишга қаратилган режали бошқаришдир.Бошқарувчилар(менежерлар) компанияни қайси йўналиш ривожланишини аниқлаш ва ҳаракат усулини танлашда асосли қарорлар қабул қилиш учун стратегияни ишлаб чиқадилар. Менежерлар тамонидан компания олдида турган ҳамма амалга оширса бўладиган ривожланиш йўллари ва ҳаракат усулларида компания ривожланадиган битта йўналишни танлаши,аниқ бир стратегияни танлаш ҳисобланади.Стратегиясиз менежернинг ўйлаб турган ҳаракат режасиз,бизнес оламида компаниянинг исталган натижаларга эришиш учун ягона дастури йўқ демакдир.Стратегияли бошқариш компаниянинг барча асосий хизматлар ва бўлинмалар яъни таъминот, ишлаб чиқариш, молия, маркетинг,ходимлар фаолияти, илмий тажрибалар ва ишлаб чиқаришни бошқа бўғинларини қамраб олади. Бундай стратегияда ҳар бир ходимга алоҳида вазифа белгиланган бўлади.

Стратегикбошқариш – бу фирма мақсадларига эришиш учун узоқ муддатли стратегияни ишлаб чиқариш ва режалар тизими орқали бу стратегияни амалга оширишнинг бошқарув механизмларини яратишдир.

Қисқа қилиб айтганда стратегик бошқарув компанияни бозор муносабатлари шароитида узоқ муддатли фаолият кўрсатишини таъминлайди. Стратегик бошқаришдан фарқли равишда тезкор бошқариш корхона мақсалларига эришиш учун мавжуд бўлган стратегик позициядан фойдаланиш билан шуғулланади. Тижорат корхонасида тезкор бошқариш масалалари билан шуғулланувчи раҳбар фирма потенциалини реал фойдага айлантирилиши лозим.

Стратегик бошқарув компаниянинг узоқ муддатли мақсадлар ва фаолиятига таъаллуқлидир. Айтиш мумкинки, стратегияни (ҳаракатлар тарзини) ва унинг аниқ воситаларини ифодалаш бошқарувнинг негизини

ташкил қилади ва компанияда бошқарувнинг яхши йўлга қўйилганлигини кўрсатувчи энг тўғри белги бўлиб хизмат қилади.

Стратегик бошқарувнинг мазмуни қуйидагилардан иборат:

- фирма бизнесининг йўналиш ва асосий мақсадларни белгилаб олиш;
- фирманинг ташқи муҳитини таҳлил қилиш;
- ундаги ички вазиятни таҳлил қилиш;
- фирма ёки хўжаликнинг ўрта бўғинларида стратегияни танлаш ва ишлаб чиқиш;
- диверсияланган фирманинг портфелини таҳлил қилиш;
- унинг ташкилий структурасини лойиҳалаш;
- интеграция даражасини ва бошқарув тизимини танлаш;
- «стратегия - структура - назорат» мажмуасини бошқариш,
- фирма фаолиятининг баъзи соҳалардаги сиёсатини ва унинг феъл-атвор меъёрларни белгилаш,
- компания стратегия ва натижаларининг тескари алоқасини таъминлаш,
- стратегияни, структурани ва бошқарувни такомиллаштириш.

Стратегия - ташкилотнинг ташкилий вазифа ва мақсадларига эришишда фойдаланиладиган ташкилий ҳатти-ҳаракатлар ва бошқарувга ёндашувлари тарзидир.

Фирма стратегиясини яратиш ўзаро боғлиқ 5 та қисмдан иборат:

- 1) тижорат фаолиятининг турини аниқлаш ва фирма ривожланишининг йўналишини белгилаш, яъни мақсадни аниқлаб узоқ муддатли истиқболни белгилаш;
- 2) умумий мақсадларни ишнинг аниқ йўналишларига айлантириш;
- 3) кўзланган кўрсаткичларга эришиш учун танланган режани моҳирона амалга ошириш;
- 4) танланган стратегияни самарали ижро этиш;
- 5) бажарилган ишни баҳолаш, бозордаги вазиятни таҳлил қилиш, фаолиятнинг узоқ муддатли асосий йўналишларига, мақсадларга,

стратегияга ёки уни амалга ошириш усулларига тузатишлар, янги ғоялар киритиш.



1.1-Расм. Стратегик бошқарувнинг вазифаси

А) Компания стратегиясининг асосий масаласи қуйидагича: «Компаниямизни биз қандай тасаввур қиламиз, нима қилмоқчимиз ва нимага эришмоқчимиз?»

«Биз киммиз, нима қиляпмиз ва қаёққа кетяпмиз»- деган саволнинг жавоби фирманинг йўналишини белгилаб, кучли ўзига хосликни ишлаб чиқиш имконини беради. Компания нима қилаётгани ва нима қилмоқчи эканлиги компаниянинг миссиясини англатади. Менежер ўз компаниясининг бозордаги ўрнини қандай тасаввур қилиши эса компаниянинг стратегик кўришини шакллантиради.

Менежерларнинг асосий функцияси қуйидагилардан иборат:

режалаштириш ташкил этиш мотивация назорат қилиш

Б) Аниқ мақсадларни белгилаш компания миссиясининг умумий таърифидан ишнинг аниқ режаларига ўтиш имконини беради.

Қўйилган мақсад биз истаган натижадан иборат бўлади. Агар яхши натижаларга эришмоқчи бўлсангиз ўз олдингизга яхши мақсадлар қўйиш зарур. Мақсадлар қисқа муддатли ва узоқ муддатли бўлади. Мақсадлар яна молиявий ва стратегик бўлади.

Молиявий мақсадлар мажбурийдир, чунки, молиявий маблағлар етишмаса компания танг аҳволга тушиб қолади.

Стратегик мақсадлар компаниянинг бозордаги рақобат мавқеини кучайтиришга қаратилади. Молиявий мақсадлар фойда ҳажми, сармоялардан қайтим, нақд пул тушуми, дивидендлар каби кўрсаткичларни кўпайтиришга қаратилади. Стратегик мақсадларга эса фирманинг рақобатга бардошлилигини ошириш, бунинг натижасида ривожланишнинг юқори суръатларига, бозордаги салмоғини оширишга, паст харажатларга эришишга, фирманинг обрўсини оширишга қаратилган бўлади.

В) Мақсадлар - бу натижалардир, стратегия эса уларга эришиш йўллари дир. Стратегияни аниқлаш учун корхонанинг ички ҳолати ва ташқи омиллар ўрганилиши лозим. Компаниянинг стратегияси одатда қуйидагилардан иборат бўлади:

- 1) чуқур ўйланган, мақсадга қаратилган ҳаракатлар;
- 2) воқеаларнинг кутилмаган ривож ва кучайган рақобат курашига жавоб бериш;

Стратегия - бу фақатгина менежерлар аввалроқ ўйлаб чиққан ҳаракатлар эмас, балки кутилмаган вазиятларда киритилши лозим бўлган тузатишлар дир. Стратегияни ишлаб чиқиш учун тадбиркорлик истеъдоди ва фикрлашнинг стратегик тарзи бўлиши керак. Стратегияни ишлаб чиқиш маҳорати менежернинг тадбиркорлик истеъдодига боғлиқ.

Менежернинг тадбиркорлик маҳоратини белгилаш мезони унинг янги стратегик имкониятларни кўра билиши ва янгиликларга ўчлилигидир. Тадбиркорлик истеъдодига эга бўлган менежерлар одатда биринчи

қалдирғочлар бўладилар. Улар янгиликларни тез ўзлаштириб оладилар, таваккалчи бўладилар ва кескин янги стратегиялар яратадилар.

Компания стратегиясига тузатишлар киритиш меъёридаги оддий ҳолат ҳисобланади. Баъзан стратегияга ўзгартириш киритиш зарур бўлиб қолади. Камдан-кам ҳоллардагина компания стратегияси вақт синовидан ўта олади. Стратегияни қандай қилиб яхшилаш мумкин, деган савол менежерни ҳеч қачон тарқ этмаслиги лозим. Шунинг учун стратегияни ишлаб чиқиш динамик жараён дир.

Компания стратегияси қатор саволларга жавоблардан иборат бўлади. Бу саволлар қуйидагилардан иборат:

- ишни қандай ривожлантириш керак?
- Мижозларни қандай қилиб қаноатлантириш керак?
- рақиблардан қандай қилиб ўзиб кетиш мумкин?
- ўзгарувчан бозор шароитларига қандай жавоб бериш лозим?
- компаниянинг айрим функционал бўлинмаларини қандай бошқариш керак?
- молиявий ва стратегик мақсадларга қандай қилиб эришиш мумкин?

Стратегик кўриш ва компания миссиясини ишлаб чиқиш, мақсадларни аниқлаш ва стратегияни танлаш - бу компаниянинг ривожланиш йўналишини белгилашдаги асосий вазифалар дир. Кечикиб тузилган стратегик режалар ёки ўз вақтида киритилмаган тузатишлар ҳеч қандай натижа бермайди.

Г) Стратегияни амалга ошириш ишлари маъмурий вазифаларга кириб, қуйидагилардан иборат:

- стратегияни муваффақиятли бажариш учун ташкилий имкониятлар яратиш;
- маблағларни фойдали жойлаштириш учун бюджетни бошқариш;
- фирма стратегиясини амалга оширишни таъминлайдиган сиёсатни белгилаш;
- хизматчиларнинг янада самаралироқ ишлашлари учун рағбатлантириш;
- эришиладиган натижалар ва мукофотлар ҳажмини бир-бирига боғлаш;

- компанияда белгиланган вазифаларни бажариш учун қулай муҳит яратиш;
- компания персоналини таъминловчи ички шароитларни яратиш, яъни ҳар бир персоналнинг стратегик ролини самарали ижро этиш шароитларини яратиш;
- ишни доимий яхшилаш учун энг илғор тажрибалардан фойдаланиш;
- ички раҳбарликни таъминлаш;

Д) Юқоридаги 4та вазифалар бир неча бор қайта кўриб чиқилади, чунки янги юзага келадиган ҳолатлар тузатишлар киритишни талаб қилади. Ўтган тажрибалар ва компаниянинг истиқбол мақсадлари ўзгаришлар киритилиши мумкин. Стратегияни муваффақиятли амалга ошириш йўллари ахтариш доимий ҳисобланади. Стратегияни амалга оширишда баъзи қисмлари кераксиз бўлиб, уларни ўзгартириш керак бўлади.

Юқорида кўриб ўтилган стратегик бошқариш вазифаларининг ҳар бири доимий таҳлил ва қарорлар қабул қилишни талаб этади: ишни белгиланган йўналишда давом эттириш керакми ёки унга ўзгартиришлар киритиш керакми? Чунки стратегик бошқариш доимий ҳаракатдаги жараёндир.

1.2.Стратегик бошқарувни самарали жорий этишда стратегияни танлаш ва режалаштириш

Ҳар бир раҳбар ўз олдига аниқ бир мақсадни қўйиши керак. Корхона белгиланган мақсадга эришиш учун ўз олдига қўйилган вазифалардан келиб чиққан ҳолда, унинг ҳар бир бўлинмаси алоҳида вазифаларни бажариш керак. Корхонанинг умумий мақсади ҳар бир бўлинма учун бир нечта аниқ вазифаларга бўлинса ва қуйи бўғиндаги менежерлар бу вазифани бажаришлари учун масъулиятли бўлсалар, иш натижалари учун умумий қизиқиш пайдо бўлади. Аслида корхоналардаги ҳар бир бўлинма ўз соҳаси бўйича натижаларга эришиш ва стратегик бошқарувни амалга оширишга ёрдам бераётган бир бутун гуруҳга эга бўлиш лозим. Таъкидлаб ўтиш

лозимки узоқ муддатли (стратегик) мақсадлари унинг олий менежмент корпуси томонидан яратилади.

Ташқи хавф ва янги имкониятлар аниқлангач, стратегияни танлашга ўтиш мумкин. Стратегияни танлаш — бу стратегик режалаштиришнинг марказий масаласи ҳисобланиб, у бир неча босқичлардан иборат бўлади:

- муқобил стратегияларни аниқлаш;
- аниқланган муқобил стратегияни қиёмага етказиш;
- қиёмага етказилган стратегияга баҳо бериш.

Амалиётда бу босқичларни бир-биридан ажратиш қийин. Зеро улар яхлит таҳлил жараёнининг турли даражасидаги тадбирлардир. Фақат турли босқичларда турли усуллар қўлланилади.

Биринчи босқичда корхона олдида қўйилган мақсадни амалга оширишни таъминловчи стратегия белгилаб олинади. Бунда энг муҳими шу мақсадга эришишнинг турли вариантлари ишлаб чиқилади. Бу ишга корхонадаги барча бўғинлар бошқарувчиларини жалб қилиш мақсадга мувофиқдир. Бундай ёндашув танлаш имкониятини кенгайтиради ва энг яхши вариантни танлаш имкониятини яратади.

Иккинчи босқичда — танланган стратегиялар қайта ишланади ва корхонанинг ривожланиш мақсадига монанд келувчи кўп қиррали умумий стратегия шакллантирилади.

Учинчи босқичда — танлаб олинган умумий стратегия доирасидаги муқобил вариантлар таҳлил қилинади ва унинг бош мақсадни ечишдаги яроқлилиқ даражаси баҳоланади. Айнан шу босқичда умумий стратегия аниқ ва янги мазмун билан тўлдирилади. Масалан, қиёмага етказилган умумий стратегияда корхонанинг бозордаги салмоғини ошириш, товарлар сотувини кўпайтириш мақсадида қуйидаги тадбирлар назарда тутилган бўлиши мумкин:

- товар таннархини рақобатдошлардагига нисбатан пасайтириш;
- товарлар айтиладиган дўконлар тармоғини кенгайтириш;
- товарларнинг янги моделларини таклиф қилиш;

- реклама тизимини яхшилаш ва ундан ўринли фойдаланиш.

Кўриб турибмизки, корхона стратегияни танлашда кўпдан-кўп муқобил (альтернатив) вариантларга дуч келиши ва улардан кенг танлаш имкониятига эга бўлиши мумкин.

Аниқланган ташқи хавф ва имконият корхонанинг ички имконияти ва кучсиз томонлари билан таққосланади. Сўнгра корхона раҳбарияти “Стратегик вариантлардан қайси бирини танлаш керак” деган саволга жавоб излашга киришади. Менежмент соҳасидаги тадқиқотчилар муқобилнинг қуйидаги турларини эътироф этишади:

- чекланган ўсиш;
- ўсиш;
- камайтиш;
- ҳар учала стратегик муқобилни ўзида акс эттирувчи вариант.

Чекланган ўсиш. Бу стратегияни, асосан барқарор технологияга эга бўлган корхоналар раҳбарлари танлашади. Бунда ривожланишдаги мақсад “эришилган даража”га асосланиб ўрнатилади ва шароит ўзгаришига қараб унга тузатишлар киритилади (масалан, инфляция шароитида). Агар раҳбарият корхонадаги мавжуд ҳолатдан қониқадиган бўлса, у ҳолда истиқболда ҳам шундай стратегияни (муқобилни) танлаган бўлади. Чунки бу энг оддий ва хатари кам йўлдир.

Ўсиш. Бу танловга энг кўп тушадиган муқобилдир. Уни технологияни тез-тез ўзгартириб турадиган ва корхонани ривожлантиришда эришилган даража кўламида тўхтаб қолишни эмас, балки ундан ҳам юқори даражага эришишни мўлжаллайдиган раҳбарлар танлайди.

Агар корхона барқарор ривожланиш шароитида ишламаётган бўлса, банкротликка учраши ҳеч гап эмас.

Камайтиш. Бу жуда камдан кам танланадиган муқобилдир. Чунки бунда ёки корхонани кичрайтириш, ёки ишлаб чиқариш ҳажмини камайтириш назарда тутилади. Бу стратегияни кўпинча сўнгги восита деб аташади. Чунки корхона фақат ночор ҳолга тушган шароитдагина бу стратегияни ишлашга

мажбур бўлади. Аниқроғи, корхона раҳбарлари қуйидаги вазиятларда бундай стратегияни танлашга мажбур бўлишади:

- иқтисодий таназзул даврида;
- корхона жуда оғир шароитга тушиб, унинг аҳволи ёмонлашиб бораётган шароитда;
- ишлаб чиқаришни камайтириш ҳисобига.

Бундай ҳолларда корхона буткул тугатилиши ёки унинг айрим бўлимларини бирлаштириш содир бўлади.

Тўртинчи муқобиллюқоридаги ҳар учала муқобилни ўзида мужассамлаштиради. Йирик (турли тармоқларни ўз ичига қамраб олган) корпорацияларда амалга оширилади. Бир вақтнинг ўзида мазкур корпорация доирасида бир турдаги фаолиятни қисқартириш, бошқасини эса кенгайтириш ёки кўпайтириш стратегияси қўлланилиши мумкин.

Бизнес соҳасини белгилаш, мақсадни белгилаш, қисқа ва узоқ муддатли вазифаларни (дастурларни) аниқлаш, мақсадга эришиш стратегиясини белгилаб олиш стратегик режани ташкил қилади.

Шундай қилиб, стратегик режалаштириш қуйидаги учта саволларга жавоб бериш керак.

- 1) Корхонанинг(фирманинг,ташкилотнинг) бош мақсади нима?
- 2) Корхонанинг(фирманинг,ташкилотнинг) қандай фаолият тури билан шуғулланади ва у бизнесини нима учун танланган.
- 3) Келажакда у қандай бизнес тури билан шуғулланади.?

Олий менежмент корпусининг фалсафаси – қўллаш, амалга ошириш. Агар корхона ишлаб чиқаришни ва бошқаришни қайта қуришга муҳтож бўлса, унда стратегик режалаштиришнинг роли алоҳида юқоридир. Иккинчи босқичда корхонанинг умумий мақсадлари ва бошқарув соҳалари бўйича стратегия ишлаб чиқилади ва корхонанинг олий менежмент корпуси томонидан амалга оширилади. Бу мақсадлар аниқ ва унча узоқ бўлмаган муддатда муҳим йўналишлар, яъни ишлаб чиқариш , унумдорлиги, молия

аниқланади. Бу мақсадларни аниқлашда харажат муоммолар миқдори фоизли кўрсаткичда акс эттирилади.



1.2- Расм. Мақсадли стратегик жараён

Бу мақсадлар корхонанинг катта ва кичик бўлинмаларида ҳамда бошқарувнинг ўрта ва қуйи бўғинларида бевосита амалга оширилади. Бу босқичларнинг асл мақсади хизматчиларни якка мақсадларга аниқлашдан иборат. Фикримиз давомида стратегик режалаштириш ва танлаш хусусида ҳам тўхталиб ўтамыз. Демак стратегияни ўзи нима? Бу атаманинг маъноси (strategos) генералнинг саънати маъносини англатади. Менежментда стратегик режалаштириш ҳар бир раҳбар вазифасига ўхшаш вазифага эга - яъни ташкилотни ташкил қилувчи аъзоларни бошқариш асосини таъмин этишдан иборат бўлиб, раҳбариятнинг ҳаракатда бўлган қарорлар мажмуаси.

Бу эса ташкилотнинг стратегиясини ишлаб чиқаришга йўналтирилганлиги, унинг ҳозирги даврда ва асосан келажакда самарали тараққиёт топишга имкон яратувчанлиги билан аҳамиятлидир.

Ҳозирги замон ишбилармонлари дунёсида ҳар қандай катта фирма, айниқса, корпорация жорий режалар билан қолмасдан, услубий қийин мураккаб бўлишга қарамасдан, ўзининг стратегик режаларини ишлаб чиқиши

лозим.Изланишлар шуни кўрсатадики, бу каби режалаштиришлар қуйидаги сабабларга кўра ўта муҳимдир:

- у ташкилотнинг мақсадини аниқлашга ва шаклланишига кўмаклашади. Бунга корпоратив топшириқлар, ташкилотнинг аниқ мақсадларини баҳолаш ва уларга эришиш масалаларини ечиш киради;
- стратегик режалаштириш корхонани ташқи шароитга мослашишини таъминлайди, чунки у ўзига муҳим элемент сифатида ташқи муҳит таҳлилини ва унинг нохуш таъсирига мослашиш усуллариини ўрганади;
- стратегик режалаштириш ташкилотнинг таррақиёти тушунчаси ва самарали бошқарувини бунёд этиш билан ўзаро боғлиқ. Бу иккита тушунча асосан стратегик режалаштиришнинг кўрсатмаларидан бири ҳисобланади;
- Стратегик режалаштириш ҳисобига ташкилотнинг фаолияти самарали мувоффиқлаштириш мумкин ва кичик корхонанинг ички операцияларини яхлитлаш имкони мавжуд, чунки улар замонавий ва ўрта йирик корпорация таркибига киради;
- Ташкилот ресурсларининг самарали тақсимланиши – меҳнат, молия, хом ашё, технологиялари – булар стратегик режалаштиришсиз амалга ошириш қийин. Бу каби режалаштириш ташкилот фаолиятини таҳлил қилиш, капитал маблағлардан мақсадга мувофиқ фойдаланиш имконини беради.

Стратегик режалаштириш натижаси аниқ режалар мажмуаси ҳар томонлама ташкилот, корхоналарни вазифаларини амалга оширишга ва мақсадга эришишни таъминлашга йўналтирилган бўлмоғи керак. Стратегик режанинг давомийлик муддати бир қатор омилларга боғлиқдир: ташкилотнинг мақсади ва унинг технологиясига; ички ва ташқи муҳитни ўзгарувчанлиги; ресурсларни тақсимлаш ва ҳокозолар.

Стратегик режа турлари бир қатор шароитлар билан боғлиқ. Замаонавий бошқарув жараёни учун стратегик режалаштириш ва ташкилотининг иқтисодий фаолиятини назарот қилиб бориш қоидага айланган.

Ҳозирги пайтда ахборотлар ва билимларнинг ўсиб бориши ташкилотнинг келажак муаммолари ва имкониятлари ҳақида олдиндан тасаввур этиш ва зарур маълумотларни ишлаб чиқиш давр талаби бўлиб қолмоқда.

Стратегик режалаштириш раҳбарлар томонидан ташкилотнинг имкониятлари ёки ташқи муҳит таъсири ҳақида тўғри ахборотлар бериш, қарорлар қабул қилишдаги таваккалчиликни камайтиради.

Питер Лоренжу таъбири билан айтганда стратегик режалаштириш компанияни бошқариш учун ёрдам берадиган восита ҳисобланади. Питер Лоренжу “Стратегик режалаштиришнинг вазифаси ишни ташкил этишда янгиликларни қўллаш” деб тушунтиради. Бошқача қилиб айтганда у стратегик режалаштириш жараёнини 4 асосий фаолиятни кўрсатиб ўтади:

1. Ресурсларни тақсимлаш.
2. Ташқи муҳитга мослашиш.
3. Ички координация (мувофиқлаштириш).
4. Ташкилий стратегик истиқболни аниқлаш.

Ресурсларни тақсимлаш жараёни деганимизда миқдори чекланган ташкилий ресурсларни, яъни фондларни бошқариш қобилиятини ва технологик тажрибаларини тақсимлашни тушунамиз.

Ташқи муҳитга мослашиш деган тушунча кенг маънода компаниянинг атроф-муҳит билан бажарадиган стратегик фаолиятини билдиради. Компаниялар атрофдаги шароитларнинг қанақалигидан қатъи назар уларга мослашиши зарур. Мукамал стратегик режалаштиришга эга компаниялар анча мураккаб ишлаб чиқариш тизимлари ёрдамида умуман жамият ҳамкорлигида ўзида янги қулай шароитлар ярата олади.

Ички координация фирманинг ички ишлаб чиқариш жараёнларининг самарадорлигигни ошириш мақсадида стратегик фаолиятни умумлаштиришни англатади.

Ташкилий стратегияни олдиндан билиш деганимизда менежерларнинг аввалги йилларнинг стратегия қарорларига мувофиқ ортирган тажрибалари асосида ўз билимларини кенгайтириш фаолитяти тушунилади. Тажрибалар

асосида ўз қобилиятини ривожлантириш асосида малакасини ошириб боради;

Стратегияни танлаш, бунда корхона ёки фирманинг раҳбарияти мавжуд стратегик муқобилликни кўриб чиққандан кейин аниқ стратегияни танлашга ўтади. Мақсад ташкилотнинг узоқ муддатга мўлжалланган энг юқори самарадорликка эришиш имкони бўлган, яъни муқобилликни танлаш. Муқобилликни танлаш бош раҳбарият ҳуқуқи ва бурчи бўлса ҳам, охириги танлов ҳамма ташкилотга чуқур таъсир кўрсатади. Самарали стратегик танлов учун маъқул бўлганда усулни танлаш унинг келажаги ҳақидаги йўналишга эга бўлиши керак. Стратегик танлов аниқ ва мазмунли бўлиши керак, қандайдир муқобиллик танлангандан кейин фирманинг стратегияси қандайдир миқдорда чекланади, шунинг учун бу қарорни мукамал ўрганиш ва баҳолаш керак.

Фикрни тўлдириш мақсадида стратегик бошқарув тизими хусусида фикрлайдиган бўлсак, асосан стратегик бошқарув бири иккинчисини тўлдириб турувчи икки кичик тизимдан иборат.

1. Корхона стратегиясини таҳлил этиш ва режалаштириш.
2. Реал вақт масштабида стратегик муоммоларни бошқариш;

Стратегик услубиётини юзага келиши ва амалий қўлланиши биринчи навбатда корхонанинг ташқи муҳитида содир бўладиган ўзгаришларнинг характеридан келиб чиқадиган объектив сабаблар асосида келиб чиқади.

Корхоналарни стратегик бошқарувининг услубий асослари сифатида умуман 4 хил услуб ишлаб чиқилган:

- 1) Бошқаришни назорат қилиш асосида бошқариш.

Бунда корхонанинг фаолиятида қай даражадаги ўзгаришлар (яъни ташқи ва ички омиллар таъсирида) содир бўлётганлиги ҳисобга олинади ва шу асосида мослашув жараёни шаклланиб, янги стратегиялар ишлаб чиқилади.

- 2) Экстрополяция асосида бошқариш.

Бу услубиётда ўзгаришлар суръати жадаллашади, лекин олдинги тенденцияларни экстрополяция қилиш йўли билан келажакни кўра олиш мумкин (ўзоқ муддатли режалаштириш). Экстрополяция мантиқан ўтган даврдаги қонуниятларни келгуси истиқболга ўтказишни англатади. Бошқача қилиб айтганда экстрополяция табитан истиқбол амалидаги ҳолатдан келиб чиқади. Шу хусусиятга асосан келажакни экстрополяция услуби орқали башорат бу мақсадга мувофиқдир.

3) Ўзгаришларни олдиндан кўра олиш асосида бошқариш.

Бу ҳолатда асосан кутилмаган ҳодисалар рўй бера бошлайди ва ўзгаришлар даражаси тезлашади. Лекин бу усулнинг ижобий хислатини мукамал бошқарув стратегиясини шакллантириш билан белгилаш мумкин. Яъни стратегияни ҳар томонлама мукамал ишлаб чиқишда бу услубиёт асосий омиллардан бири бўлиб хизмат қилади.

4) Тезкор ечимларни қабул қилиш асосида бошқариш.

Яъни давр талабига монанд ички ва ташқи муҳит омилларини ҳисобга олган ҳолда муқобил қарорларни қабул қилиш ва амалга ошириш орқали бошқариш.

Шуни таъкидлаб ўтиш жоизки бошқарув ечимлари маълумотлар асосида қабул қилинади. Бошқарув ечимларини назорат қилиш ва амалга ошириш бу менежерлар зиммасига юкланади.

Умуман стратегия - бу бошқарувнинг асоси ҳисобланади. Юқорида келтириб ўтилган услубиётлар кўмагида стратегик бошқарувнинг тенденциялари ва асосий принципларини келтириб ўтишимиз мумкин:

- Мол мулкни ва ишлаб чиқаришни бошқариш.
- Ташкилотнинг асосий стратегияси сифатида корхона даромадлари ва харажатларини режалаштиришни бошқариш.
- Стратегик ва тезкор бошқарув функцияларини ажратиш.

Бошқарувнинг тури, кўринишидан қайти назар (хоҳ стратегик, хоҳ маркетинг ёки инновацион бошқарув ва ҳақозо) улар бир бири билан ўзаро боғлиқдир.

1.3. Корхона смарадорлигига эришишида инновацион стратегиялар ва стратегик бошқарув турлари аҳамияти

Инновацион стратегия - бу корхоналарни (ташкилот, фирма, корпорация ва ҳакозолар) кўзланган мақсадларига эришишда хизмат қилувчи воситадир. Стратегиялар, ҳоҳ инновацион, ҳоҳ маркетинг бўлсин, буларнинг бари ташқи муҳитдаги вазиятга биноан, ташкилот имкониятларини ривожлантиришга ва улардан оқилона фойдаланишга қаратилган. Шунинг ҳисобига турли хил кўрнишдаги инновацион стратегиялар корхоналарнинг ички муҳитидаги кампонентлар эвазига вужудга келади. Умуман олганда инновацион стратегия қуйдагилар бўлиши мумкин: ташкилотнинг инновацион фаолияти, янги маҳсулот ва хизматларни олишга қаратилган йўналишлар, ишлаб чиқаришда, бошқарувда қолаверса маркетинг тизимида янги методларни жорий этиш, янги ташкилий структурага ўтиш, янги кўринишдаги ресурсларни ва усулларни (ёндашишларни) анаънавий ресурсларни фойдаланишга қўллаш.

Асосанбу каби стратегиялар ташкилот ёки корхоналарнинг рақобатбардошлилик хусусиятларини ривожлантиришга йўналтирилган тартиб амалларни ўзида акслантиради. Улардан одатда муқобил стратегияларни танлашда фойдаланилади. Шу ўринда инновацион стратегияни ўзига ҳос хусусияти тўғрисида тўхталиб ўтамыз. Инновацион стратегиялар одатда корпоратив бошқарув, лойҳавий ва қолаверса молиявий бошқарув жараёнларида ўзига ҳослиги билан ажралиб туриб, қайсидир маънода қийин шароитларни юзага келтиради.

Инновацион стратегиялар турлари қуйдагилардан иборат:

- маҳсулотли (портфелли, бизнес стратегиялар ва янги маҳсулотларни, технологияларни, хизматларни ташкил этишда, реализация қилишга қаратилган йўналишлар);

- вазилавий яъни функционал (илмий-техник, ишлаб чиқариш, маркетинг ва хизмат кўрсатиш нуқтаи назардан олиб қаралганда);
- ресурсли (молавий, меҳнат ресурслари, маълумотли ва моддий-техникавий ресурсларга);
- ташкилий-бошқарув (технологиялар, структуралар, усуллар, бошқарув тизимлари). Асосан бу махсус инновацион стратегиялар таркибига киради.

Стратегик ва лойиҳавий бошқарувнинг назарийети ва амалиётидан келиб чиққан ҳолда шуни маълум қилиш мумкинки, бир нечта универсал стратегиялар ишлаб чиқилган. Бу каби стратегиялар асосида ривожланиш одатда таянч (базавий) ёки эталон деб аталади. Улар корхона-ташкilotларни рақобатбардошлилик даражасини ривожлантиришга қаратилаган бўлиб, ўз ўрнида ривожланиш стратегия ёки ташкilotнинг ўсиш стратегияси деб номланади. Универсал ривожланишнинг таянч стратегияларини қуйидаги тартибда бўлиб ўрганиш мумкин: интенсив ривожланишнинг стратегияси; интеграцион ривожланишнинг стратегияси; диверсификацион, диверсификацияли стратегия; қисқартириш стратегияси; Интенсив стратегик ўсишда, ташкilot ўзинингички ва ташқи имкониятлардан оқилона фойдаланиш ҳисобига имкониятларини (потенциалини) ошириб боради. Эътироф этиш лозимки интенсив ўсишнинг уч стратегияси мавжуд. Биринчи стратегия бу маълум бозор муҳитига маълум маҳсулот билан чуқурроқ кириб боришга (бу ҳолда инновацион таркибнинг аҳамияти сезиларли бўлмайди) қаратилган. Иккинчи стратегия бозорни ривожлантиришга ва мавжуд маҳсулот бўйича янги бозорни излашга асосланади. Асосан иккинчи стратегия ўзида маркетинг инновацияси мужассамлаштиради. Учинчи стратегия эса маҳсулотни ривожлантиришни, модернизация қилишни ёки янги турдаги маҳсулотни кашф этиш ва уни мавжуд бозор муҳитида реализация қилишни назарда тутди.

Интеграцион ривожланишда структуравий қайта шаклланиш юз беради. Умуман бу ўсиш тури ташкилий – бошқарув инновациялари билан беваосита боғлиқдир. Интеграцион ўсишнинг ҳам ўз навбатида уч стратегияси мавжуд ва улардан бир қуйи вертикал интеграцияга йўналтирилган бўлиб, етказиб берувчилар ва таъминотчилар структураси билан боғлиқ интеграциядир. Яъни уларни бир итфоқда бўлишини англатади; иккинчи стратегияси эса юқори вертикал интеграцияга йўналтирилган бўлиб, истеъмолчилар билан ва маҳсулотларни сотиш структураси билан боғлиқ интеграцион ўсишдир; ва ниҳоят учинчи стратегия горизантал интеграцияга йўналтирилган бўлиб, ишлаб чиқариш тармоқлари билан боғлиқ интеграцион ўсишни англатади. Бунда рақобат қобил корхона ташкилотлар иттифоқи кўзатилади. Келтирилган барча интеграцион ўсишнинг уч стратегия ташкилий инновациялар билан боғлиқ;

Диверсификацион ривожланиш заминидан тубдан янги маҳсулотлар (янги маҳсулот – эски технология ва эски бозор муҳити) ва технологияларни (янги технология, янги маҳсулот – эски бозор) яратиш ётади. Диверсификацион ривожланиш асосан конструктив янги ҳом – ашёларни (янги маҳсулот, янги технология, янги қамраб олинмаган бозор муҳитига кириш) ишлаб чиқариш учун қўшимча имкониятлардан фойдаланиш ва улрани излашга йўналтирилган. Бундан ташқари диверсификацион стратегия сифатида конгломератив (тоза ёки тўла) диверсификацияли стратегиясни келтириш мумкин. Корхоналар диверсификацион ривожланиш доирасида ўзларининг фаолият профелларига боғлиқ бўлмаган ҳолда янги бир турдаги фаолият турини ўзлаштириб, ўз маҳсулот портфелларига янгича тус беришади (яъни “янги маҳсулот – янги бозор ҳолати юзага келади”). Бу ҳолатда мавжуд фаолиятни муффакиятли боришини таъминлаш учун бир вақтнинг ўзида маҳсулотли ва маркетинг инновацияларини амалга ошириш лозим.

Ўз навбатида бу жараён хатарни ошириб, бошқариш тизимини қийинлаштиради. Турли хил кўринишдаги стратегиялар ва хўжалик субъектларининг ташкилий формалари, инновацион характердаги рақобат

қобил стратегияларни танлашда кўпгина стратегик вазиятларни ва вариантларни ҳавола этади.

Қисқартириш стратегияси – мақсадга мувофиқ бўлмаган харажарларни аниқлаш ва қисқартиришга йўналтирилган. Бу эса қайсидир маънода кадрларни қисқартиришга, структуравий звеноларни ликвидация қилишга сабаб бўлиши мумкин; Илмий – техник ва тажриба-конструкторлик ишлари (НИОКР) корхоналарнинг иш фаолиятида асосий илмий-техник стратегия ҳисобланади. Германияда илмий-техник стратегияларнинг асосий 4 кўриниши мавжуд: имитацион стратегия, технологик жараёни ишлаб чиқариш стратегияси, ҳужумкорона ихтисослаштирилган стратегия, ҳужумкорона инновацион стратегия.

Имитацион стратегия - бу ўзга фирмаларни қўлга киритишга, кооперацион тадқиқотларни турли хил ташкилот ва корхоналарда ўтказишга, яъни биргаликда ва меҳнат тақсимоли асосида ишни ташкил этишга, маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва қисқа муддатда кўзланган мақсадларга эришишга йўналтирилган.

Технологик жараёнларни ишлаб чиқариш стратегиясида корхоналар ички илмий-техник имкониятларга таянадилар. Ички стратегия рақобатчиларнинг технологик жараёнларини фаол ўрганишни назарда тутмайди.

Ҳужумкорона ихтисослаштирилган стратегия (стратегия наступательной специализации)- махсус топшириқ асосида илмий-тадқиқот тажриба-конструкторлик ишларини ўтказиш ва истеъмолчиларга индивидуал тарзда йўналтиришдан иборат.

Ҳужумкорона инновацион стратегия – бу турдаги стратегияни одатда ташкилотлар қўллаб қувватлайди. Бунда илмий-тадқиқот тажриба-конструкторлик ишлари бошқа фирмалар билан биргаликда амалга оширилади. Асосан бу кўринишдаги стратегияда илмий-техник маълумотларнинг қўлга киритиш вариантлар сони кўпроқни ташкил этади.

Умуман инновацион стратегияларни ишлаб чиқиш бу ташкилотлардаги илмий-техник сиёсатга ва қолаверса корхоналарнинг бозор миқёсидаги

мавқега боғлиқ. Корхоналарнинг ўзаро таъсир кучи характериға кўра ташки рақобат муҳитидан келиб чиққан ҳолда инновацион стратегияларни 4 та асосий турға бўлиш мумкин.

Хужумкорона стратегия бу соф рақобат курашида тамойилларға таяниб фаолият юритувчи фирмалар учундир. Бундай фирмалар одатда бозор миқёсида бирнчилардан бўлишға ҳаракат қиладилар ва одатда хужумкорона стратегия асосида фаолият олиб бораётган фирмалардан юқори даражадаги ташкилотчилик ва моҳирлик, тўхтовсиз равишда самарали инновацияларни (янгиликларни) излаш, илмий-тадқиқот тажриба-конструкторлик ишлар(НИОКР)ни фаол даражада ўтказиш ва маркетинг бошқарув тизимини оқилонга бошқариш талаб этилади. Бу каби стратегиялар кичик ҳамда катта инновацион фирмалар учун ўзга хос характерға эғалиги билан ажралиб туради.

Тобеликка асосланган яъни номустақил инновацион стратегия (зависимая). Бу турдаги инновацион стратегия франчайзинг шароитида фаолият юритувчи фирмалар учун ўринлидир.

Имитацион стратегия асосан кучли технологик ва бозор мавқега эға бўлган фирмалар фаолиятида аксланади. Бу кўринишдаги стратегияни адаптацион (мослашув) стратегия деб ҳам аталади.

Анаънавий ёки мудофааға асосланган стратегия(традиционная ёки оборонительная)- бу стратегия корхонанинг бозорда ўз мавқени ушлаб қолишға йўналтирилган. Одатда бу стратегия ташкилот диққат эътиборини рақобатчилар фаолиятиға қаратишға ва истеъмолчиларнинг хулқ атвори ҳамда талаблариги қамроқ даражада муносабат билдиришға қаратилган.

Инновацион стратегияларнинг асосий вазифалари нафақат ривожланиш траекториясини аниқлаш, балки зарурий ресурсларни баҳолаш аввалам бор молиявий ресурсларни, ва такомиллаштиришниг якка йўналишини таъминлаб беришдан иборат. Шу тарзда стратегиялар прогнозлардан фарқли ўлароқ, ташкилотнинг бош мақсадлари ва уларға эришиш йўллари билан бевосита боғлиқ бўлган фаолиятларға асоаланади.

Инновацион стратегиялар асосида қайсидир маънода қайта ташкил этилган корхоналарда, тақшилий маънавият даражаси кўтарилиши лозим. Бу:

- бутун бошқарув тизимини ва унинг ҳар бир элементини истиқболга эришиш учун йўналтиришни;
- стратегияни реализация қилишда мустаҳкамликни ва тактикада эгилувчанликни;
- демократизация асосида ишчиларнинг инновацион фаолиятини максимал ривожлантиришни, гуруҳ фаолиятларини кенгайтиришни ҳамда рағбатлантиришни;
- инновацион жараёнларини режалаштиришда раҳбарларни иштирокини англатади.

Маълумки инновацион стратегияларни ишлаб чиқишда, режалаштиришда ва амалга оширишда мутахассис кадрларга ва раҳбарларга шароитдан келиб чиққан ҳолда янги талаблар қўйилади. Яъни ишга ижодий ва инновацион равишда ёндашиш, юқори профессионал даражада бўлиш, стратегик жиҳатдан фикр юрита олиш, раҳбарият усулини қўллай билиш, демократияга асосланиб бамаслаҳат иш юритиш. Таъкидлаб ўтиш лозимки кадрларнинг ақлий имкониятлари етарли даражада ривожланмаган бўлса, қандай стратегия бўлишидан қатъий назар у фақатгина қайсидир маънода, омон қолиш стратегияси бўлиб хизмат қилади. Бу ҳолатда стратегиялардаги “ривожланиш” вазифаси ўзида ҳеч қандай аҳамиятни касб этмайди.

Фикримиз давомида юқорида келтириб ўтилган фикрларни тўлдириш мақсадда инновацион стратегиялардан келиб чиққан ҳолда инновацион стратегияларнинг бошқарув жараёнлари босқичлари борасида тўхталиб ўтамиз. Умуман инновацион стратегияларнинг бошқарув жараёнлари бир бирига боғлиқ бўлган босқичлардан иборат, яъни: стратегик режалаштириш, инновацион стратегияларни амалга ошириш ва стратегик назорат. Умумий ҳисобда биз стратегик бошқарув тизимига эга бўламиз.

Янгиликларни излашда ва янги технологияларни хўжалик фаолиятида жалбэтишда корпарациялар қуйидаги асосий стратегиялардан фойдаланилади.

1- стратегия. Олимлар томонидан янги давр талабига мувофиқ ишлаб чиқилган техника ва технологиларни излаш ва харид қилиш. Лицензия асосида янги техника-технологияларни ва интеллектуал мулкка бўлган ҳуқуқни ёки маркетинг тамойилларига таянган ҳолда ишлаб чиқилган битимни қўлга киритилиш.

2- стратегия. Олим кашфиётчилар билан ўзоқ муддатли ҳамкорликка асосланади. Бу моделга мувофиқ ташкилот (корхона, корпарациялар) лар ҳар тамонлама яъни маҳаллий ёки хорижий илмий-тадқиқот лаборатория олий таълим масканлари билан ҳамкорликни бошлашади. Ҳамкорликнинг энг кўп тарқалган турларидан бири – бу хўжалик шартномаларини илмий муассасалари билан тузиш ёки ўзоқ муддатли контрактларни бевосита олим – кашфиётчилар розилиги асосида имзолаш.

3- стратегия. Илмий тадқиқот ташкилотларини ташкил этиш ёки сотиб олиш. Бу каби ҳар тамонлама ёндашиш илмий – тадқиқот тажриба – конструкторлик ишларининг (НИОКР) глобаллашувига ва ташкилотларни хорижий олимларнинг имкониятлари ва тажрибаларига бўлган қизиқишини ошишига олиб келади. Бу стратегия дорасида йирик ташкилотлар ўз таркибларида кўпгина юқори малакали мутахассисларини бирлаштириш орқали тадқиқот бўлинмаларини шакллантирадилар. Бундай бўлинмалар бевосита ташкилотларнинг маркетинг ва стратегик режалаштириш бўлинмалари билан ўзаро фаолият олиб боришади.

Бир сўз билан айтиш мумкинки инновацион стратегияларни режалаштириш, ишлаб чиқиш ва амалга оширишда илмий-тадқиқот тажриба-конструкторлик ишларининг ўрни катта;

Навбатдаги мулоҳазаларни инновацион стратегияларни ишлаб чиқаришга қаратилган нуқтаи назарлар билан давом эттирамиз. Хуллас, инновацион стратегияларни ишлаб чиқишда корхонанинг бош стратегиги катта тажрибага

эга бўлиши масадга мувофиқдир. Инновацион стратегияларни ишлаб чиқишда асосан уч босқичдан иборат бўлган жараён иштирок этади, яъни:

- ❖ биринчи босқич ташкилотнинг инновация соҳасидаги кўрсаткичларини баҳолаш, инновацион фаолият самарадорлигини ошириш ва ички тўсиқларни аниқлаш ҳамда баҳолаш, ташкилот фаолиятида эталон синовларни амалга ошириш ва корхонанинг инновацион фаолиятга дахлдор кўрсаткичларини шу соҳадаги бошқа бир олд корхоналар кўрсаткичлари билан таққослашдан иборатдир.
- ❖ иккинчи босқич бу биринчи босқичда мавжуд бўлган тўсиқларни таҳлил қилишдан иборат.
- ❖ ва ниҳоят учинчи босқич амалий тавсияларни ишлаб чиқишдан, вақтга ва янги маҳсулотлар сонига алоқадор бўлган кўрсаткичларни аниқлашдан, уларни бозорга тадбиқ этиш ва зарур деб топилган ўзгаришларни ташкилотнинг ташкилий маънавиятига ва структурасига киритишдан иборат.

Маълумки техно-иқтисодий асосланган режалар асосида ишлаб чиқилган инновацион стратегиялар орасидан муқобилини танлаб олиб, уни амалиётга тадбиқ этиш кўтилган натижаларни янада самаралироқ бўлишига сабаб бўлади. Шу асосга кўра инновацион стратегияларни танлашда (маҳсулотларнинг ҳаёти циклини ҳисобга олган ҳолда), қуйдагиларни эътиборга олиш лозим:

- ❖ Юзага келишни. Яъни бу ҳолат эски ёки дастлабки тизимлар орасида янги тизимни пайдо бўлишини изоҳлайди ва барча фаолиятни қайта ташкил этишни талаб этади.
- ❖ Туғулишни. Бу ерда ўзгаришлар, янги тизимни намоён бўлишидан уларни маълум бир кўринишда ва маълум бир даражада шаклланишдан иборат бўлади.
- ❖ Тасдиқни.
- ❖ Стабилизацияни.
- ❖ Соддалиликни.

- ❖ Тушишни, камайишни. Яъни муҳим аҳамият касб этувчи кўрасткичларни.
- ❖ Ечимни, тугатилишни, тўхтатилишни. Яъни муҳим аҳамият касб этувчи кўрасткичлар камайишини бартараф этиш.
- ❖ Деструктуризацияни.

Корхоналарни ривожлантиришда инновацион стратегияларнинг самарадорлик омиллари ва шартлари борасида тўхталиб ўтамиз.

Корхоналарнинг инновацион стратегияларини ташкил топишида ташкилотларнинг инновацион фаолиятлари таҳлил қилинади. Яъни фаолиятнинг йўналишини, инновацион лойиҳаларни ҳажми ва структурасини, уларни бажарилиш муддатини, буюртмачининг шартларини, янгиликларни бошқариш структурасининг ташкилий ҳолатини ва ҳ.з. Муқобил инновацион стратегияларни аниқ бир ҳўжалик шароитида танлаш жараёни ҳар доимо инновацион фаолиятнинг натижалари асосида кечади. Бироқ бу ҳолатнинг ўзига яраша қийинчиликлари борлигини унутмаслигимиз даркор. Умуман инновацион фаолият инновацион менежментнинг объекти сифатида ўрганилиб, ташкилотларни ҳар томонлама қамраб олади ва вазифавий ва ишлаб чиқариш тизимининг асосий ажралмас қисми ҳисобланади. Мисол учун корхоналарнинг асосий мақсадлари сифатида қуйдагиларни билишимиз мумкин:

- ❖ Белгиланган муддат ичида тақдим этилган кўринишда ва ҳажмда юқори сифатли маҳсулотларни ишлаб чиқиш.
- ❖ Илмий–ишлаб чиқариш имкониятларидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш.
- ❖ Фаол ташқи иқтисодий фаолиятни шакллантириш.
- ❖ Ишлаб чиқаришда экологик хавфсизликни ва ҳўжалик фаолиятидаги салбий оқибатлардан чекланишни таъминлаш.

Биринчи мақсад ишлаб чиқариш жараёнида маҳсулотларни ва технологияларни такомиллаштиришни, янги туркумдаги ҳом-ашё базаларига

эга бўлишни ҳамда корхонанинг бозордаги мавқиени сақлаб қолишни назарда тутади.

Иккинчи мақсад функционал ва ишлаб чиқариш структураси базасига, кадрлар, ахборот, молиявий ва моддий ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш базасига, ҳамда техник ишлаб чиқариш ва инженерлик базасига рационализациянинг зарурияти борлигини асослайди.

Учинчи мақсад бу илмий-техник изланишни талаб этади. Ташкилотнинг экологик мақсади эса ишлаб чиқариш жараёнидан экологик тоза маҳсулотларни қўлга киритишни назарда тутади.

❖ Кўрсатиб ўтилган аспектлар корхона фаолиятининг у ёки бу кўринишдаги инновацион жараёни ўзида ифодалайди. Шунинг ҳисобига инновацион стратегияларни ишлаб чиқаришда бу каби аспектлар менежментнинг объекти сифатида қаралади. Амалиётда ташкилотларни ривожлантириш учун, янгиликларни бошқаришда ва инновацион стратегияларни танлашда турли хил усуллардан фойдаланилади. Тизимли ёндашиш усули усуллар ичидан рационал ҳисобланади. Бу усул принципларининг инновацион стратегияни ишлаб чиқаришда қўлланилиши қуйида келтирилган жараёнларнинг асосий элементлари сифатида қайд этилади:

- ❖ Мавжуд маҳсулот ва технологияларни такомиллаштириш.
- ❖ Янги маҳсулот ва жараёнларни ташкил этиш, ўзлаштириш ва улардан фойдаланиш.
- ❖ Ишлаб чиқаришнинг базасининг техно-технологик сифат даражасини кўтариш.
- ❖ ИТТКБ (НИОКБ) нинг сифат даражасини ошириш.
- ❖ Маълумотлардан ва кадрлардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш.
- ❖ Корхоналарни такомиллаштириш ва инновацион фаолиятни бошқариш.
- ❖ База ресурсларини рационализация этиш.
- ❖ Инновацион фаолиятнинг экологик хавфсизлигини таъминлаш.
- ❖ Инновацион маҳсулотларнинг рақобатбардор афзалликларига эришиш.

Инновацион стратегиянинг асосий моҳияти ўзида қайсидир маънода мақсадли дастурни акслантиради. Бу дастур таркибига асосан корхона мақсадлари, вазифалари ва истиқболига эришиш йўллари киради. Инновацион стратегиянинг муваффақиятлилиги даражасини белгилашда бевосита илмий-тадқиқот ишлари, ишлаб чиқариш жараёнида маркетинг ва инновацион фаолияти, стратегик режалаштириш ва унинг ишлаб чиқаришдаги асосий элементлар билан ўзаро боғлиқлиги, корхонанинг умумий стратегияси ҳамда бошқарувнинг ташкилий структураси иштирок этади. Амалиётдаги изланишлар шуни кўрсатадики инновацион стратегия самарадорлигининг муҳим омиллари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- ❖ Бутун йиғилган тажрибалар ва имкониятлар, дифференциаллашган ва специфик компетенциялар.
- ❖ Эгилувчан ташкилий шакл. Яъни бу бошқарувни номарказлаштирилишини ифодалайди. Бунда янгиликларни самарали ўзлаштириш, янги технологияларни қабул қилишга бўлган зарурият кўзатилади.
- ❖ Ўқув жараёни. Яъни ташқи омилларни таҳлил этиш, янги технологиялар, ва бошқарув усулларини ассимиляция қилиш.

Келтириб ўтилган омиллардан шундай хулоса қилиш мумкинки, ташкилотлар хоҳлаган инновацион стратегияни танлаб олиш ҳуқуқига эга эмас. Чунки қайсидир маънода “танлаш эркинлиги чекланади”. Сабаби инновацион стратегияларни ишлаб чиқишда ва амалга оширишда бутун бошли махсуслашган гуруҳ бўлиши лозим.

2. АЛОҚА КОРХОНАЛАРИДА ИННОВАЦИОН СТРАТЕГИЯЛАРНИ ТАҲЛИЛИ

2.1. Алоқа корхоналарини ривожлантиришда инновацион хизматларни бугунги ҳолати

Республикада амалга оширилаётган ижтимоий-иқтисодий ислохотлар Ўзбекистоннинг стратегик мақсадига эришишга қаратилган. XXI аср – ахборотлашган жамият асри деб эътироф этилди, бу эса ахборотнинг тез ва сифатли айланишини таъминлаш ҳозирги кунда мамлакат тараққиёти ва равнақининг бош мезонига айланганлигидан далолат беради. Шу сабабли ҳам, ушбу соҳани жадал суръатлар билан ривожлантириш Ўзбекистон иқтисодиётида амалга оширилаётган таркибий ўзгаришлар ҳамда иқтисодий ислохотларнинг бош йўналишларидан бири ҳисобланади.

Президент Ислом Каримовнинг 2009 йилнинг асосий якунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси «Коммуникация тизимларини ривожлантириш ҳақида гапирганда, юқори технологик телекоммуникация тармоғини ривожлантириш биз учун муҳим стратегик аҳамиятга эга эканини алоҳида қайд этиш даркор. Бугунги кунда ҳаётимизни компьютер техникаси, ахборот технологиялари, интернет, мобил телефон алоқасисиз тасаввур қилиб бўлмайди» деб алоҳида таъкидладилар. Ҳозирги пайтда бутун дунёда АКТни ривожлантириш ва оммалаштириш билан боғлиқ бўлган устиворликларнинг аҳамиятини англаш кучайиб бормоқда. Уларнинг инқилобий таъсири давлат тузилмалари ва фуқаролик жамияти институтлари, иқтисодий ва ижтимоий соҳа, илм-фан ва таълим, маданият ва одамларнинг турмуш тарзида кузатилади. Улар одамларга ўз салоҳиятидан янада тўлиқ фойдаланиш имкониятини беради, барқарор иқтисодий ўсиш, фаровонлик даражасини ошириш, демократия,

тинчлик ва барқарорликни мустаҳкамлаш мақсадларига эришишга ёрдам беради.

Ушбу стратегияни амалга ошириш мақсадида мамлакатимизда бир қатор норматив-ҳуқуқий ҳужжатлари қабул қилинган. Айниқса, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2002 йил 30 майда чиққан “Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш тўғрисида”ги ПФ-3080 сонли Фармонида³ ахборотлаштиришнинг миллий тизимини шакллантириш, иқтисодиёт ва жамият ҳаётининг барча соҳаларида замонавий ахборот технологияларини, компьютер техникаси ва телекоммуникация воситаларини оммавий равишда жорий этиш, ҳамда улардан фойдаланиш, фуқароларнинг ахборотга ортиб бораётган талаб-эҳтиёжларини янада тўлиқроқ қондириш, жаҳон ахборот ҳамжамиятига кириш, ҳамда жаҳон ахборот ресурсларидан баҳраманд бўлишни кенгайтириш учун қулай шарт-шароитларни яратиш каби масалалар мақсад қилиб олинган. Ахборот коммуникация технологиялари соҳасининг жадал ривожланиб бораётган асосий йўналишларидан бири мобил алоқа тизими ҳисобланади.

Ўзбекистонда мобил алоқа тизимини ва мобил алоқа хизматларини ривожлантириш учун шарт-шароит яратиш бўйича бир қатор ижобий ишлар амалга оширилмоқда. Бунинг натижасида мамлакатда рақобатчилик муҳитининг кучайиши муносабати билан алоқа хизматлари операторлари ўртасидаги қайсидир маънодаги беллашувлар, мамлакатнинг биринчи рақамли алоқа оператори унвонига бўлган интилишларни кучайтирди.

Алоқа хизматлари бозорини истиқболда янада ривожлантиришни йўналишларидан бири бу янги замонавий, қулай ва оммабоп инновацион хизматларни амалиётга тадбиқ этиш ҳисобланади.

Тақдим этилаётган мазкур инновацион хизматларнинг мақсади ҳам “Ўзбектелеком” АКсининг “UzMobile” филиалининг тармоғини ва абонентлар базасини кенгайтириб, соф фойда миқдорини оширишга қаратилган.

³Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот коммуникация технологияларини жорий этиш тўғрисида”ги фармони. 2002 йил 30 май

Қуйидаги инновацион хизматларни филиал истиқболи учун амалиётга тадбиқ этиш мақсадга мувофиқдир.

1. Mobile Banking хизмати. Бошланишида Алоқа банк билан ҳамкорликда.
2. Ситуацион марказ. ФХМ билан ҳамкорликда.
3. Mobile VPN хизмати.
4. Мобил Интернет хизматини, 3G технологияси асосида.
5. WAVE портал хизмати.

Филиал тақдим этаётган мобил алоқа хизматлари қамровлилик даражасини ошириш мақсадида шахталарда, тунелларда, махсус ер ости бункерларида қолаверса жамоат транспорларидан бири ҳисобланмиш метро бекатлари ва тунелларида махсус инновацион технология сифатида махсус алоқа кабелларини (излучайщий кабель) ётқизиш, бу мамлакат алоқа хизматлари тарихидаги янги бўлажак ҳодиса ҳисобланади.

Mobile bankig хизматини амалга оширилиши бу якка тартибдаги тадбиркорлар учун, филиалнинг мавжуд мижозлари учун бир талай қулай имкониятларга шароитлар яратиб беради. Филиалнинг хизматаридан фойдаланувчилар учун бу инновацион хизмат мобил интернет орқали банклардаги ўз ҳисоб рақамларига виртуал уланиш имкониятларини ҳозирлайди. Умумун олганда бу республика иқтисодиётини ривожлантириш йўлида Президент И.Каримов томонидан чиқарилган тадбиркорлик фаолиятини қўллаб қуватлаш тўғрисидаги қарорни амалга тўла қонли оширилишига бевости таъсир этувчи омиллардан бири ҳисобланади.

Mobile Banking хизматини амалга ошириш жараёни асосан уч босқичдан иборат:

1. Биринчи босқичда маълумот хизматлари амалга оширилади. Яъни мижозлар ўз мобил телефонлари дисплеида (экранида) ҳисобрақамлари тўғрисидаги маълумотларни олиш имконияти вужудга келади. Мисол учун баланс ҳисоби, амалга оширилган транзакциялар тўғрисидаги маълумотлар.

2. Иккинчи босқичда мижозлар компания томонидан тақдим этилаётган хизматларга “ҳисоб” олишлари мумкин. Ўз навбатида бу имконият мобил телефон орқали филиал томонидан кўрсатилган хизматларга тўловни амалга оширилишини таъминлайди.
3. Учунчи босқичда мижозлар учун мобил телефон орқали камунал тўловларни амалга ошириш, аҳолининг ижтимоий ҳаёти учун зарурий ҳисобланган бирор бир хизмат ёки маҳсулотга буюртма бериш имкониятлари вужудга келади.

Mobile Banking хизмати ҳўжалик фаолиятининг бир нечта тармоқларини ривожланиш суъратини жадаллаштиради. Улар қуйдагилар:

1. Мамлакатда кенг масштабда электрон тижоратни ривожлантиради.
2. Тадбиркорлар фаолиятини ривожлантиришга ҳисса қўшади.
3. Банк тизимини такомиллаштиради.

Иккинчи бир инновацион хизмат сифатида Mobile VPN хизматини филиал тараққиёти учун амалиётга жорий этиш. Бу хизмат тури абонентлар ўртасида ўзаро локал тармоғни яратиш имкониятини беради. Mobile Virtual Private Networks хизмати айнан корпоратив фойдаланувчилар учун бўлиб, бу бир нечта филиалларни, омборларни, сотув шаҳобчаларини ягона маълумотлар тизимига бирлаштиришга асос яратади. VPN мобил тармоғи бу хусусий ҳимояланган тармоқ бўлиб, жўнатиловчи маълумотлар бут бутунлигини ва хавфсизлигини таъминлайди. Бу хизмат корхона ходимлари учун қулайлик яратиб, бош офис ҳудудидан анча йироқда бўлишса ҳам, маълумотлар базасига вертуал уланиш имкониятини беради.

Бундан ташқари бу хизмат тури қўшимча ишчи ўринларни яратишга асос бўлиб хизмат қилади. “Ўзбектелеком”АК “UzMobile” филиали томонидан инновацион хизмат сифатида тақдим этилаётган хизматнинг фойдаланувчилар учун авзалликлари:

- Юқори тезликдаги маълумотлар узатиш тармоғи ва мобил маълумотлар узатиш тармоғи базасида виртуал маълумотлар ўзатиш каналларини ташкил этилиши.

- Виртуал алоқа каналларидан жўнатиладиган маълумотларнинг юқори даражада ҳимояланганлиги.
- Ижарада олинadиган ёки ташкил этиладиган алоқа каналларига нисбатан нархнинг пастлиги.
- Янги фойдаланувчиларнинг тармоққа уланишининг қулайлиги.
- Ташқи виртуал тармоқдан изоляцияланган тармоқни мавжудлиги.
- Фойдаланувчилар фаолиятини виртуал тарзда назорат қилиш.
- Маъмурий тармоқ учун харажатларни қисқартирилиши.

Фойдаланувчилар бу Mobile VPN хизмат турига уланиш орқали қуйдаги муаммоларни ўз бизнесларида ҳал этишлари мумкин:

- Ишлаб чиқариш ва бошқарув топшириқларини ечиш учун мўлжалланган корхоналарнинг омборлари ва офисларидаги компьютер тармоқларига бўлган масофавий алоқани қийнчиликларсиз бартараф этилиши.
- Ташкилот ходимлари учун масофавий (удаленных рабочих мест) ишчи ўринларни ташкил этилиши.
- Марказлашган маълумотлар базасига, бухгалтерия ва ИТ тизим тармоғига уланиш имкониятини яратилиши.
- Ички телефон алоқасини ташкил этилиши.

Mobile VPN хизмати фақатгини ички тармоқда амалга ошади. Бу хизмат турига уланишда хавфсизлик нуқтаи назаридан келиб чиққан ҳолда мижоз учун алоҳида IP манзил ажратилади.

WAVE мобил портали. Бу хизмат бевосита алоқа операторининг телекоммуникациялар бозоридаги улушини ўсишига ва қўшимча хизматлар эвазига олинadиган даромадлар ҳажмини ортишига таъсир этади.

“UzMobile” мобил оператори томонидан WAP технологияси асосида WAVE мобил портал хизмати тақдим этилиши, бу филиалнинг иқтисодий барқарорлигини янада мустаҳкамловчи омиллардан бири ҳисобланади.

Бу инновацион хизмат асосида мижозлар қуйдаги қўшича хизматлардан фойдаланиш имкониятига эга бўлишади:

- Кирувчи мультимедия хабарларини кўриш имконияти (MMS);
- Энг сўнги ва қизиқарли маълумотлардан бохабар бўлиш.
- Шаҳарнинг маъданий ходисалар жадвалидан хабардор бўлиш.
- Сўнги оммбоп мусиқаларни, суъратларни юклаб олиш.

Умуман WAP (Wireless Application Protocol) технологияси мобили телефони орқали симсиз Интернет тармоғига ўланиш имконини беради.

“Ўзбектелеком” АКда стратегик режалар ва уларни бажарилиши буйича чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

“Ўзбектелеком” АКда кенг полосали (xDSL ва FTTx) технологияларни тадбиқ этиш, “Электрон таълим” лойиҳаси ва 2011 йилда стратегик режалар ва бошқа чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

Ҳозирги кунда FTTx технологияси асосида Тошкент шаҳри тармоғида 100 та объектга жами 52,8 км оптик толали кабел линияси қурилиб 2011 йил 1 январ ҳолатига монтаж сиғими 2 400 портни, фойдаланиш сиғими 607 портни ёки 25.3% ни ташкил этмоқда.

- 2011 йилда FTTx технологияси асосида тармоқни реконструкция қилиш ва ривожлантириш лойиҳаси амалга оширилиши белгиланган
- Тошкент шаҳридаги 1375 та, вилоят ва туман марказларидаги 182 та биноларни қамраб олиб, жами 1557 та объектларда умумий сиғими 37440 портга эга бўлган тармоқ қурилади.

Ушбу лойиҳалар буйича қуйдаги чора тадбирлар ишлаб чиқилган

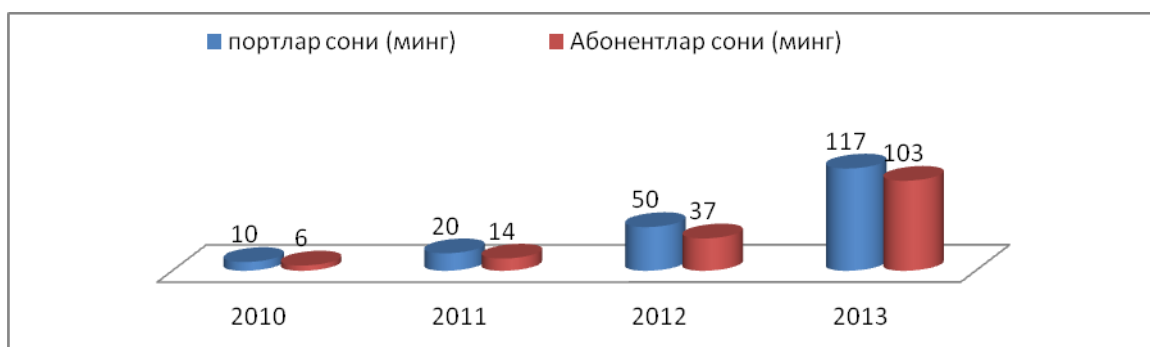
2.1.жадвал

“Ўзбектелеком” АК телекоммуникация тармоғида xDSL технологияси

№	Чора-тадбирлар	Бажариш муддати
1	Техник топшириқни ишлаб чиқиш	Январь
2	Лойиҳа-смета ҳужжатларини тайёрлаш ва тасдиқлаш	Февраль
3	Тендер савдоларини ўтказиш	Февраль-Март
4	Ғолиб компания билан шартномани расмийлаштириш	Март-Апрель
5	Қурилмаларни келтириш	Июнь-Июль
6	ОТАЛ қурилиши ва якунловчи қурилмаларни монтаж қилиш	Июль-Август

7	Ишга тушириш ва созлаш ишлари	Август-Сентябрь
8	Объектларни қабул қилиш комиссиясига топшириш	Октябрь-Ноябрь

- 2010 йил якунига “Ўзбектелеком” АК монтаж қилинган xDSL портлар сони 51,064 мингтани, уланган портлар сони 36,944 мингтани ташкил этди
- Компания бўйича 2011 йил якунига қадар xDSL портлар сонини қўшимча 66,1 мингтага кенгайтирилади
- Жами монтаж сиғими 117 мингтага, абонентлар сони 103мингта етказилиши режалаштирилган



2.2-расм. “Ўзбектелеком” АК нинг CDMA-450 мобил тармоғи

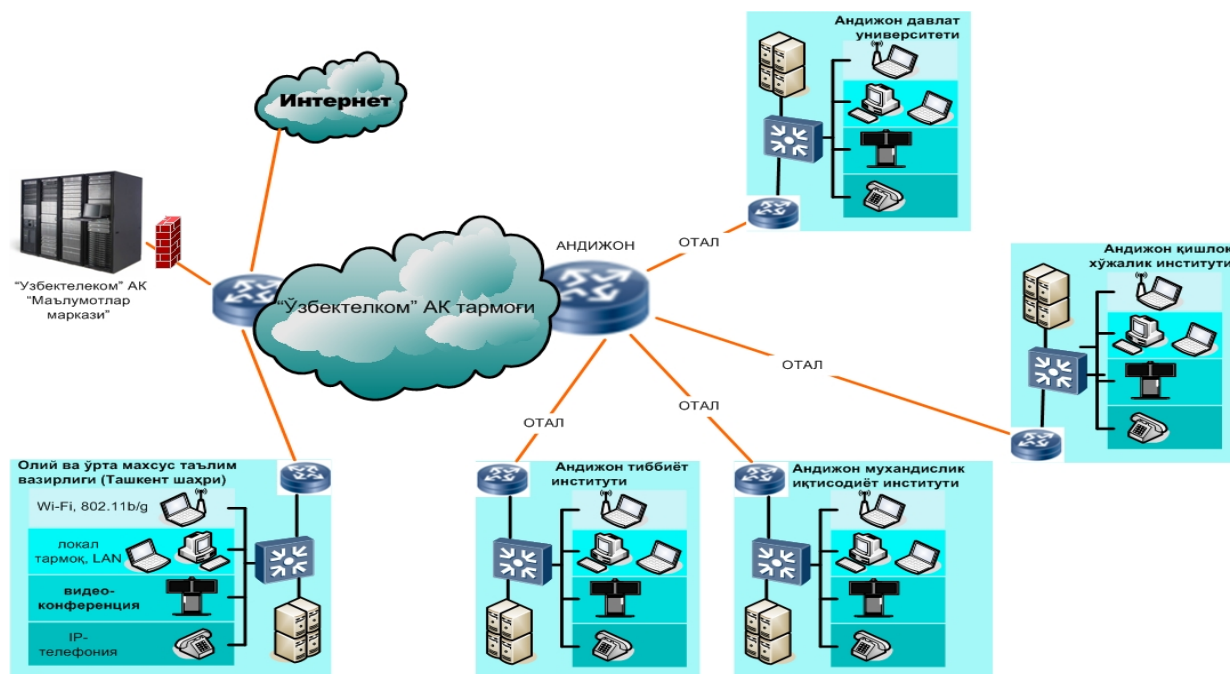
- 2011 йил якунига қадар 89 та янги база станциялари ўрнатилиши ва база станциялар умумий сони 358 тага етказилиши режалаштирилган.
- 44 та мавжуд база станциялари EVDO технологияси асосида модернизация қилиш ва умумий сони 93 тага етказиш режалаштирилган.

“Ўзбектелеком” АКда “Электрон таълим миллий тизимини яратиш” лойиҳаси

- Олий таълим муассалари орасида оптик алоқа линиялари асосида юқори тезликдаги 1Гбит/сек алоқа каналларини ташкил этиш
- Юқори тезликдаги тармоқ асосида олий ўқув юртлари орасида ахборот алмашувини ташкил этиш
- Олий ўқув юртларида масофавий таълимни жорий этиш ва мультимедия ресурсларини сақлаш-ишлатиш имкониятини берувчи юқори сифатли видеоконференц алоқа тизимини тадбиқ этиш

- Олий ўқув юртлари ва ахборот ресурс марказлари орасида 1Гбит/сек. гача тезликда маълумотлар алмашинувини таъминлаш.

Таклиф этилаётган 10 Гбит/с сиғимли каналлардан фойдаланиш орқали юқори самарадорликка ва захираланган тармоқнинг узлуксиз ишлашига эришилади.



2.3-расм. “Электрон таълим” миллий тизимининг намунавий тармоғи¹

Таклиф этилаётган MPLS технологияси “Электрон таълим” тизимининг қўлланма дастурларини барча олий ўқув юртларидан ва республиканинг барча ҳудудларида фойдаланиш мумкин

“Электрон таълим миллий тизимини яратиш” лойиҳаси доирасида амалга оширилган ишлар

- Лойиҳанинг 1-босқич доирасида алоқа тармоғи қурилиши белгиланган 79 та Олий таълим муассасалари бўйича лойиҳа-смета ҳужжатлари тайёрланиб, тегишли ташкилотларда Давлат экспертизасидан ўтказилмоқда
- Дастлабки ҳисобларга кўра, мазкур лойиҳанинг 1-босқичида
 - 200 км дан ортиқ оптик толали алоқа кабеллари ётқизилиши учун ўртача 745 млн. сўм
 - барча объектларда ўрнатиладиган техник қурилма ва воситалар харид қилиш учун ўртача 15 млн. АҚШ доллари сарфланиши кўзда тутилган

¹Интернет сайтларидан фойдаланилган.

Республика телекоммуникация тармоғида рақамлаш тизимини Халқаро электр алоқа иттифоқи тавсияларига мувофиқ шаҳарлараро ва халқаро телефон сўзлашувларини “0” ва “00” кодлари орқали амалга оширишни таъминлаш мақсадида:

- Тошкент шаҳридаги умумий сифими 31 200 рақамли 218, 248 ва 270-ЭАТС телефон станцияларини реконструкция қилиш олиб борилмоқда
- Тошкент шаҳридаги умумий сифими 103 000 рақамли “S12” (Alcatel) турдаги (ЭАТС-225, 229, 242, 244, 252, 216/217, 273/278) телефон станцияларини реконструкция қилиш юзасидан тендер савдолари якунланмоқда
- “Андижон Телеком” (12 560), “Қашқадарё Телеком” (21 360), “Наманган Телеком” (10 800), “Сирдарё Телеком” (30 500), “Фарғона Телеком” (60 000) филиаллари ҳамда “УЗИ” (12 688) ва “Чирком” ҚК (19 416) тармоғидаги “S12” (Alcatel) (103 060) ва “DTS-2000” (Daewoo) (64 264) умумий сифими 167 324 рақамли станцияларни реконструкция қилиш бўйича ёпиқ тендер савдоларини ўтказиш тайёргарлик ишлари олиб борилмоқда
- Қишлоқ телефон станцияларини реконструкция қилиш лойихаси доирасида умумий сифими 4 480 рақамли 18 та “Коинот Эл-СГМ” ускуналарини ўрнатиш режалаштирилган. Лойиҳанинг умумий қиймати 719,883 млн. сўмни ташкил этиб, АКТР жамғармаси томонидан бегараз молиялаштирилмоқда
- Магистрал ва зонаичи тармоғини реконструкция қилиш, кенгайтириш ва захиралаш
- “ТошТТС” филиали тармоғидаги Халқаро коммутация марказларини NGN технологияси асосида реконструкция қилиш
- Компаниянинг “Маълумотлар марказини” модернизация қилиш ва кенгайтириш

- “Ягона ойна” тизимини жорий этиш, Компаниянинг барча мижозлар бўлимларини босқичма-босқич, жумладан биринчи босқичда замон талабларига мос равишда 50 та мижозлар бўлимини тубдан жихозлаш
- Ягона биллинг тизимини яратиш бўйича Техник топшириқни ишлаб чиқиб тендер савдоларини ўтказиш ҳамда “Ягона ойна” лойиҳаси учун тегишли дастурий маҳсулотларни яратиш
- Кенг поласали технология асосида замонавий IP-TV хизматини жорий этиш лойиҳаси учун зарур техник воситаларни харид этишга тендер савдоларини ўтказиш
- Кадастр ахборотларини йиғиш бўйича автоматлаштирилган тизимни яратиш стратегик лойҳалари режалаштирилган.

2.2. “Ўзбектелеком” АКни инновацион технологиялардан фойдаланиш стратегияси

Ахборот – коммуникация ресурси сингари мажмуавий интеллектуал ресурсдан ташкилотларни бошқаришда билафонлик билан фойдаланиш лозим. Равшанки, ундан фойдаланиш жараёнини бошқариш учун ахборот - коммуникация ресурсини ўзининг мавжудлиги етарли эмас: билимлар ва улардан фойдаланиш билан боғлиқ ресурслар, ахборот - коммуникация технологиялари зарур.

Ҳозирги пайтда ахборот - коммуникация технологияларининг кенг ва турли-туман қўлланиши жараёни иқтисодиётда тизимли жараён хусусиятларига эга бўлмоқда. Унинг ажралиб турувчи белгиси ахборот - коммуникация ресурсини эгаллаб олишга йўналганлигидир.

Ҳозирги пайтда бизнесни муваффақиятли олиб бориш учун ахборот - коммуникация технологияларидан ахборот - коммуникация муҳити шароитларида уларсиз ташкилотнинг рақобатдаги устунлигига эришиб бўлмайдиган базавий тизимлар, тармоқлар, воситалар ва технологиялар сифатида, устувор равишда фойдаланиш ва мажмуавий тарзда қўллаш заруриятларида ахборот - коммуникация муҳитида ташкилотнинг,

компаниянинг инновацион ривожланиш стратегиясини асослаш, уларни шакллантириш усуллари танлаб олиш алоҳида аҳамият касб этади.

Ахборот - коммуникация муҳитида ташкилотлар ривожланишининг таҳлили шуни кўрсатмоқдаки, иқтисодиёт субъектлари тобора кўпроқ ахборот - коммуникация технологияларидан ва фаолиятнинг тармоқли турларидан кенг фойдаланиш муаммосига дуч келмоқдалар. Баъзи ташкилотлар бунда фаоллик кўрсатмоқдалар, замонавий ахборот - коммуникация ривожланиши тақдим этаётган янги имкониятлардан фойдаланишга интиладилар, ўз фаолиятининг турли йўналишларида Интернет - ечимларни қўллайдилар.

Айни пайтда инновацион стратегия фаолиятнинг турли соҳаларида, шу жумладан бошқариш соҳасида янги имкониятларни ахтариш ҳисобига ташкилотнинг мақсадларига эришиш, ташкилотга рақобат устунликларини таъминловчи бошқариш соҳасидаги янги имкониятларни ахтаришдир.

Ахборот - коммуникация муҳитида бу жараён инновацион стратегиянинг шакллантирилиши ва рўёбга чиқарилиши мобайнида, аввало менежмент соҳасида энг янги ахборот - коммуникация технологияларидан фойдаланиш асосида амалга оширилади. Ахборот - коммуникация муҳитида тизимларнинг ўзини ўзи ташкил этиши хусусиятлари стратегияга қўйиладиган яна бир энг муҳим талабни таърифлашга имкон беради, яъни тизимли мослашувчанлик талаби, бу талаб У.Р.Эшбининг зарурий хилма-хиллик қонунига асосланади ва муайян муаммоларни (муайян хилма - хилликка эга бўлган) ечиш учун ишлаб чиқиладиган стратегия бошқариш объектига нисбатан ортиқроқ хилма - хилликка эга бўлиши лозимлигини билдиради. Фақат шундагина стратегия ташкилотнинг узлуксиз инновацион ривожланишини таъминлай олади. Замонавий ахборот - коммуникация технологияларини қўллаш шароитларида бундай имконият мавжуд. Чунки замонавий янги ахборот, компьютер технологиялари нафақат янги ахборотлар ва билимлар қўлга киритилишини юқори тезлигини таъминлайди, балки

стратегиянинг рўёбга чиқарилишида барча иштирокчилар фаоллигини намоён бўлишини ҳам кенгайтиради.

Инновацион стратегиянинг шакллантирилиши қуйидагича амалга оширилади:

1. Бошланғич бозор вазияти ва ҳал қилувчи омиллар, ташкилотнинг салоҳияти таҳлил қилинади ва ташкилот миссиясининг инновацион жиҳати аниқланади;

2. Ривожланишнинг мақсадлари таърифланади ватадқиқот объекти бўладиган ва улар учун инновацион стратегия ахтариладиган мақсадлар белгиланади;

3. Ташкилотнинг инновацион жиҳатга эга бўлган, қўйилган мақсадларга эришишини таъминлайдиган ва бозор вазиятига мувофиқ келадиган ривожланиш базавий стратегиялари аниқлаб олинади;

4. Ташкилотнинг ички муҳити таҳлили ўтказиладиган ва ривожланиш мақсадлари рўёбга чиқарилиши учун унинг инновацион салоҳияти баҳоланади;

5. Ташкилотнинг ташқи муҳити таҳлил қилинади ва ривожланиш мақсадлари рўёбга чиқарилиши учун унинг инновацион иқлими (инновацион салоҳиятга кўмаклашиши ёки тўсқинлик қилиши) баҳоланади;

6. Ривожланиш мақсадларига нисбатан ташкилотнинг инновацион позицияси баҳоланади;

7. Ривожланишнинг базавий стратегияларидан ва ташкилотнинг позицияси тўғрисидаги ахборотдан келиб чиқиб, муайян мезонлар бўйича муқобил инновацион стратегиялар рўйхати шакллантирилади;

8. Энг мақбул стратегияни танлаб олиш амалга оширилади ёки бир неча стратегиялар комбинацияси шакллантирилади;

9. Умумий инновацион стратегия асосида деталлаштирилган стратегиялар, шунингдек режаларда аниқлаштириладиган функционал стратегиялар шакллантирилади.

Ахборот коммуникация технологиялари соҳасининг жадал ривожланиб бораётган асосий йўналишларидан бири бу маълумот узатиш тизими ҳисобланади. Ўзбекистонда интернет тармоғининг миллий сегментини ривожлантириш, компьютерлаштириш, мамлакат саноати ва дастурий маҳсулотлар экспортини ривожлантиришни рағбатлантириш учун шарт-шароит яратиш бўйича бир қатор ижобий ишлар амалга оширилмоқда.

Бунинг натижасида мамлакатда рақобатчилик муҳитининг кучайиши муносабати билан Интернет хизматлари операторлари ва провайдерлари сони муттасил кўпайиб бормоқда - 2012 йилнинг якунлари ва 2013 йил бошланғич маълумотларига кўра уларнинг сони 959 тага етди. Ўзбекистонда Интернетдан фойдаланувчилар сони 9 млн. киши бўлиб шундан 7,6млн. 92 фоизни ёшлар ташкил этади. Интернетга уланиш телефон алоқа тизими орқали 3,6млн, мобиль телефон орқали эса 4,3млн ташкил этади.

Ўзбекистонда Интернетдан фойдаланувчилар ҳар 1000кишига 277нафар киши тўғри келади. Лекин бу кўрсаткичлар бошқа давлатлар билан таққослаганда нисбатан паст ҳисобланади. Интернет хизматлари бозорини истиқболда янада ривожлантиришни асосий йўналишларидан бири бу янги замонавий рақамли технологик жараёнларга эга бўлган тармоқлардан кенг фойдаланиш ҳисобланади.

Мазкур инновацион технологиянинг мақсади ҳам “Ўзбектелеком” АКсининг UzNet филиалида DSLAM технологияси асосида кенг полосали кириш тармоғини кенгайтиришмасалага қаратилган.

Ушбу инновацион лойиҳани мақсади Республика аҳолиси ва бошқа миқозларга ADSL-концентратор қурилмаларини ўрнатиш орқали юқори спектрли инфокоммуникация хизматларига кўрсатувчи мавжуд кириш тармоқларини кенгайтиришдан иборат.

Бу инновацион лойиҳадан кутилаётган натижалар қуйидагилардан иборат:

- 🌐 Телекоммуникация инфратузилмасини ривожлантириш;
- 🌐 Интернет тармоғининг миллий сегментини ривожлантириш;

- ✚ Компьютер тармоғларини ривожлантириш ва компьютер техникаси билан таъминланганликни ошириш;
- ✚ Саноат дастурий маҳсулотларини яратиш;
- ✚ Информацион ресурсларни шакллантириш ва қўллаш;
- ✚ Ахборот-коммуникация технологиялари соҳасида кадрлар тайёрлаш;
- ✚ АКТ соҳасида рақобат муҳитини ривожлантириш;
- ✚ Ҳукукий-меъёрий базани, стандартлаш ва сертификациялашни такомиллаштириш,

Лойиҳани амалга оширишда қатнашчилар сифатида «UzNet» филиали ва унинг вилоятлардаги бўлимлари иштирок этади. «UzNet» филиали 30 000 ортиқ абонентларга эга ва Ўзбекистон Республикаси ҳудудида хизмат кўрсатади. Филиалнинг магистрал қисми аралаш технологиялар асосида қурилган.

Наманган, Андижон ва Фарғона вилоятлари ҳудудий боғлама Тошкент шаҳридаги марказий боғламага GigabitEthernet транспорт канали орқали уланган.

Бошқа вилоятлардаги ҳудудий боғламалар марказий боғламага Е1 2Мбит/с поток билан уланган. Ҳар қайси боғламадаги потоклар сони йуналишдаги юкламага боғлиқ.

Асосий иқтисодий ва молиявий кўрсаткичлар ижобий томонга ўзгарган. Бу эса ўз навбатида инновацион лойиҳани иқтисодий самара беришини асослайди.

Компаниянинг 2012 йилги молиявий-хўжалик фаолияти якунларига кўра “Ўзбектелеком” АК филиалари томонидан асосий фаолиятдан 237,6 млрд. сўмлик даромад олинди.

2012 йилдаги жами харажатлар 204,9 млрд. сўмни ташкил этди, жумладан:

- ✚ Ишлаб чиқариш харажатлари- 123,8 млрд. сўм;
- ✚ Маъмурий бошқарув харажатлари- 8,3 млрд. сўм;
- ✚ Бошқа операцион харажатлар- 45,2 млрд. сўм;

🌟 Молиявий харажатлар - 26,3 млрд. сўм.

Умумхўжалик фаолиятдан олинган фойда 9,0 млрд. сўмни, соф фойда эса – 4,3 млрд. сўмни ташкил этган.

Ушбу лойиҳа доирасида “Ўзбектелеком” АК «Uznet» филиали ва унинг вилоятлардаги бўлимлари учун сотиб олаётган телекоммуникация қурилмаси «AGATA GLOBAL SOLUTION PTE. LTD» компаниясига тегишлидир.

Тузилган шартномалар шартларига кўра тўлов қўйидагича амалга оширилади:

- Шартнома қийматининг 60% шартномани ЎзР ваколатли давлат органларида рўйхатга олингандан 15 банк куни мобайнида;
- Шартнома қийматининг 20 % телекоммуникация қурилмасини етказиб берилган кундан 10 банк куни мобайнида;
- Шартнома қийматининг 20 охириги тўлов амалга оширилган вақтдан 30 кун мобайнида тўланади.

Амалга ошириладиган лойиҳа бюджети қўйидагилардан иборат:

- 728 010,0 АҚШ доллар қийматли телекоммуникация қурилмасини сотиб олиш харажатлари;
- Қурилмани монтаж, ўрнатиш ва тестдан ўтказиш учун 105 561,45 минг сўм ёки - 72 801,0 АҚШ доллари; 1 АҚШ доллари - 1450 сўм.

Шундай қилиб, лойиҳани амалга оширишни умумий қиймати 800 811,00 АҚШ долларини ташкил этади (АҚШ доллари курсини ҳисоблашда 1 АҚШ доллари 1450 сўм деб ўрнатилган). Ҳисоблар натижаси иловадаги жадвалда келтирилган. Ушбу лойиҳани амалга ошириш бўйича ҳисоблар лойиҳани иқтисодий самарадорлиги юқорилигини кўрсатмоқда. Амалга оширилган ҳисоблашлар асосида лойиҳа 1.7 йил мобайнида қопланади.

Ушбу лойиҳанинг асосий авзалликлари қўйидагилардан иборат:

- Лойиҳа “Компьютерлаштириш ва ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш” дастури доирасида амалга

оширилаётганинновацион лойихалар рақобат муҳитини мураккаблаштиришда замин ҳозирлаш;

- Аҳоли ва ташкилотларга жаҳон стандартлари даражасида алоқа хизматларини кўрсатишни таъминлаш;
- Оптик-толали алоқа соҳасида янги технологияларни эксплуатацияга жорий этиш;
- Операторга янги спектрдаги замонавий хизматларни кўрсатиш имкониятини берувчи кириш технологияси;
- Инфокоммуникация хизматлари номенклатурасини кенгайтириш имкониятини берувчи кенг полосали тармоқни истиқболда қуриш;
- Абонентлар ва салоҳиятли фойдаланувчиларга юқори кафолатли сифатли IP-телефония, видеоконференция, IP-телевидения хизматларини кўрсатиш.
- Корхона даромадларини янги хизмат турларини жорий этиш орқали кўпайтириш.

3.АЛОҚА КОРХОНАЛАРИДА СТРАТЕГИК БОШҚАРУВНИ САМАРАЛИ ЖОРИЙ ЭТИШ

3.1.Алоқа корхоналарида бизнес-стратегиясини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари

Сўнгги йилларда замонавий технологияларнинг пайдо бўлиши асосан, иқтисодиётда янги тармоқларнинг шаклланишига, қолаверса, жамиятда иқтисодий ва ижтимоий турмуш тарзининг ўзгаришига олиб келди. Авваламбор, буни замонавий телекоммуникация тармоғи мисолида кўришимиз мумкин. Замонавий телекоммуникация тармоғи ўзининг ўсиш суръати, тақдим этилаётган хизматларнинг рақобатбардошлиги, илмий-техник базасининг мустаҳкамлиги ва шу каби қатор сифатлари бўйича дунё стандартларига жавоб беради ва мамлакат иқтисодиётида муносиб ўрин эгаллайди. Ҳар бир давлатда бозор муносабатларининг фаол жорий этилиши мос равишда, телекоммуникация инфратузилмасининг тараққиётига олиб келади. Телекоммуникация тармоғи корхоналари эса ўз навбатида бозор инфратузилмаси, ахборот технологиялари ва телекоммуникация алоқалари ривожига катта ҳисса қўшади.

Замонавий телекоммуникация бозорининг ўзига хос хусусиятини – интерактив тармоқдан фойдаланиш орқали ахборот ресурсларини алмашиниш жараёнига замонавий телекоммуникация технологияларини қўллаш имкониятларининг мавжудлиги билан изоҳлаш мумкин. Ҳозирги кунда телекоммуникация бозори жаҳон иқтисодиётининг энг самарали ва жадал ривожланаётган тармоқларидан бири ҳисобланади. Унда фаолият юритадиган операторлар сонининг ошиши, бир томондан сифатнинг ортиши, тақдим этилаётган хизматлар кўламининг кенгайиши ва бу хизматлар нархининг пасайишига олиб келса, иккинчи томондан, қайд этиш керакки, ҳудудда операторлар орасидаги рақобатнинг мавжудлиги сабабли телекоммуникациялар бизнеси ривожига катта ёрдам беради. Бунга боғлиқ, телекоммуникация тармоғи корхоналари рақобатбардошлигини оширишда

маркетинг механизми назарий ва амалий қизиқиш уйғотади. Шу билан бирга, мазкур соҳани ривожлантириш йўналишларини аниқлаш, телекоммуникация компанияларининг инновацион фаолиятини таҳлил қилиш ва тадқиқ қилиш, уларнинг рақобат стратегиялари ва маркетинг фаолиятлари самарадорлигини оширишнинг асосий йўллари аниқлаш талаб этилади.

Бугунги кунда телекоммуникация тармоқлари ва хизматларининг жадал конвергенцияси шароитида иқтисодий жараёнлар ҳам тез суръатларда давом этмоқда. Шу сабабли, бизнесни тўғри ташкил этишнинг энг муҳим шартларидан бири унда олиб бориладиган маркетинг сиёсати ҳисобланади. Маркетинг фаолиятини мукамал билиш ва самарали йўлга қўйиш, бозордаги вазиятдан келиб чиққан ҳолда тезкор қарор қабул қила олиш бизнес муваффақиятининг калитларидан биридир. Масалан, телекоммуникация корхоналари бозор фаолиятининг мураккаблиги ва серқирралиги мазкур бозорда маркетинг тадқиқотларини ўтказишнинг муайян бир шаклини ишлаб чиқиш заруратини кўрсатади.

Модомики, маркетинг тадқиқотлари иш жараёнида вужудга келадиган турли тижорат ва иқтисодий масалаларни ҳал этиш учун восита экан, у ҳолда унинг натижаларини телекоммуникация бозорида фаолият юритувчи корхоналарнинг тараққиёт стратегияларини шакллантириш учун фойдаланиш мумкин бўлади. Бу соҳада жаҳон тажрибасига назар ташлайдиган бўлсак, кўпгина йирик хорижий компанияларда маркетинг тадқиқотлари учун савдо айланмасининг 0,1-2% фоизигача миқдорда маблағ сарфланади. Шу нуқтаи назардан, телекоммуникация тармоғидаги маркетинг тадқиқотлари – бу маркетинг талабини қондирадиган ихтиёрий тадқиқот фаолияти бўлиб, аниқ маркетинг фаолияти учун зарур бўлган мазкур соҳага оид маълумотларни тўплаш, қайта ишлаш, таҳлил қилиш ва прогнозлаш тизимидир. Ўтказиладиган бундай тадқиқотларнинг асосий мақсади – бошқарув қарорларини қабул қилиш вақтида пайдо бўладиган ноаниқликлар даражасини камайтиришдан иборат.

Маркетинг тадқиқотлари натижасида олинган маълумотлар келгусида телекоммуникациянинг асосий хизматларига тарифларни белгилаш чоғида талабни таҳлил қилиш ва прогнозлашда қўлланилади. Шундай экан, кескин курашлар шароитида Ўзбекистон телекоммуникация корхоналарида ҳам маркетинг тадқиқотлари муҳим аҳамият касб этади. Бу эса ҳозирги вақтда маркетинг воситаларининг баъзи бирларини чуқур ўрганишни ва ахборот хизматларини кўрсатишда телекоммуникация бозори операторларининг фаолиятини баҳолашни талаб этади. Ушбу жараёнда, маркетинг тадқиқотлари ва уни бозорнинг маълум бир муаммоларини ҳал этишга сафарбар этиш долзарб ҳисобланади.

Бугунги кунгача маркетингга жуда кўп таърифлар берилган, аммо унинг асосий концепциясининг мазмуни эса, ягоналигича сақланиб келинмоқда, яъни ҳар бир замонавий корхона ўз мақсадига фақат мижозларининг талабларини рақобатчиларга нисбатан тўлиқ ва самарали қондириш орқали эришиши мумкин ва лозим. Амалий нуқтаи назардан, маркетинг – бу “нима, қачон, қаерда ва қандай керак бўлса ишлаб чиқариш”га имкон берадиган ҳамда товар ва хизматлар бозорини ҳар томонлама тадқиқ қилиш ва ушбу бозорда харидорларни ўзига жалб қилиш бўйича фаолиятни ўз ичига оладиган воситалар мажмуидан иборат. Ушбу фаолият соҳасини бир-бири билан чамбарчас боғлиқ бўлган қуйидаги гуруҳларга ажратиш мумкин: товар ва хизматларни ишлаб чиқариш, маркетинг тадқиқотлари, рекламани ташкил этиш, товар ва хизматларни сотиш, товар ва хизматларни истеъмолчиларга етказиб бериш ва бошқалар. Айни вақтда, ҳар бир корхона фаолият йўналишига боғлиқ равишда ўзининг муаммолари ва вазифаларини самарали ҳал эта оладиган маркетинг воситалари тўпламини ишлаб чиқиши лозим. Чунки, рақобат устунлигини таъминлаш мақсадида телекоммуникация бозоридаги операторларнинг телекоммуникация хизматлари кўрсатишидаги маркетинг фаолиятини тартибга солиш ва маркетингнинг қатор истиқболли усулларида фойдаланишга имконият ва шароит яратиш ўта муҳимдир.

Ривожланган мамлакатларнинг замонавий ахборот инфратузилмасига ўхшаш мамлакатимизда ҳам йиллар давомида “электрон” ахборотлар савдоси учун йирик бозор шаклланиб борди. Жумладан, ҳозирги кунда Ўзбекистонда ахборот-коммуникация технологиялари жуда тез суръатларда ривожланмоқда. Унинг қай бир соҳасини олмайлик, унда олиб борилаётган ишлар таҳсинга лойиқ. Телекоммуникация соҳасини оламизми, мобил алоқа, интернет соҳасими, барча-барчасида кенг кўламда ишлар амалга оширилмоқда. Бугунги кунда, телекоммуникация тармоғи корхоналари бозорда ўз ўрнини доимий яхшилаши ва ўсиш суръатлари бўйича юқори кўрсаткичлари билан ажралиб туради. Масалан, мамлакатимизда 2012 йил мобайнида Ахборот тизимлари ва телекоммуникациялар комплекси бўйича жами 1,7 трл. сўмлик маҳсулот ишлаб чиқарилиб, хизматлар кўрсатилди. Ўсиш суръати 2011 йилнинг шу даврига нисбатан 116 %ни ташкил этди. Даромаднинг 62%и, яъни 1,09 трл. сўми аҳолига кўрсатилган пуллик хизматлардан олинди. Ушбу кўрсаткични 2011 йил билан таққослайдиган бўлсак, 24,2%га ошганини кўриш мумкин. Соҳага тўғридан-тўғри хориж инвестициялари ва кредитларини жалб қилиш ҳисобига амалга оширилган лойиҳалар бўйича 543,3 млрд. сўмлик (382,34 млн. АҚШ доллари) маблағ ўзлаштирилди ва йиллик режа 191%га бажарилди. Корхона ва ташкилотларнинг экспорт кўрсаткичлари 138,7%ни ташкил қилди.

Ўзбекистоннинг барча ҳудудларини ўз тармоғи билан қамраб олган, замонавий технологиялар асосида барпо этилган телекоммуникация тармоғидан фойдаланиш орқали турғун ва мобил, халқаро ва шаҳарлараро алоқа операторлари ҳамда Интернет провайдерлари учун каналларни ижарага бериш, телевидения ва радио эшиттириш дастурларини узатиш учун каналларни ташкил этиш, барча хилдаги товушли алоқа ва маълумотни узатиш хизматлари, Интернет тармоғи, видеоконференцалоқа, CDMA стандарти асосидаги мобил алоқа каби хизматларини кўрсатиб келаётган республикадаги энг йирик телекоммуникация оператори “Ўзбектелеком” акциядорлик компаниясининг эътибор қаратадиган бўлсак, компания бўйича

асосий фаолиятдан олинган даромад 270 млрд. сўмни ташкил этиб, белгиланган режа 106 %га бажарилди, бу эса ўтган йилга нисбатан 14 %га кўп демакдир. Халқаро Интернет каналлари сиғимини ошириш мақсадида қатор чора-тадбирлар амалга оширилган бўлиб, натижада, ҳисобот даврига келиб, компаниянинг халқаро Интернет каналлари сиғими 1270 Мбит\с.ни ташкил этди. Ҳисобот даврида компания томонидан инвестиция қўйилмаларига эътиборни давом эттирган ҳолда, сармоялар асосан янги техника ва технологияларни сотиб олиш ва тармоқни техник ва технологик қайта жиҳозлаш ҳамда ривожлантиришга йўналтирилди. Бунинг натижасида жами 33,5 млрд. сўм миқдоридаги капитал қўйилмалар ўзлаштирилиб, шундан қарийб 99,6 %и компаниянинг ўз маблағлари ҳисобидан амалга оширилди.



3.1-расм. Ўзбекистон телекоммуникация тармоғи корхоналари бизнес-стратегиясини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари⁴

Қайд этиш лозимки, 2000 йилдан буён мазкур тармоқ корхоналари дунё миқёсида даромадларининг ўсиш суръатлари бўйича етакчи ўринларни эгаллаб келишмоқда. Буни эътиборга олган ҳолда, телекоммуникация корхоналари ўзларининг рақобатбардошлигини ошириши ва уни қўллаб-

⁴Б.Р.Вафоев Телекоммуникация тармоғи корхоналарида маркетинг фаолиятининг аҳамияти. Ўзбекистон алоқа ва ахборотлаштириш соҳаси ривожланишининг иқтисодий масалалари. Таълим социологияси. Республика илмий амалий конференция. ТАТУ.2010

қувватлаши ҳамда бизнес фаолиятини тўғри ташкил этишлари учун корхоналараро ҳамкорликнинг замонавий шаклларида ва ахборот-коммуникация технологияларининг сўнгги ютуқларидан кенг қўламда фойдаланишлари лозим, қолаверса, фаол инновацион сиёсатни олиб бориш, фаолиятни бозорнинг мақсадли сегментларига йўналтириш, хизматлар сифатини яхшилаш ҳамда бозорга янги товар ва хизматларни режа асосида чиқариш зарур.

Эришилган натижалардан кўриш мумкинки, Ўзбекистонда телекоммуникация тармоғи жадал суръатлар билан ўсиб бормоқда, бу эса мазкур бозорнинг катта ҳажмда эканлигидан далолат берадигана шуниси аниқки, келгусида оптик толали технология ёрдамида тақдим этиладиган хизмат турларига бўлган истеъмолчиларнинг талаби барқарор сақланиб қолади.

Шундай қилиб, давлатнинг қўллаб-қувватлаши орқали телекоммуникация корхоналари илғор инновацион сиёсатни ва маркетинг фаолиятини самарали йўлга қўйсагина, улар дунё миқёсида ўз рақобатбардошлигини ошириши ва умуман мамлакатнинг иқтисодий жиҳатдан раванқ топишига, қолаверса, телекоммуникация тармоғи жаҳон бозорида иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширадиган тамоман стратегик омил бўлишига имконият яратиши мумкин.

3.2. Телекоммуникация хизматлари бозорини ривожлантириш стратегиялари

Миллий ахборот тизимини яратиш мақсадида Ўзбекистон телекоммуникация бозорида янги технологиялар ва хизматларни жорий этишни муваффақиятли амалга ошириш назарий жиҳатдан мумкин бўлган бозорни тўғри башорат қилишига боғлиқ бўлиб, бу жараён кўплаб таъсир этувчи омилларга боғлиқ мураккаб вазифахисобланади.

АКТ ва инфор­ма­цион иқ­ти­со­диёт­нинг ривож­ла­ни­ши нати­жа­си­да биз­нес­нинг ян­ги шакл ва тур­ла­ри, ян­ги иш кон­цеп­ция­ла­ри ва ян­ги та­ш­ки­лий стра­те­гия­лар ву­жуд­га кел­моқ­да, хал­қаро савдо(интер­нет-дў­кон­лар, ин­тер­нет-аук­ци­он­лар, ин­тер­нет-май­дон­лар) ва ра­қобат ан­до­за­ла­ри­да сил­жиш­лар со­дир бўл­моқ­да.

Ин­со­ни­ят­нинг ах­бо­рот-ком­му­ни­ка­ция тех­но­ло­гия­ла­ри ва воси­та­ла­ри­нинг жа­дал ривож­ла­ни­ши ҳам­да ах­бо­рот­нинг ин­сон фао­ли­ят­ни­нинг бар­ча со­ҳа­си­да­ги аҳамия­ти­нинг сези­ла­ри­ли ошиб бо­ри­ши билан та­в­сиф­ла­на­ди­ган гло­бал ах­бо­рот жа­ми­я­ти та­ш­кил то­пиш ва ривож­ла­ни­ши билан бел­ги­ла­на­ди, иқ­ти­со­дий му­но­са­бат­ла­ри­нинг гло­бал эво­лю­ция фа­за­си­га ки­ри­ши­ни; ах­бо­рот ва теле­ком­му­ни­ка­цион тех­но­ло­гия­лар, хиз­ма­т­ла­ри­нинг, ах­бо­рот ва теле­ком­му­ни­ка­цион ин­ду­стри­я­нинг юз бе­раёт­ган кон­вер­ген­ция­си­ни, ах­бо­рот, теле­ком­му­ни­ка­цион ва ах­бо­рот-ком­му­ни­ка­ция хиз­ма­т­ла­ри­нинг жа­дал ривож­ла­ни­ши; ян­ги ах­бо­рот-ком­му­ни­ка­ция тех­но­ло­гия­ла­ри, ин­фо­ком­му­ни­ка­цион хиз­ма­т­лар ва са­но­ат­ни­нинг иқ­ти­со­дий са­ма­ра­дор­ли­ги­ни оши­риш ва жа­ми­ят­нинг бар­ча со­ҳа­ла­ри­да де­мо­кра­тик жа­мо­ат ин­сти­ту­т­ла­ри­ни ривож­лан­ти­риш­да­ги ҳал қи­лув­чи ро­ли­ни; ах­бо­рот-ком­му­ни­ка­ция хиз­ма­т­ла­ри бо­зо­ри­нинг юз бе­раёт­ган ли­бе­рал­ла­шув­и­ни ҳам­да бу бо­зо­рда ра­қобат­нинг ривож­ла­ни­ши­ни ҳисоб­га ол­ган ҳол­да қуйи­да­гилар та­в­сия эти­ла­ди:

1. Ах­бо­рот-ком­му­ни­ка­ция хиз­ма­т­ла­ри­нинг ривож­ла­ни­ши бу хиз­ма­т­лар­дан фой­да­ланув­чи­лар­нинг иж­ти­мо­ий тар­ки­би ўз­га­ри­ши билан ў­за­ро боғ­лиқ­ли­ги­га та­ян­ган ҳол­да, жа­ми­ят бар­ча қат­лам­ла­ри­нинг ало­қа ва ах­бо­рот­га бўл­ган эх­тиёж­ла­ри­ни қон­ди­риш йў­ли­ни тут­ган ҳол­да ах­бо­рот-ком­му­ни­ка­ция хиз­ма­т­ла­ри бо­зо­ри­ни ривож­лан­ти­риш;

2. АКТ­нинг тур­ли дара­жа­да­ги: ма­ҳал­лий, дав­лат, ҳу­дудий ривож­ла­ни­ши кўр­ма­т­кич­ла­ри­ни ба­ҳо­лаш ти­зи­ми­ни яра­тиш;

3. Хиз­ма­т­лар­ни тақ­дим эти­ш­нинг а­бо­нент шакл­ла­ри­ни ҳам, ми­жоз шакл­ла­ри­ни ҳам уй­ғун­лаш­ти­рил­ган ҳол­да ривож­лан­ти­риш;

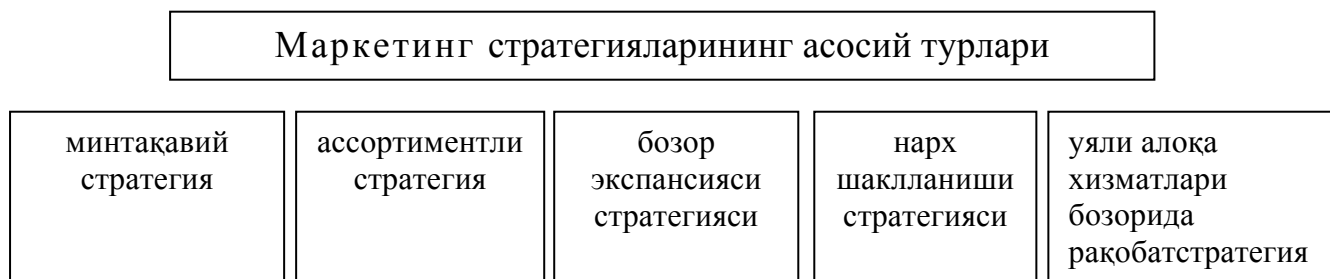
4. Ахборот ва билимларнинг эркин алмашинуви ва халқаро ахборот ва интеллектуал ресурсларга эркин чиқишни таъминлаш;

5. Интерактив хизматларни, улар ҳали кириб бормаган соҳаларда, жумладан, овоз эшиттиришда, телевизион эшиттиришда, ривожлантириш (интерактив хизматлар ахборотни олувчилар ва жўнатувчиларнинг икки томонлама ўзаро ҳамкорлигини таъминлайди);

6. Ахборот-ҳужжат алмашинуви хизмати кўрсатилишини барча тоифа фойдаланувчилар ўртасида кенг ёйиш;

Юқорида қайд этиб ўтилганларни умумлаштирган ҳолда ахборот-коммуникация технологиялари хизматларини самарадорлигини ошириш имконияти кўпаяди ва соҳасида эришилаётган ижобий силжишларни улуши ортади.

Хорижий телекоммуникация компаниялари асосида исботланган телекоммуникация компаниялари ишларининг боғлиқлиги, кўпгина мамлакатларда бир хил ва мазкур хизматнинг ҳаётийлик даври компаниянинг қай даражадалигига боғлиқ бўлган уяли алоқа операторларининг маркетинг стратегиялари асосига жойлашди. Аниқланган барча боғлиқликлар уяли алоқа бизнесининг асосий омиллараро барқарор миқдорий алоқаларни ифодалайди ва нарх шаклланиши стратегиясини шакллантириш, уяли алоқа компанияларининг қиёсий таҳлили, улар фаолиятининг (бюджетни ишлаб чиқиш) тезкор режалаштирилиши ва бизнес-режалаштириш учун етарлича ишончли асос ҳисобланади.



3.2-расм. Маркетинг стратегияларининг асосий турлари

Уяли алоқа компаниялари учун хос бўлган маркетинг стратегияларининг қуйидаги асосий турлари мажмуаси асосида тузилган:

- минтақавий стратегия;
- ассортиментли стратегия;
- бозор экспансияси стратегияси;
- нарх шаклланиши стратегияси;
- уяли алоқа хизматлари бозорида рақобат стратегияси.

Юқоридаги стратегиялар мазкур бозорнинг ўзига хос маълумотларидан келиб чиқиб шакллантирилган.

Минтақавий стратегия- мамлакатнинг барча минтақаларида ёки бир гуруҳ мамлакатларда ёки уларнинг баъзиларида мавжуд бўлиш ҳақидаги қарорнинг қабул қилинишидан иборат. 6-7 йил аввал Россия бозоридаги йирик уяли алоқа операторлари минтақаларга кичик минтақавий операторларни сотиб олган ҳолда фаол силжий бошладилар. Миқёсдаги харажатлар қисқариши ҳисобига, уларга шахсий абонентлик асосларини мавжуд тарзда кўтариш имкони туғилди. 2000 йил бошларида мобил операторлар Ўзбекистон минтақаларига фаол кириб кела бошлади.

Ассортиментли стратегия - турли тариф режалари ва қўшимча хизматларни ўз абонентларига таклиф этишдан иборат. Компания ўз абонентларига бир ёки бир неча режани ёки кўп сонли абонентларга таклиф этилган катта миқдордаги тариф режалари стратегиясини таклиф этган ҳолда универсал тариф режаси стратегиясидан фойдаланишлари мумкин. Компания тариф режаларидан ташқари ўз абонентларига MMS, WAP ва GPRS каби қўшимча хизматларни тақдим этадилар. Сўнгги вақтларда эса мобиль контент хизматлари айниқса оммалашиб кетди.

Нарх шаклланиши стратегияси - ҳар бир уяли алоқа операторининг нарх шаклланиши стратегияси ушбу оператор томонидан қўйилган бизнес мақсадларидан келиб чиқиб ишлаб чиқилади. Нарх стратегиясининг асосий кўринишлари қуйидагилар ҳисобланади:

1. Юқори нархлар стратегияси. Мазкур стратегиянинг мақсади - янги товар ёки хизмат юқори қимматликка эга ва харид қилган хизмати учун

меъёрдаги бозор нархидан кўпроқ тўлашга тайёр бўлган харидорлардан юқори фойда олишдан иборат. Қачонки фирма юқори нархли хизматларга талабгор харидорлар доирасига эга эканлигига ишонч ҳосил қилгандагина мазкур стратегияни қўллайди.

2. Ўртача нархлар стратегияси (нейтрал нарх шаклланиши). Нарх тушишидан ташқари, товарнинг ҳаётий давлари ва фойда олишни узок муддатли сиёсат сифатида кўриб чиқадиган кўпгина фирмалар учун хосдир.

Кўпгина фирмалар бундай стратегияни нисбатан адолатли деб ҳисоблайдилар, чунки у «нархлар тўкнашувини» бартарф этиб, қўйилган капиталга адолатли фойда олиш имконини беради.

3. Паст нархлар стратегияси (нарх узилишлари стратегияси).

а) Стратегия ҳаётийлик даврининг ҳар қандай даврида қўлланилиши мумкин. Айниқса нархга юқори таъсирчанлик (эластиклик) талабида самаралидир. Бозорга кириб бориш ва бозорда ўз товарининг улуши ортиши мақсадида маҳсулотнинг ҳаётийлик даври тушиб кетиши босқичида қоидага кўра амалга оширилади (сиқиб чиқариш сиёсати, йўл қўймаслик сиёсати). Мазкур стратегия «SkyTel» компанияси томонидан Ўзбекистоннинг уяли алоқа бозорига чиқишда қўлланилган.

б) Паст нархлар стратегияси «тезкор» эмас, балки узок муддатли фойда олиш мақсадини назарда тутди.

4. Мақсадли нархлар стратегияси. Мазкур стратегияда, нархлар қай тарзда ўзгармасин, савдо ҳажми, фойда массаси доимий бўлиши лозим, яъни фойда мақсадли микдор ҳисобланади. Асосан йирик корпорациялар томонидан қўлланилади.

5. Имтиёзли нархлар стратегияси. Унинг мақсади - савдо ҳажмини ошириш. Маҳсулотнинг «ҳаётийлик даври» якунида фойдаланилади ва турли чегирилмаларни қўллашда намоён бўлади.

6. «Етакчига эргашиш» стратегияси. Бу стратегиянинг моҳияти, бозордаги етакчи компанияларнинг нарх даражаси билан қатъий мувофиқликда янги маҳсулотларга нарх белгилашни кўзда тутмайди.

Ўзбекистондаги уяли алоқа компаниялари ҳақида шуни таъкидлаш жоизки, ҳозирги вақтда уяли алоқа компаниялари уяли алоқа хизматларига нарх пасайганда абонентлар сони ошиши ҳисобига даромадлар ўсиши модели стратегиясига риоя қиладилар.

Турли уяли алоқа компаниялари бизнес юритишнинг турли стратегияларидан фойдаланадилар. Бизнес стратегияси биринчи навбатда компаниялар ўз олдига қўйган мақсад ва вазифалари орқали аниқланади.

4. ҲАЁТ ФАОЛИЯТИ ХАВФСИЗЛИГИ

4.1. Саноат корхоналарида бахтсиз ҳодисалар ва касб касалликларини текшириш ва ҳисобга олиш

Ишлаб чиқаришда содир бўладиган барча бахтсиз ҳодисаларни текшириш ва ҳисобга олиш Ўз.Рес.Вазирлар Маҳкамасининг 1997 йил 6 июндаги 286 сонли қарори билан тасдиқланган Низомига асосан олиб борилади.

Ўлим билан тугаган, оғир жароҳатланиш ва гуруҳнинг бахтсиз ҳодисага учраши ҳолларидан ташқари ҳамма бахтсиз ҳодисалар цех бошлиғи, хавфсизлик техникаси муҳандиси ва жамоат назоратчиси таркибида тузилган комиссия томонидан текширилади.

Бахтсиз ҳодиса иш бошланишидан олдин, иш давомида, иш вақтидан кейин иш жойида, завод ҳудудида ва маъмуриятнинг топшириғига асосан завод ҳудудидан четда юз берган бўлишидан қатъий назар текширилиши лозим. Ток уриши, ўтқир захарланиш, иссиқ уриши ва тананинг баъзи қисмларининг музлаши бахтсиз ҳодиса сифатида текширилади.

Камида бир иш куни йўқотилган бахтсиз ҳодисалар 24 соат давомида текширилади ва махсус форма бўйича (Н-1) 4 нусхада акт тузилади.

Актда бахтсиз ҳодисага учраган киши ҳақидаги ахборотдан ташқари, аниқланган бахтсиз ҳодисанинг сабаблари келтирилиши ва бундай бахтсиз ҳодисалар қайтарилмаслиги учун қандай чора-тадбирлар кўрилганлиги ҳақида ахборот берилади.

Актни корхонанинг бош муҳандиси тасдиқдайди. Актнинг бир нусхаси цех бошлиғига юборилади ва у бош муҳандис белгилаган муддат давомида актда кўрсатилган масалаларни амалга ошириши керак. Иккинчи нусхаси касаба уюшмаси кўмитасига, учинчиси тегишли касаба уюшмасининг техник назоратчисига ва тўртинчиси меҳнатни муҳофаза қилиш бўлимига назорат ўрнатиш учун юборилади. Маъмурият бахтсиз ҳодисага учраган

кишига актнинг тасдиқланган нусхасини бериши шарт. Бахтсиз ҳодисанинг асоратлари кейинчалик ҳам келиб чиқишини ҳисобга олиб, актлар 45 йилгача сақланиши керак.

Бахтсиз ҳодиса текширилгандан кейин саноат корхонаси маъмурияти йўл қўйилган хатоларнинг қайтарилмаслигини таъминлашга қаратилган буйруқ эълон қилади. Бу буйруқда корхонада юз берган бахтсиз ҳодисанинг келиб чиқишига айбдор бўлган кишиларнинг жавобгарлиги аниқланиб, таъкидланади.

Бахтсиз ҳодиса ўлим билан тугаса, гуруҳ бўлиб бахтсиз ҳодисага учраса ва оғир жароҳатланган ҳолларда, текшириш махсус белгиланган тартиб билан ўтказилади. Бундай бахтсиз ҳодисалар махсус комиссиялар томонидан текширилади. Комиссия таркибига касаба уюшмаси техник назоратчиси, юқори хўжалик ташкилотининг ходими, давлат назорат органлари ходимлари ва умумий бахтсиз ҳодисани текширишда иштирок этадиган ходимлар қатнашади.

Бундай ҳолатларда текшириш тезда ўтказилиши керак, яъни текшириш материаллари 7 кун ичида тайёр бўлиши шарт. Актга бахтсиз ҳодисани кўрган гувоҳларнинг кўрсатмалари, тиббий эксперт хулосаси, бахтсиз ҳодиса юз берган жойнинг ҳамда агар бахтсиз ҳодиса вақтида бирор-бир объект зарарланган бўлса, уларнинг фотосуратлари ва комиссия чиқарган хулосаларни тасдиқлайдиган бошқа материаллар қўшиб юборилади. Актга, шунингдек, бахтсиз ҳодисага жавобгар бўлган шахснинг фамилияси ва лавозими ёзиб қўйилади.

Оғир гуруҳ бўлиб жароҳатланганлар ва ўлим билан тугаган бахтсиз ҳодисалар албатта фабрика, завод касаба уюшмаси қумитасида ва юқори хўжалик ташкилотлари касаба уюшмалари қумиталарида таҳлил қилиниб кўриб чиқилиши керак. Сўнгра билдирилган фикр-мулоҳазалар асосида кейин ҳам шундай бахтсиз ҳодиса руй бермаслиги учун умумий чора-тадбирлар ишлаб чиқилиши ва у қарор билан тасдиқланиши зарур.

Ўзбекистон Республикасида касбий захарланиш ва касб касалликларининг олдини олиш учун керакли қонун ва тавсияномаларни ишлаб чиқиш ва тасдиқлаш, шунингдек, касб касалликлари вужудга келганда уларни ҳисобга олиш ва текшириш ишлари Ўзбекистон Республикаси Соғлиқни Сақлаш Вазирлиги ташкилотларига топширилган. Касбий захарланиш ва касб касаллиги ҳақидаги акт корхона раҳбарига юборилади. Актда бундай касалликларнинг қайтарилмаслигини таъминлови чора-тадбирлар мажмуаси тавсия этилади ва унинг битта нусхаси Республика Соғлиқни Сақлаш Вазирлигининг юқори ташкилотларига юборилади.

Бахтсиз ҳодисага учраган киши ҳисобга олиниб, унга маълум даволаниш курси белгиланади. Агар зарур бўлса, касб касаллигига учраган кишини меҳнат эксперт тиббиёт ходимлари комиссияси (ВТЭК)га юборилади ва унда ходимнинг касб касаллигининг оқибати натижасида олган ногиронлик гуруҳи аниқланади ва шунга яраша маълум моддий таъминланиш миқдори белгиланади.

2 ёки ундан ортиқ ишчилар жабр кўрадиган бахтсиз ҳодисалар, шунингдек, ўлимга олиб келувчи ёки ногирон этувчи бахтсиз ҳодисаларни алоҳида таъкидлаш зарур. Бундай ҳодисалар тўғрисида иш берувчи сутка давомида қуйидаги ташкилотларга маълум қилиши шарт:

- Ўзбекистон Республикаси субъекти бўйича Давлат меҳнат инспекцияси;
- Ижрочи ҳокимиятнинг тегишли органларига;
- Бахтсиз ҳодиса рўй берган жой бўйича прокуратурага;
- Ўзбекистон Республикаси субъектининг ижрочи ҳокимият органларига;
- Давлат назорат органларига (агар бахтсиз ҳодиса шу орган назоратидаги ташкилотда юз берган бўлса);
- Тегисли касоба уюшмалари органларига.

Тергов таркибида қуйидагилар мавжуд комиссия томонидан олиб борилади:

- Меҳнат муҳофазаси бўйича Давлат назоратчиси;
- Ўзбекистон Республикаси субъектининг ижроия ҳокимият органлари вакили;
- Касаба уюшмалари органи вакили.

Тергов олиб боришга кетадиган барча харажатларни бахтсиз ҳодиса юз берган корхона тўлайди. Комиссия аъзолари тергов чоғида корхона ва унинг бўлинмалари раҳбарлари ҳамда бошқа шахслардан ёзма тушунтириш хати олиш ҳуқуқига эгалар. Меҳнат муҳофазаси бўйича давлат назоратчиси агар бахтсиз ҳодисаларни тергов қилишни давом эттиришга объектив сабабларга кўра, имконият бўлмаса ёки аксинча терговда иштирок эта олиш имкони бўлса, у тергов материаллари билан танишиб чиқиши шарт.

Комиссия хулосаларидан рози бўлган тақдирда бахтсиз ҳодиса қўшимча тергов қилинмайди ва бу ҳақда тергов актида тегишли қайднома қилинади. Бахтсиз ҳодиса тергов натижаларига кўра, меҳнат муҳофазаси бўйича Давлат назоратчиси П-15 шаклида хулоса тузади. Гуруҳли бахтсиз ҳодисалар ва ногиронлик ёки ўлим билан тугайдиган бахтсиз ҳодисалар тергов материаллари Н-1 шаклидаги акт ва кўрсатилган бахтсиз ҳодисалар тергов акти билан бирга 3 кунлик муддат ичида тузилгандан сўнг иш берувчи томонидан бахтсиз ҳодиса рўй берган жой бўйича прокуратурага жўнатилиши керак:

- Ўзбекистон Республикаси субъекти бўйича Давлат меҳнат инспекциясига;
- (талаб этилишига кўра) назорат органларига;
- Ўзбекистон Республикаси меҳнат Вазирлиги ҳузуридаги меҳнат инспекциясига;

Жабрланувчининг вақтинча меҳнатга лаёқатсизлиги тугаганидан сўнг иш берувчи Ўзбекистон Республикаси субъекти бўйича Давлат меҳнат инспекциясига:

- ишлаб чиқаришда бахтсиз ҳодиса оқибатлари тўғрисида маълумотлар;
- бундай бахтсиз ҳодисаларнинг олдини олиш мақсадларида бажарилган тадбирлар тўғрисида прокуратура қарори.

4.2. Алоқакорхоналари ва ташкилотларида меҳнат муҳофазаси бўйича ишларни ташкил қилиш ва уларнинг бажарилиши устидан назорат

Алоқа ходимлари касаба уюшмалари ёки вилоят касаба уюшмалари кенгашининг техник назоратчиси исталган вақтда машина ускуналари, механизмлар мувофиқлигини, Техника Хавфсизлиги қоидалари талаблари, ишлаб чиқариш ва ёрдамчи биноларнинг санитар ахволини, санитария меъёрлари талаблари, меҳнат ва дам олиш режимида амал қилишни, махсус кийим-бош, махсус пойафзал, махсус озиқ-овқат ва химоя воситаларининг ўз вақтида берилишини текшириш учун алоқа корхонасини кўздан кечириш ҳуқуқига эга.

Ҳар бир корхонада касаба уюшма раиси сайланади, унинг қошида жамоа шартномасини бажарилишини назорат этувчи катта жамоат назоратчиси бошчилигидаги меҳнатни муҳофаза қилиш комиссияси ишлайди, бахтсиз ҳодисаларни текширишда, шунингдек, ТХ қоидаларини билишларини текширишда иштирок этади.

Цехлар ва бўлимларда касаба уюшмалари аъзоларидан аппаратуралар, асбобларнинг яроқлигини, ишчи жойларда тўсиқларни, блокировкаларни, ҳисоблаш қурилмалари ва иситиш тизимлари ишини, ёритилиш ахволини назорат қилувчи ва тозалик ҳамда тартибга риоя этувчи меҳнат муҳофазаси жамоат назоратчиси танланади. У ишчи жойида инструктаж (йўл-йўриқ) ўтқазилиши, цехнинг барча ходимлари томонидан Техника Хавфсизлиги йуриқномаларини ўрганиш, иш вақти ва тартиби режими, таътиллار берилиши, ҳордиқ кунлари, ишчиларни химоя воситалари билан

таъминлашни назорат этади. Бутун аниқлаган камчилик ва нуқсонлар ҳақида жамоат назоратчиси цех устаси ёки бошлиғига хабар қилиши ва уни ишлаб чиқиши лозим. Меҳнат муҳофазаси бўйича барча комиссия аъзолари жамоа шартномасига кирувчи ММ бўйича тадбирлар ишлаб чиқишда иштирок этадилар.

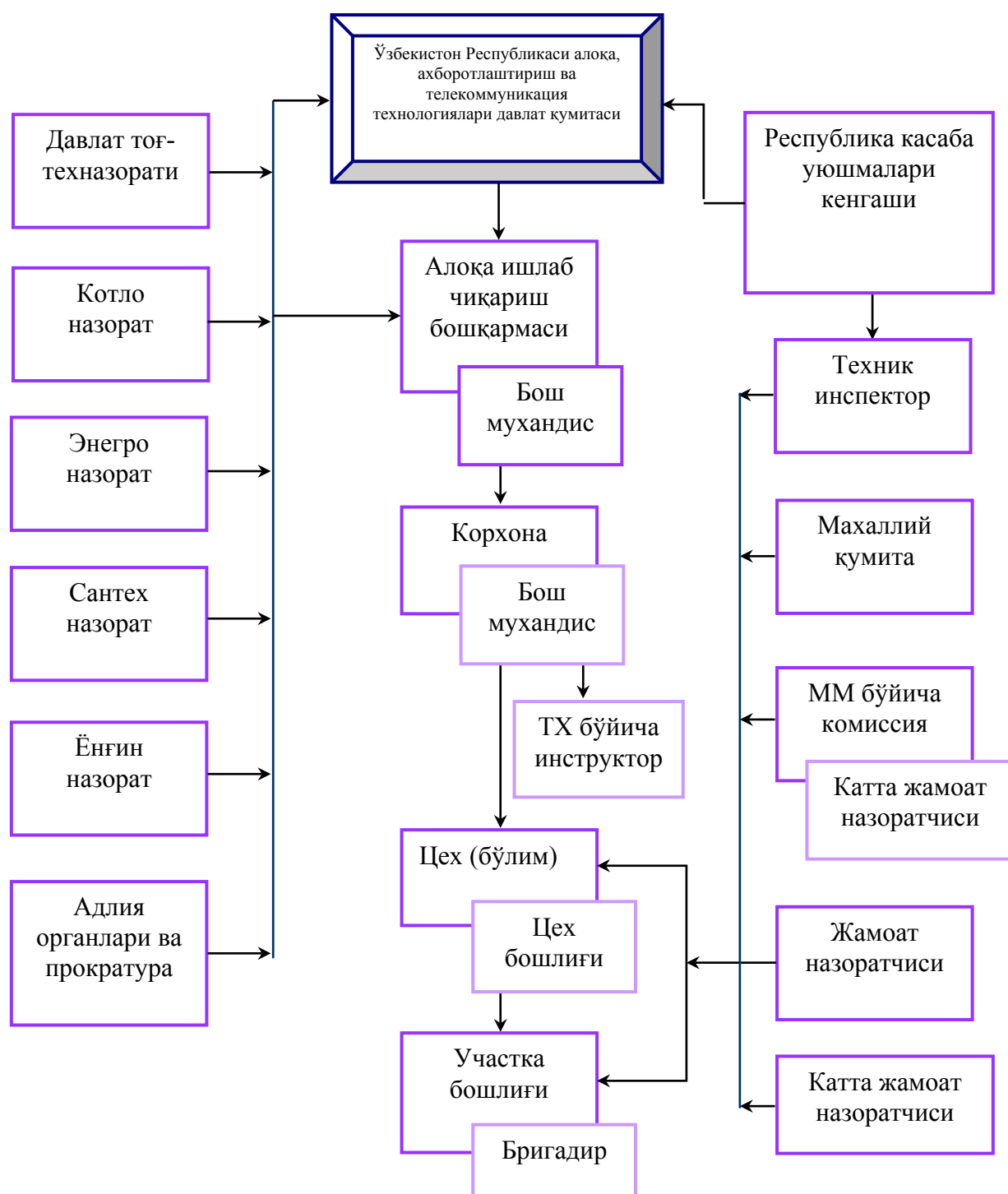
Алоқа корхоналаридан меҳнат муҳофазаси бўйича ишларни ташкил қилиш, шунингдек, давлат ва касаба уюшмалари органлари томонидан назоратни ташкил қилишнинг таркибий жадвали 4.1.-расмда тасвирланган.

Алоқа ва ахборотлаштириш агентлиги меҳнат муҳофазаси бўйича тадбирларни режалаштиради ва уларнинг бажарилиши устидан назоратни амалга оширади.

Алоқа ишлаб чиқариш-техника бошқармаларида (АИЧТБ) меҳнат муҳофазаси бўйича ишларни АИЧТБ бошлиқлари, бош муҳандислар ва бошлиқ муовинлари уюштиради.

Корхона бошлиғи корхонада меҳнат муҳофазасини ташкил қилиш учун жавоб беради, бош муҳандис ва бошлиқ муовинлари ва меҳнат тўғрисидаги қонунчилик, ТХ қоида ва меъёрлари, ишлаб чиқариш санитарияси, уларга бўйсунадиган бўлимлар, цехлар, участкаларда ёнғин хавфсизлигига риоя этилиши устидан тўлиқ маъсулдир.

Меҳнат муҳофазаси бўйича ишларнинг бажарилиши устидан назорат учун бош муҳандисга бўйсунувчи меҳнат муҳофазаси бўйича муҳандис тайинланади.



4.1-расм. Алоқа корхоналаридан меҳнат муҳофазаси бўйича ишларни ташкил қилиш

Раҳбар юқори хавфли ишлар рўйхатини билиши, химоя воситалари ва сақловчи қурилмалар яроғлилик ахволи ва мавжудлиги устидан кузатиб бориши, вентиляция қурилмалари, иш жойларининг ёритилиши, ишининг

тўғрилигини текшириб бориши, шовқин ва тебранишларнинг камайишига эришмоғи, ишчи ва хизматчиларни ишлашнинг хавфсиз услубни уларга ўргатиш, сабоқлар уюштириши, техника хавфсизлиги қоидаларини нечоғлик билишларини даврий текшириб туриши лозим.

Рахбар,шунингдек, ТХ қоидалари ва меъёрларини бажармаган шахсларни ишдан четлатиши, агар инсонлар ҳаёти ва саломатлигига таҳдид солаётган бўлса, механизмлар ишини тўхтатиши, жабрланганга биринчи ёрдам кўрсатишни ташкил қилиш, бахтсиз ҳодисаларни тергов қилиш ва уларни олдини олишюзасидан чоралар кўришда иштирок этиши лозим. Алоқа корхоналарида травматизмни камайитириш ва меҳнат шaroитларини яхшилашга қаратилган тадбирлар ўтқазиш устидан назоратни кучайтириш мақсадларида меҳнат муҳофазаси ахволи устидан 3-поғонали назорат жорий этилади.

Ҳар куни уста ёки бригадир жамоат назоратчиси билан бирга ишчилар ахволи, ускуналарнинг созлиги ва ҳимоя воситаларининг яроқлилигини текширади. Нуқсонлар топилганда зудлик билан уларни бартараф этиш бўйича чоралар кўрилади. Агар носозликларни кучлари билан бартараф этиш мушкул, имконсиз бўлса, нуқсонуну носозликлар 3-поғонали назорат журнаliga қайд этилади.

Ҳар ҳафта цех бошлиғи катта жамоат назоратчиси билан ҳамкорликда цехда меҳнат муҳофазасининг ахволини бирма-бир текширувдан ўтказди, уста томонидан билдирилган носозликлар бўйича қарорлар қабул қиладилар, аввалги текширувларда аниқланган камчиликларни бартараф этиш бўйича тадбирлар бажарилишини назорат қилади. Текширув натижалари цех бошлиғи худди шу журналга ёзилади.

Ҳар ойда бош муҳандис ва Меҳнат муҳофазаси бўйича муҳандис корхона бўйича меҳнат муҳофазасининг ахволини текширади, текширувнинг 1 ва 2 поғоналарида аниқланган нуқсонларни бартараф этилишини назорат қилади.

Текширув натижалари корхона бўйича буйруқ билан расмийлаштирилади.

Меҳнат муҳофазаси бўйича мухандис мунтазам ТХ қоидалари ва меъёрлари, ишлаб чиқариш санитарияси, юқори турувчи ташкилотлар фармойишлари, назорат қилувчи органлари ҳужжатларининг ижросини назорат қилади.

У янги қабул қилинган ҳодимлар билан илк йуриқномани ўтади, ТХ билимларини текшириш бўйича комиссиялар иши ва ишлаб чиқаришда бахтсиз ходисаларни тергов қилишда иштирок этади.

Ҳар йили корхоналар Н21-Т шаклида режа бажарилгани тўғрисидаги ҳисоботларни тузадилар ва уларни юқори турувчи хўжалик ва касаба уюшма ташкилотларига юборадилар.

Ҳисоботга ноқулай шароитларда ишловчилар сони ҳақида маълумотлар ва ҳисобот йилида меъёрларга мувофиқ ҳужжатлар киритилади.

Ҳисоботда реконструкция, капитал ремонт бўйича бажарилган ишлар ҳажми ва ишлаб чиқаришщелар, умуман ТХ қоидалари ва меъёрлари талабларига жавоб бермайдиган участкаларни эксплуатациядан чиқариш тўғрисида маълумотлар бўлиши керак.

Мамурий-хўжалик ва инженер-техник ишчи меҳнат қонунчилиги ва меҳнат муҳофазаси қоидаларини бузсалар интизомий, мамурий ёки жиноий жавобгарликка тортилади.

ХУЛОСА

Иқтисодиёт тармоқларини модернизация қилиш, замонавий техника ва технологиялар билан жиҳозланган янги корхоналарни барпо этиш ва реконструкция қилиш учун хорижий сармояларни жалб қилишда компаниялар ўзлаларининг фаолиятларини бизнес стратегиянинг услуб ва усулларида кенг фойдаланиш талаб этилади.

Рақобат ва информацион технологияларнинг ривожланиши, бизнеснинг глобаллашуви ва бошқа омилларнинг таъсири натижасида бизнес соҳасида юз бераётган жуда кескин ўзгаришлар стратегик режалаштириш ва бошқариш ролига алоҳида аҳамият билан қараш лозимлигини тақозо этмоқда.

Бугунги кунда алоқа объектларининг самарали фаолият кўрсатиши учун соҳада маркетинг ва инновацион фаолиятни ривожлантиришдан келиб чиққан ҳолда пухта стратегияларни ишлаб чиқиш, янги ахборот коммуникация технологиялари асосида хизмат кўрсатиш, алоқа хизматлари диверсификациясини кучайтириш, соҳада қўшимча хизмат турларини кенгайтириш ва рақобат муҳитини ҳамда тадбиркорлик фаолиятини шакллантириш ва ривожлантиришга кенг йўл очиб бериш асосий устувор вазифаларидан ҳисобланади. Ушбу вазифаларни самарали ҳал этиш орқали алоқа хизматларига бўлган талабни ортишига, хизматларни сифатли ва рақобатбардош бўлишига, энг асосийси эса алоқа корхоналарини соф рақобат муҳитида нуфузини ортишига эришиш мумкин булади.

Стратегик мақсадлар, умуман стратегия корхоналарни самарали бошқаришда бизнесга боғлиқ бўлган кўп рақобатқобил ҳаракатларни ўз ичига олади.

Умумий маънода стратегия-бу фирманинг,корхананинг тутган йўлини мустаҳкамлашга,истеъмолчиларнинг талабини қондиришга ва ўз олдида қўйилган мақсадларга эришишга қаратилган режали

бошқаришдир. Бошқарувчилар (менежерлар) компанияни қайси йўналиш ривожланишини аниқлаш ва ҳаракат усулини танлашда асосли қарорлар қабул қилиш учун стратегияни ишлаб чиқади.

Қисқа қилиб айтганда стратегик бошқарув компанияни бозор муносабатлари шароитида узоқ муддатли фаолият кўрсатишини таъминлайди.

Республикада амалга оширилаётган ижтимоий-иқтисодий ислохотлар Ўзбекистоннинг стратегик мақсадига эришишга қаратилган. XXI аср – ахборотлашган жамият асри деб эътироф этилди, бу эса ахборотнинг тез ва сифатли айланишини таъминлаш ҳозирги кунда мамлакат тараққиёти ва равнақининг бош мезонига айланганлигидан далолат беради. Шу сабабли ҳам, ушбу соҳани жадал суръатлар билан ривожлантириш Ўзбекистон иқтисодиётида амалга оширилаётган таркибий ўзгаришлар ҳамда иқтисодий ислохотларнинг бош йўналишларидан бири ҳисобланади.

Алоқа хизматлари бозорини истиқболда янада ривожлантиришни йўналишларидан бири бу янги замонавий, қулай ва оммабоп инновацион хизматларни амалиётга тадбиқ этиш ҳисобланади.

Тақдим этилаётган мазкур инновацион хизматларнинг мақсади ҳам “Ўзбектелеком” АКсининг “UzMobile” филиалининг тармоғини ва абонентлар базасини кенгайтириб, соф фойда миқдорини оширишга қаратилган.

Қуйидаги инновацион хизматларни филиал истиқболи учун амалиётга тадбиқ этиш мақсадга мувофиқдир.

6. Mobile Banking хизмати. Бошланишида Алоқа банк билан ҳамкорликда.
7. Ситуацион марказ. ФХМ билан ҳамкорликда.
8. Mobile VPN хизмати.
9. Мобил Интернет хизмати, 3G технологияси асосида.
10. WAVE портал хизмати.

Филиал тақдим этаётган мобил алоқа хизматлари қамровлилик даражасини ошириш мақсадида шахталарда, тунелларда, махсус ер ости бункерларида қолаверса жамоат транспорларидан бири ҳисобланмиш метро

бекатлари ва тунелларида махсус инновацион технология сифатида махсус алоқа кабелларини (излучайщий кабель) ётқизиш, бу мамлакат алоқа хизматлари тарихидаги янги бўлажак ҳодиса ҳисобланади.

Mobile bankig хизматини амалга оширилиши бу якка тартибдаги тадбиркорлар учун, филиалнинг мавжуд мижозлари учун бир талай қулай имкониятларга шароитлар яратиб беради. Филиалнинг хизматаридан фойдаланувчилар учун бу инновацион хизмат мобил интернет орқали банклардаги ўз ҳисоб рақамларига виртул ўланиш имкониятларини ҳозирлайди. Умумун олганда бу республика иқтисодиётини ривожлантириш йўлида президент И.Каримов томонидан чиқарилган тадбиркорлик фаолиятини қўллаб қуватлаш тўғрисидаги қарорни амалга тўла қонли оширилишига бевости таъсир этувчи омиллардан бири ҳисобланади.

Иккинчи бир инновацион хизмат сифатида Mobile VPN хизматини филиал тарваққийти учун амалиётга жорий этиш. Бу хизмат тури абонентлар ўртасида ўзаро локал тармоғни яратиш имкониятини беради. Mobile Virtual Private Networks хизмати айнан корпоратив фойдаланувчилар учун бўлиб, бу бир нечта филиалларни, омборларни, сотув шаҳобчаларини ягона маълумотлар тизимига бирлаштиришга асос яратади. VPN мобил тармоғи бу хусусий ҳимояланган тармоғ бўлиб, жўнатиловчи маълумотлар бут бутунлигини ва хавфсизлигини таъминлайди. Бу хизмат корхона ходимлари учун қулайлик яратиб, бош офис ҳудудидан анча йироқда бўлишса ҳам, маълумотлар базасига вертуал ўланиш имкониятини беради.

WAVE мобил портали. Бу хизмат бевосита алоқо операторининг телекоммуникациялар бозоридага улушини ўсишига ва қўшимча хизматлар эвазига олинадиган даромадлар ҳажмини ортишига таъсир этади.

WAVE мобил портал хизмати тақдим этилиши, бу филиалнинг иқтисодий барқарорлигини янада мустаҳкамловчи омиллардан бири ҳисобланади.

Бу инновацион хизмат асосида мижозлар қуйдаги қўшича хизматлардан фойдаланиш имкониятига эга бўлишади:

- Кирувчи мультимедия хабарларини кўриш имконияти (MMS);

- Энг сўнги ва қизиқарли маълумотлардан бохабар бўлиш.
- Шаҳарнинг маъданий ҳодисалар жадвалидан хабардор бўлиш.
- Сўнги оммбоп мусиқаларни, суъратларни юклаб олиш.

Умуман WAP (Wireless Application Protocol) технологияси мобили телефони орқали симсиз Интернет тармоғига ўланиш имконини беради.

Эришилган натижалардан кўриш мумкинки, Ўзбекистонда телекоммуникация тармоғи жадал суръатлар билан ўсиб бормоқда, бу эса мазкур бозорнинг катта ҳажмда эканлигидан далолат берадига шуниси аниқки, келгусида оптик толали технология ёрдамида тақдим этиладиган хизмат турларига бўлган истеъмолчиларнинг талаби барқарор сақланиб қолади.

Шундай қилиб, давлатнинг қўллаб-қувватлаши орқали телекоммуникация корхоналари илғор инновацион сиёсатни ва маркетинг фаолиятини самарали йўлга қўйсагина, улар дунё миқёсида ўз рақобатбардошлигини ошириши ва умуман мамлакатнинг иқтисодий жиҳатдан раванқ топишига, қолаверса, телекоммуникация тармоғи жаҳон бозорида иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширадиган тамоман стратегик омил бўлишига имконият яратиши мумкин.

АКТ ва информацион иқтисодиётнинг ривожланиши натижасида бизнеснинг янги шакл ва турлари, янги иш концепциялари ва янги ташкилий стратегиялар вужудга келмоқда, халқаро савдо(интернет-дўконлар, интернет-аукционлар, интернет-майдонлар) ва рақобат андозаларида силжишлар содир бўлмоқда.

Инсониятнинг ахборот-коммуникация технологиялари ва воситаларининг жадал ривожланиши ҳамда ахборотнинг инсон фаолиятининг барча соҳасидаги аҳамиятининг сезиларли ошиб бориши билан тавсифланадиган глобал ахборот жамияти ташкил топиш ва ривожланиши билан белгиланади, иқтисодий муносабатларнинг глобал эволюция фазасига киришини; ахборот ва телекоммуникацион технологиялар, хизматларнинг, ахборот ва телекоммуникацион индустриянинг юз бераётган

конвергенциясини, ахборот, телекоммуникацион ва ахборот-коммуникация хизматларининг жадал ривожланши; янги ахборот-коммуникация технологиялари, инфокоммуникацион хизматлар ва саноатининг иқтисодий самарадорлигини ошириш ва жамиятнинг барча соҳаларида демократик жамоат институтларини ривожлантиришдаги ҳал қилувчи ролини; ахборот-коммуникация хизматлари бозорининг юз бераётган либераллашувини ҳамда бу бозорда рақобатнинг ривожланишини ҳисобга олган ҳолда қуйидагилар тавсия этилади:

1. Ахборот-коммуникация хизматларининг ривожланиши бу хизматлардан фойдаланувчиларнинг ижтимоий таркиби ўзгариши билан ўзаро боғлиқлигига таянган ҳолда, жамият барча қатламларининг алоқа ва ахборотга бўлган эҳтиёжларини қондириш йўлини тутган ҳолда ахборот-коммуникация хизматлари бозорини ривожлантириш;
2. АКТнинг турли даражадаги: маҳаллий, давлат, ҳудудий ривожланиши кўрматкичларини баҳолаш тизимини яратиш;
3. Хизматларни тақдим этишнинг абонент шакллари ҳам, миқдор шакллари ҳам уйғунлаштирилган ҳолда ривожлантириш;
4. Ахборот ва билимларнинг эркин алмашинуви ва халқаро ахборот ва интеллектуал ресурсларга эркин чиқишни таъминлаш;
5. Интерактив хизматларни, улар ҳали кириб бормаган соҳаларда, жумладан, овоз эшиттиришда, телевизион эшиттиришда, ривожлантириш (интерактив хизматлар ахборотни олувчилар ва жўнатувчиларнинг икки томонлама ўзаро ҳамкорлигини таъминлайди);
6. Ахборот-ҳужжат алмашинуви хизмати кўрсатилишини барча тоифа фойдаланувчилар ўртасида кенг ёйиш;

Юқорида кайд этиб ўтилганларни умумлаштирган ҳолда ахборот-коммуникация технологиялари хизматларини самарадорлигини ошириш имконияти кўпаяди ва соҳасида эришилаётган ижобий силжишларни улуши ортади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикасининг «Алоқа тўғрисида» ги Қонуни, № 512-ХП, 13.01.1992 й.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Телекоммуникациялар тўғрисида»ги Қонуни, № 822-I, 20.08.1999 й.
3. Ўзбекистон Республикасининг «Ахборотлаштириш тўғрисида»ги Қонуни, 11.12.2003 й.
4. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида” Қонуни, 12.12.2002 й.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Хорижий инвестициялар тўғрисида”ги Қонуни, 30.04.1998й.
6. Ўзбекистон Республикасининг “Инвестиция фаолияти тўғрисида”ги Қонуни, 24.12.1998 й.
7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида» ги Қарори, N 200, 06.06.2002 й.
8. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Телекоммуникациялар ва почта алоқаси соҳасида бошқарув тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори, 22.11.2000 й.
9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ахборот-коммуникация технологиялари соҳасидаги фаолиятни янада такомиллаштириш тўғрисида» ги Қарори, N 336, 27.09.2002 й.
10. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистон алоқа ва ахборотлаштириш агентлиги фаолиятини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» ги Қарори, Ўзбекистон Республикаси молиявий Қонунлари, 2004 й.

11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ахборотлаштириш соҳасида норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш тўғрисида” ги Қарори, № 256, 22.11.2005 й.
12. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Инновацион лойиҳаларни ишлаб чиқаришга татбиқ этишни рағбатлантиришга доир қушимча чора-тадбирлар тўғрисида» ги қарори Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари туплами. -Т., 2009. - № 21. - С. 15-17
13. Каримов И.А. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. – Т.: «Халқ сўзи», 14 феврал 2009
14. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шаротида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. - Т. Ўзбекистон, 2009 й.
15. Каримов И.А. Асосий вазифамиз – ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. - Т. Ўзбекистон, 2010 й.
16. Ансофф И. Стратегическое управление: Учеб. Пособие: Перевод с англ. – М.: 1989.
17. Уткин Э.А., Стратегическое планирование. М., ЭКМОС, 2000.
18. Ефремов В.С., Стратегия бизнеса, М., Финпресс, 1998, с. 15-23
19. Морозова Т.Г., Пикулькина А.В., Прогнозирование и планирование в условиях рынка, М., ЮНИТИ-ДАНА, 2000, с. 88-105
20. Науаф К. Стратегическое планирование в системе маркетинга.,
21. Ансофф И. Стратегия управления – М.: Экономика
22. Инновационный менеджмент. Под ред. Л.Н. Оголевой, Инфра-М, 2006.
23. Ковалев Г.Д. Основы инновационного менеджмента. Учебник. -М: ЮНИТИ, 1999.
24. Ўқув қўлланма, Харьков Политехника Институти. “Ташкилотнинг инновацион стратегиясини ишлаб чиқиш”.
25. Йўлдошев Н.Қ. Стратегик менежмент. Маъруза матнлари. ТДИУ.2006
26. Р.С.Ходжаев, С.Н.Шермухамедова. Бизнес стратегияси. Уқув услубий мажмуа. ТМИ.2012й

27. Маленков Ю.А. Стратегический менеджмент: учеб. – М.: Проспект, 2009. – 224 с.
28. Малый бизнес: Учебное пособие кол. Авторы; под ред. В.Я. Горфинкеля.- М.: КНОРУС, 2009.- 336 с.
29. Коноплева И.А., Богданов И.А. Управление безопасностью и безопасность бизнеса: Учеб. пособ. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 448 с.
30. Хорин А.Н., Керимов В.Э. Стратегический анализ: учеб. пособ. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2009. – 480 с.
31. Боголдин - Малых В.В. Бизнес - стратегии и операционный маркетинг на рынке услуг: Учеб пособие. - НПО «Модек» , 2008.- 608 с.
32. Тархуна Ю.В. Конкуренция и конкурентные стратегии (в структурно-логических схемах): учеб.-метод. пособ. – М.: «Дело и сервис», 2008.
33. Гурков И.Б. Стратегия и структура корпорации: Учебное пособие. – 2-е изд., переработано. – М.: «Дело» АНХ, 2008. – 288 с.
34. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.: ИНФРА, 2006. – 312 с.
35. <http://www.uza.uz.business>; <http://www.press-service.uz>;
36. <http://www.oecd.org>; <http://www.unctad.org>;
37. <http://www.mcdonald.org>; <http://www.wordbank.org>;
38. <http://www.uzbekistan.uz>
39. Strategy and Business www.growthbusiness.co.uk
40. Business Information and Strategy Tools www.shoulders-of-giants.co.uk