

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA’LIM
VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

“BANK ISHI” FAKULTETI

“TASHQI IQTISODIY FAOLIYAT” KAFEDRASI

Bitiruv malakaviy ishi
himoyaga tavsiya etiladi
“Tashqi iqtisodiy faoliyat”
kafedra mudiri
i.f.n., dots. I.S.Xotamov

«_____» _____ 2016 yil

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

Mavzu: “Tashqi iqtisodiy faoliyat marketing tadqiqotlarini axborot
kommunikatsiya texnologiyalar asosida rivojlantirish”
(“O‘zbektelekom” aksionerlik kompaniyasi, Chilonzor tuman “Biznesni
rivojlantirish markazi” filiali misolida)

Bajardi: “Bank ishi” fakulteti, “Marketing”
(Tashqi iqtisodiy faoliyat) ta’lim yo‘nalishi,
4-kurs, MV-61 guruhi talabasi
Xasanova Kamolaxon Abdulxamid
qizi _____

Ilmiy rahbar: “Tashqi iqtisodiy faoliyat”
kafedra professori, iqtisod fanlari doktori
Nasritdinova M.A. _____

Bitiruv malakaviy ishi dastlabki himoyadan o‘tganligi 2016 yil ____ maydagi
_____-sonli bayonnoma bilan rasmiylashtirilgan.

MUNDARIJA

	KIRISH.....	3
I BOB.	TASHQI IQTISODIY FAOLIYATDA MARKETING TADQIQOTLARINI TASHKIL ETISH VA AMALGA OSHIRISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	9
1.1	Marketing tadqiqotlarini tashkil etishning nazariy jihatlari va usullari.....	9
1.2	Tashqi iqtisodiy faoliyat marketing tadqiqotlari tizimida axborot ta'minoti.....	14
1.3	Tashqi iqtisodiy faoliyat marketing tadqiqotlaridan samarali foydalanishda axborot kommunikatsiya tizimining o'rni.....	19
	I bob bo'yicha xulosalar.....	24
II BOB.	“O‘ZBEKTELEKOM”AK NING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI VA MARKETING FAOLIYATI TAHLILI.....	26
2.1	Tashqi iqtisodiy faoliyat marketing tadqiqotlarida axborot kommunikatsiya texnologiyalardan samarali foydalanish yo'llari jahon tajribasi.....	26
2.2	Axborot kommunikatsiya texnologiyalari sohasini rivojlantirishga va shakillantirishga bo'lgan uslubiy yondashuv tahlili.....	37
2.3	“O‘zbektelekom”AK rivojlanish dinamikasi va marketing faoliyatini amalga oshirish tahlili.....	43
	II bob bo'yicha xulosalar.....	53
III BOB.	O‘ZBEKISTON BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA AXBOROT-KOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARI I JORIY ETISHNING USTIVOR YO‘NALISHLARI.....	55
3.1	Axborot kommunikatsiya texnologiyalari sohasi faoliyatini rivojlantirishning institutsional mexanizmlari va ustivor yo'nalishlari.....	55
3.2	Zamonaviy marketing faoliyatini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari asosida rivojlantirishning ahamiyati.....	64
	III bob bo'yicha xulosalar.....	69
	Xulosa.....	71
	Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.	74
	Ilovalar	

KIRISH

Mavzuning dolzarbligi. Taraqqiyotning hozirgi bosqichida, iqtisodiy-ijtimoiy hodisa va jarayonlarning joriy sur'ati sharoitida hayotimizni zamonaviy axborot texnologiyalarsiz tasavvur eta olmaymiz. Jamiyatimizda davr talabi bo'lgan zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni joriy etilishi va uni iqtisodiyotni turli xil sohalariga tadbiq etilishi raqobatbardosh axborotlarga ega bo'lishi va ulardan samarali foydalanish imkoniyatini beradi. Tashqi iqtisodiy faoliyat xususan uning samarali amal qilishi uchun amalga oshiriladigan xalqaro marketing tadqiqotlari uchun axborot va axborot kommunikatsion texnologiyalardan samarali foydalanish faoliyat yutug'ini belgilab beruvchi asosiy vosita va omildir. Ushbu zaruratdan kelib chiqib mamlakatimizda axborot kommunikatsion texnologiyalarni me'yoriy huquqiy asoslari yaratildi. TIF marketingi va uning tadqiqotlarini zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarsiz amalga oshirib bo'lmaydi. O'z vaqtida tezkor va sifatli axborotlarga ega bo'lish, to'g'ri qarorlar qabul qilishni ta'minlaydi, natijada korxonalar, milliy xo'jalik raqobatbardoshligi ta'minlanadi. Rivojlangan davlatlar iqtisodiyotini muvaffaqiyati sabablardan biri ularni doimo tezkor va aniq axborotlarga ega bo'lish imkoniyati yuqoriligidadir.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimov mamlakatimizni 2015-yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2016 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasi majlisidagi ma'ruzasida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasi rivojlanishiga alohida e'tibor qaratdi. "Bugungi sharoitda, Internet va elektronika davrida iqtisodiyot tarmoqlarida zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish, "Elektron hukumat" tizimi faoliyatini yanada rivojlantirish ustuvor ahamiyatga egadir.

Jahon tajribasi shundan dalolat beradiki, ayni paytda global iqtisodiyotda kompyuter va telekommunikatsiya texnologiyalari, dasturiy ta'minot mahsulotlarini ishlab chiqarish va ular asosida keng turdagi interfaol xizmatlar

ko'rsatishni o'z ichiga olgan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasining roli va ahamiyati tobora ortib bormoqda.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi mamlakatning raqobatdoshlik darajasiga ta'sir ko'rsatishi, katta hajmda axborot to'plash va uni umumlashtirish imkonini berishi, boshqarishni strategik darajada tashkil etish uchun keng imkoniyatlar ochib berishini unutmashimiz zarur..."¹

Shunday ekan respublikamizda zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotni turli sohalarga qo'llash zaruriyati mavzuni dolzarbligidan dalolat beradi. Sohalarda, xususan TIFda, AKTdan samarali foydalanmasdan marketing tadqiqotlarini pirovardida TIFni rivojlantirib bo'lmaydi. Ma'lum bo'ladiki, AKTdan samarali foydalanish uni joriy etish amaliyotning kattaligi sifatida qarash kerak. Bu yo'nalish mamlakatning TIFI va uni rivojlantirishning qo'shma omili-marketing tadqiqotlari va uning AKTlariga ustun darajada bog'liqdir. Ya'ni marketing tadqiqotlari va uning AKT TIFni rivojlanishining omili hisoblanmoqda. Bu esa mavzuning dolzarbligini bildiradi.

Muammoning o'rganilganlik darajasi. Zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda qo'llash va uni amaliyotga joriy etish bo'yicha bir qancha iqtisodiy olimlar olib borgan ilmiy ishlarga qaraydigan bo'lsak, bularga quyidagilar kiradi. Xorij iqtisodchi olimlari A.M. Korminskiy, P.V. Nesterev, Y.G.Veretennikova va boshqalar ham ilmiy ishlari o'z aksini topgan. O'zbekistonlik iqtisodchi olimlarimiz ham ushbu mavzuni dolzarbligi bo'yicha bir qancha ilmiy ishlar olib borgan. Jumladan S.S Gulyamov, R.X.Alimov, B.Y.Xodiev, B.A.Begalov, G.T. Yo'lchieva, X.S. Lutfullaev, va boshqalar. Milliy olimlarimiz J.J.Jalolov, I.Axmedov va boshqa olimlarning ishlari diqqatga sazovordir. Iqtisodiyotni barqaror rivojlanishi va uni jahon bozorida

¹O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning mamlakatimizni 2015 yilda ijtimoiy qisodiy rivojlantirish yakunlari va 2016 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan "Bosh maqsadimiz – mavjud qiyinchiliklarga qaramasdan, olib borayotgan islohotlarni, iqtisodiyotimizda tarkibiy o'zgarishlarni izchil davom ettirish, xususiyl mulkchilik, kichik biznes va tadbirkorlikka yanada keng yo'l ochib berish hisobidan oldinga yurishdir" Vazirlar Mahkamasi majlisidagi ma'ruzasi. Toshkent. Xalq so'zi gazetasi 16.01.2016 yil.

munosib o'rinni egallash uchun iqtisodiy axborotlarni tezkorligi va sifatini ta'minlash zarur. Marketing, axborot kommunikatsion texnologiyalar, marketing tadqiqotlarida AKTni qo'llash bo'yicha ancha ilmiy-uslubiy ishlar qilingan, biroq aynan TIF marketing tadqiqotlarini zamonaviy AKT asosida rivojlantirish borasida marketing tadqiqotlari, axborot va AKT ning uyg'un kombinatsiyasidan iborat ishlarning kamligi, va ularning mukammal emasligi, ilmiy-texnik taraqqiyot natijasiga AKT sohasidagi innovatsion o'zgarishlarni ob'ektiv yuz berishi ushbu mavzudagi ishlarni yana tadqiq qilib borish zaruratini keltirib chiqaradi.

Bitiruv malakaviy ishining maqsadi. Tashqi iqtisodiy faoliyatni tadqiq qilishni zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalar asosida rivojlantirish bo'yicha mavjud bilimlarni o'rganish, TIF tizimida marketing tadqiqotlarini olib borish va bunda zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalar omilini tizimli joriy etishni tadqiq qilish, hamda soha tizimidagi qonuniyatlarni aniqlash va ulardan samarali foydalanish natijalarini o'rganish, tahlil qilish va jahon tajribasi yutuqlarini joriy etish muammolarini o'rganish, ularga baho berish va takliflar ishlab chiqish bitiruv malakaviy ishining maqsadi hisoblanadi.

Bitiruv malakaviy ishining vazifasi. Tinglovchilarda TIF marketing tadqiqotlarini axborot kommunikatsion texnologiyalar asosida rivojlanitirish, TIF marketing tadqiqotlarining amal qilish xususiyatlari va unda AKTdan samarali foydalanish natijalarini tahlil qilish, masala bo'yicha mavjud muammolar va ularning yyechimlar varianti hamda jahon tajribasi yutuqlarini joriy etish samaralari bilan bog'liq ilmiy-nazariy bilim va ko'nikmalarni shakllantirishdan iborat.

Bitiruv malakaviy ishining ob'ekti. O'zbekistonning iqtisodiy va ijtimoiy sohalarida yuqori natijalarga erishish, jahon iqtisodiy tizimida to'laqonli sheriklik o'rini egallash, inson faoliyatining barcha jabhalarida zamonaviy axborot texnologiyalaridan yuqori darajada foydalanish ko'lamlari qanday bo'lishiga hamda bu texnologiyalar ijtimoiy mehnat samaradorligining oshishida qanday rol o'ynashiga bog'liq. Hozirgi kunga kelib iqtisodiyotda bozor munosabatlariga o'tish jamiyatimiz ijtimoiy va iqtisodiy hayotining barcha axborotlashtirish sohalarida

erishilgan eng so‘nggi yutuqlarni tadbiq etish sur‘atlarini g‘oyatda tezlashtirib yubordi. Zamonaviy axborot texnologiyalari tezkor va muvofiq ravishda boshqarishga, axborot kommunikatsiyalarini o‘rnatishga imkon beradi.

Iqtisodiyotda zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanish iqtisodiy axborotlar sifati, uning aniqligi, ob‘ektivligi, tezkorligini va buning natijasi sifatida esa boshqaruv qarorlarini o‘z vaqtida qabul qilish imkoniyati oshishini ta‘minlaydi. Axborot texnologiyalari hozirgi kunda jahon iqtisodiyoti rivojlanishining “harakatga keltiruvchi kuch”i bo‘lib hisoblanadi.

Bitiruv malakaviy ishning asosiy ob‘ekti “O‘zbektelekom”AK “Biznesni rivojlantirish markazi” filiali misolida amalga oshirilgan.

Tadqiqot predmeti bo‘lib, TIF marketing tadqiqotlarini axborot kommunikatsion texnologiyalar asosida rivojlantirish xususan, marketingda qo‘llash natijalari va rivojlantirish yo‘llarini o‘rganish nazarda tutilgan.

Tadqiqot usullari. Tadqiqot jarayonida zamonaviy iqtisodiyotda axborot texnologiyalarini qo‘llashning nazariy asoslari, ya‘ni axborot resurslari tizimi, boshqaruv tizimi, boshqaruv tizimi faoliyatining axborot jihatlarini, axborot tizimlari, qaror qabul qilish, avtomatlashtirilgan axborot texnologiyalari, axborot texnologiyalarining rivojlanish bosqichlari, avtomatlashtirilgan axborot tizimlari, ularning evolyutsiyasi, samaradorligi, yaratish hamda rivojlantirish tendentsiyalari, ma‘lumotlar bazasi, ma‘lumotlar bazasini boshqarish tizimlari, zamonaviy axborot texnologiyalari batafsil yoritib berilgan. Shu bilan birga iqtisodiyotda axborot jarayonlarini boshqarishda avtomatlashtirilgan axborot texnologiyalaridan foydalanish, turli sohalarga ya‘ni statistika, buxgalteriya hisobi, bank va marketing faoliyatida qo‘llash masalalari yoritilgan. Ikkiyoqlama tahlil, qiyoslash, prognozlash, ilmiy abstraksiya, mantiqiylik usullaridan keng qo‘llanildi.

Himoyaga olib chiqilayotgan asosiy holatlar. TIF marketing tadqiqotlarini rivojlantirishda axborot kommunikatsion texnologiyalarni qo‘llash, iqtisodiyotda xususan TIFda samaradorlikka erishtirishning nazariy, ilmiy- uslubiy asoslari:

TIF marketing tadqiqotlarini rivojlantirishda axborot kommunikatsion texnologiyalarning istiqbollari va takomillashtirish yo‘nalishlari bo‘yicha:

- Marketing tadqiqotlarining jarayonlari;
- TIF da MTlarning amal qilish xususiyatlari va ahamiyati;
- TIF MTlarining rivojlanishida zamonaviy AKTlarining oʻrni;
- Milliy iqtisodiyot va uning TIF ining taraqqiyotida AKTlarning ahamiyati;
- AKT sohasining rivojlanishining tendensiyalari;
- TIF marketing tadqiqotlarini rivojlantirishda axborot kommunikatsion texnologiyalardan samarali foydalanishining tahliliy va amaliy jihatlari boʻyicha:
- TIF MTlarida AKTning joriy rivojlanishining tahlili;
- “Oʻzbektelekom”AKning sohani rivojlantirish borasidagi faoliyati tahlili;
- “Oʻzbektelekom”AK MTlari va unda AKTdan foydalanish jarayoni;
- Kompaniyada xizmat koʻrsatish marketing yoʻnalishlari va strategiyasi.

Zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda qoʻllashni takomillashtirish taʼmoyillari boʻyicha:

- zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda qoʻllashni asosiy yoʻllarini rivojlantirish istiqbollari;
- zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda qoʻllashni davlatning oʻrni va uning ahamiyati;
- zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda qoʻllash mexanizmlarini yoritish yoʻllari;
- zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda qoʻllashni davlatning oʻrni va uning ahamiyati;
- zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda qoʻllashni bugungi kundagi holatlari;
- zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda samarali qoʻllash mexanizmlarini yoritish yoʻllari.

Ishning ilmiy yangiligi. Zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda xususan marketingda qoʻllash mexanizmini shakllantirish boʻyicha nazariy va amaliy tavsiyalarning asoslanganligi hisoblanadi va ular quyidagilarda namayon boʻladi.

Marketing va tashqi iqtisodiy faoliyat marketingi tadqiqotlari, axborot, MTlarining axborot ta'minoti kategoriyalariga o'zgacha izohlar, tushuntirishlar berildi:

- zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda qo'llash va unga ta'sir etuvchi omillarning aniqlanganligi;
- zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotdagi ahamiyatini aniqlash darajasi va yo'llarini bugungi kundagi holati;
- O'zbekiston iqtisodiyotidagi zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni tarkibiy o'zgarishlari va ularning mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri darajasi o'rganilganligi;
- zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni davlat boshqaruv organlarida qo'llashni hozirgi kundagi holati va ahamiyati o'rganilganligi;
- zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda qo'llash va aholi turmush darajasini bog'liqligi tahlil qilinganligi;
- zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda xavfsizlikni ta'minlash strategiyalari ishlab chiqilganligi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati, shundan iboratki, unda zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarni iqtisodiyotda xususan marketingda qo'llash bo'yicha ishlab chiqilgan alohida taklif va tavsiyalar korxonalarda tezkor axborotlarga ega bo'lish va uning nazariy va amaliy muammolarini o'rganish asosida tashkil etilgan hamda samarali boshqarish yo'llarini imkonini beradi.

Bitiruv malakaviy ishining tarkibi va xajmi. Bitiruv malakaviy ishining tuzilmasi kirish, uch bob, boblar bo'yicha xulosalar, umumiy xulosa-takliflar, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxatidan va ilovalardan, shuningdek bir nechta jadval, chizma, rasm va diagrammalardan tashkil topgan.

I BOB. TASHQI IQTIODIY FAOLIYATIDA MARKETING TADQIQOTLARINI TASHKIL ETISH VA AMALGA OSHIRISHNING NAZARIY ASOSLARI

1.1. Marketing tadqiqotlarini tashkil etishning nazariy jihatlar va usullari

Bugungi kunga kelib, TIFda korxonalar marketing tadqiqotlarini joriy qilishdan ko‘zlangan asosiy maqsad biznes ko‘lamini kengaytirish, masshtab samarasiga ega bo‘lish, biznes boshqaruvining zamonaviy shaklga keltirishga, iste‘molchilarning xulq-atvori, didi, raqobatchilar va bozor kon’yunkturasini o‘rganishga qaratilgan amaliy izlanishlarning asosiy yo‘nalishlaridan biridir.

Raqobat sharoitida korxonalar faoliyatini takomillashtirishda raqobatbardosh korxonalar oldida turgan muammolarni hal etishga mo‘ljallangan jarayon quyidagilardan iborat:

Birinchi, korxonada turli muammolarni yuzaga kelishi, ushbu korxonada to‘la axborotga ega rejalashtirish va tashkil etishni tartibga solinmaganligidan kelib chiqadi;

Ikkinchi, korxonada faoliyatidagi muammolar yechimini topishda, uning marketing faoliyati davomida kerakli axborotlar to‘planishi va ulardan tezkor ravishda foydalanishga asoslangan bo‘lishi kerak;

Uchinchi, korxonada faoliyatidagi muammolar bo‘yicha axborot tahlili va olingan natijalar to‘g‘risida tayyorlangan hisobotlar to‘liq bo‘lmaganligini e‘tiborga olish lozim;

To‘rtinchi, marketing tadqiqotlari natijalari bo‘yicha qabul qilingan qarorlarni tayyorlashda marketologlar jalb etilishi lozim.

Yuqoridagilarni hisobga olib, xalqaro tajribalardan ma‘lum bo‘ldiki, marketing tadqiqotlarining amaliy turlarini ikkita turga bo‘lib o‘rganish mumkin:

1. Muammoni o‘rganib va uning mohiyatini tushunib, maqsadga etishga qaratilgan marketing tadqiqotlari;

2. Muammoni hal etishga qaratilgan marketing tadqiqotlari.

Marketing tadqiqotlari o‘zining texnikasiga ko‘ra quyidagi “miqdoriy tahlil va bashoratlash”, “sinovdan o‘tkazish”, “tajriba-sinovlarni amalga oshirish va tekshirib ko‘rish va nazorat” guruhlarga bo‘linishi mumkin.

Marketing tadqiqotlaridagi miqdoriy tahlil va bashoratlash guruhida asosan quyidagi uchta tadqiqot usulidan keng foydalaniladi.

Birinchi tadqiqot usul, segmentlash tadqiqoti mavjud bo‘ladi, bunda salohiyatli xaridorlarni demografik va psixologik xatti-harakatiga oid ma’lumotlar o‘rganiladi va axborot bazasiga yig‘iladi;

Ikkinchi usul, talabni aniqlash va talab darajasidan chiqib kutilayotgan sotuv hajmini o‘rganadi va axborot informatsion bazasini yaratishga asos beradi.

Uchinchi usul, raqobatbardoshlik darajasini oshirishga qaratilgan bo‘lib, bunda mahsulotning bozordagi vaziyatni tahlil qilish hisoblanadi.

Bizning fikrimizcha, marketing tadqiqotlari - bu tovar va xizmatlar marketingiga ta’sir etuvchi barcha omillarni tahlil qilishdir. Bundan shu narsa aniq bo‘ladiki, bu funksiyaning faoliyat doirasi cheklanmagan.

Marketing tadqiqotlari tizimini quyidagicha klassifikatsiyalash mumkin:

1. Bozorni tadqiq qilish (market research).
2. Sotishni tadqiq qilish (sales research)
3. Tovarlar iste’mol xususiyatlarini tadqiq qilish (product research).
4. Reklamani tadqiq qilish (advertising research).
5. Iqtisodiy tahlil (economic analysis).
6. Motivatsion tahlil (motivation analysis).
7. Tashqi savdo marketingini tahlil qilish (export marketing research).

TIF marketing tadqiqotlari asosiy 2 ta yirik yo‘nalishlar bo‘yicha olib boriladi

1. Tashqi bozor konyukturasini tadqiq etish.
2. Tijorat faoliyatini tadqiq etish.²

² Y.K.Karriyeva. “Tashqi iqtisodiy faoliyatda kommunikatsiyalar tizimi” Toshkent TDIU. 2009 yil ma’ruzalar matnidan.

Hozir vaqtda biznesda raqobatning kuchayishi sharoitida ko'pchilik firmalar marketing tadqiqotlari bo'limiga ega bo'lishlari lozim.

Marketing sohasidagi tadqiqotlar ikki kategoriyaga: doimiy va nodoimiylarga bo'linadi. Marketing uzluksiz jarayon bo'lib, doimiy o'zgaruvchan sharoitlarda yuzaga chiqadi.

Bundan tashqari, marketingning ko'plab vaziyatlari bozorga yangi tovarlar chiqarilishi, ular maxsus tadqiqotlarni talab qiladi. Bunday tadqiqotlar quyidagi bosqichlarni qamrab oladi:

1. Tadqiqotlar o'tkazish zarurligini asoslash.
2. Bu zaruratni talab qiluvchi omillarni tahlil qilish, ya'ni muammoni shakllantirish.
3. Tadqiqot maqsadini aniq shakllantirish.
4. Eksperiment rejasini tuzish va tahlil asosida tekshirib ko'rish.
5. Ma'lumotlar yig'ish.
6. Ma'lumotlarni tizimlashtirish va tahlil qilish.
7. Natijalarini interpretatsiyalash, xulosa va tavsiyalarni shakllantirish.
8. Tadqiqot natijalarini jamlashtirgan ma'ruza tayyorlash va taqdim etish.
9. Tadqiqot xulosalari asosida ko'rilgan tadbirlar, choralar natijalarini baholash, ya'ni "qarama-qarshi aloqa" o'rnatish.

Hosil bo'lish bosqichlariga qarab marketing axborotini quyidagi ikki turga bo'ladilar:

birlamchi axborot — aniq marketing muammosini yechish uchun maxsus bozor tadqiqotlari va modellash asosida hozirgina olingan ma'lumotlar massivi;

ikkilamchi axborot — qachonlardir korxonada tadqiq qilinayotgan aniq muammo yechimi bilan bog'liq bo'lmagan qandaydir maqsadlar uchun kimdir tomonidan to'plangan ma'lumotlar to'plami.

Axborotning ikkala turi ham o'ziga xos afzalliklar va kamchiliklarga ega. Masalan, ikkilamchi axborot arzonroq tushadi, uni olish va ishlatish oson, shuningdek, u nisbatan haqqoniydir. Biroq O'zbekiston sharoitida, aniqrog'i uning axborot makonida hozircha malakali marketing ma'lumotlari juda kam, rasmiy,

shu jumladan, qaydnomali va regional statistika esa tarqoq, kamdan-kam holda tizimli ko‘rinishda berilgan va shuning uchun hamma vaqt ham ko‘zda tutilayotgan marketing faoliyatining maqsadlarini aks ettirmaydi. Bunday holatda tadqiqotchilar oldiga qo‘yiladigan vazifalarning aniq maqsadlariga ko‘ra to‘planadigan, har doim eng yangi va ishonchli bo‘lgan birlamchi marketing axborotlariga ko‘proq tayanishga to‘g‘ri keladi.

Birlamchi ma’lumotlarni olishda tanlama o‘rganish usuli:

1. So‘ralayotgan shaxslar kontingentini.
2. Aloqa o‘rnatish vositasi va zarur axborot yig‘iladi.

Marketing tadqiqotining yo‘nalishini belgilab beradigan asosiy omil bu tadqiqot maqsadidir. Maqsad tadqiqotning yo‘nalishini vositalarini, usul va shakillarini, strategiyalarini, byudjetini, kanallarini, harakat chastotasini, tadqiqot ob‘ekti, sub‘ekti, predmeti, deapozonini shakillantiradi. Bu narsa marketing tadqiqotlari kompleksini tarkib topishidir.

Milliy doiradagi marketing tadqiqotlari bilan tashqi iqtisodiy faoliyat va xalqaro marketing tadqiqotlari o‘rtasida o‘xshashlik va bog‘liqliklar mavjud lekin ularning asosiy farqli tomoni tadqiqot omillariga tashqi omillarni ham hisobga olishning zarurligi bilan belgilanadi. Tadqiqotda nafaqat ichki xo‘jalik omillari balki boshqa mamlakatlarda shakillangan milliy xo‘jalik ta’sirlarini kompleks tadqiq qilish tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing tadqiqotlarning amalga oshirishning mazmunini tashkil qiladi. Asosiy masala tashqi iqtisodiy faoliyat marketing tadqiqotlarining axborot kommunikatsiya texnologiyalari tizimi ham milliy ham xalqaro salohiyatlar, imkoniyatlar, muammo va vazifalar bilan xarakterlanadi.

Marketing tadqiqotlarida birlamchi axborotlarni yig‘ishning savol-javob, kuzatuv va tajriba usullari muhim ahamiyatga ega. Savol-javob usulining ustun va zaif tomonlari 1.1.1-jadvalda keltirilgan.

Savol-javob usulining ustun va zaif tomonlari³

Og‘zaki savol-javob	
Ustunligi	Kamchiligi
<ul style="list-style-type: none"> - beriladigan savollar mavzuning chegaralanmaganligi; - taktik jihatidan barcha marketing vositalarining qo‘llanilishi; - savolga tortilayotganning nazorat ostida bo‘lishi; - sharoitdan kelib chiqqan holda savollarning ketma-ketligi. 	<ul style="list-style-type: none"> - intervyuga ketadigan harajatlarning yuqoriligi; - agar savolga javob beruvchi vaqtning kamligini sezsa o‘ylamasdan javob berishi; - ba’zi ishchilarni savol-javobga tortishning chegaralanganligi.
Telefon orqali savol-javob	
<ul style="list-style-type: none"> - qisqa muddatli savol-javob (blits savol-javob); - butun savol-javob jarayoniga ajratilgan vaqtni chegaralanganligi; - kam harajatliligi. 	<ul style="list-style-type: none"> - telefon uzeline yomon ishlab qolishi; - savollarni hajmi chegaralanganligi; - uchinchi tomonning ta’siri.
Yozma savol-javob	
<ul style="list-style-type: none"> - tashkiliy masalalarni yengilligi; - territoriya jihatdan chegaralanmaslik; - o‘ylamay beriladigan javoblarni yo‘q qilish imkoniyatini mavjudligi. 	<ul style="list-style-type: none"> - savol-javob paytida javob beruvchining butunlay nazorat ostida bo‘lmasligi; - ko‘p vaqt talab qilinishi; - uchinchi tomonning ta’siri; - o‘ylab chiqilgan “ratsional javoblar”.
Internet orqali	
<ul style="list-style-type: none"> - so‘rov auditoriyasining kattaligi; - avtomatlashtirilganligi; - kabinet izlanishi asosida dala tadqiqoti amaliyoti vazifasi chegarasiga o‘ta olish imkoniyati; - tadqiqot davomiyligining va izchilligining osonligi; - tadqiqot guruhining ixchamligi; - yashirin uzatish imkoniyatining yuqoriligi. 	<ul style="list-style-type: none"> - anonim javoblar nisbatining mavjudligi; - maqsadli auditoriyani butunlay nazorat ostida bo‘lmasligi.

Bozor sharoitida kuzatuv o‘tkazilayotgan vaqtda korxonalar (kuzatuv olib boruvchi) asosan o‘z diqqatlarini iste’molchilar, ularning mahsulotiga bo‘lgan

³ Karrieva Y.K., Nematov I.U., Egamberdiev Y.I., Abdulkimov G’A., Abdurahimov S.N. «Xalqaro marketing» fani (O‘quv qo‘llanma). - T.: TDIU, 2009 asosida muallif takomillashtirdi.

munosabatini, ularning fikrini aniqlashga, o'z raqobatchilarining bozordagi faoliyatiga, ularning mahsulotini o'rganishiga qaratadilar.

Tajriba usulini qo'llashning asosiy omillari bu kuzatuv natijasida shakllangan hamda bir-biriga zid bo'lgan munosabatlarni saralab olish hisoblanadi.

Savol-javoblar o'tkazish, anketa savollarini tuzish va ularni hayotga tadbiiq etish faqat iste'molchilarning ehtiyojlari aniqlangan holda olib borilishi maqsadga muvofiqdir.

Shunday qilib, marketing tadqiqotlari o'tkazish jarayonida korxonalar har-xil usullarni qo'llashlari uchun keng imkoniyatlar mavjud. Ammo ularni to'g'ri va maqsadli ravishda qo'llash uchun ham savol-javob, kuzatuv va tajriba usullari chuqur tahlil qilish, kerakli tomonlarini saralab olish, qaysi bir usul ko'proq samara berishini aniq bilish yana ham maqsadga muvofiq bo'ladi.

1.2. Tashqi iqtisodiy faoliyat marketing tadqiqotlari tizimida axborot ta'minoti

TIFda marketing tadqiqotlari tadqiqot ko'lamining milliy doira bilan chegaralanib qolmasdan xalqaro (ikki tomonlama va ko'p tomonlama) ko'lamda amalga oshirilishi, milliy va xalqaro tizimlar xususiyatlarini hisobga olgan holda yuz berishi bilan xarakterlanadi. Bunda axborot resurslarining harakati ham keng ko'lamda yuz beradi. Resurs biror narsaning zahirasini, manbaini anglatadi. Mamlakat milliy iqtisodining har qanday tarmog'i tahlil etilayotganida uning tabiiy, mehnat, moliyaviy, energetik resurslarini ajratib ko'rsatish mumkin. Bu tushuncha iqtisodiy kategoriya sanaladi. Moddiy resurslar jamiyat mahsulotlari ishlab chiqarish jarayonida foydalanish uchun mo'ljallangan mehnat va xom-ashyolari majmuidir. Shuni qayd etish lozimki, har qanday ko'lamdagi tashkilotning kerakli darajada ishlashi uchun faqat ushbu resurslarning o'zi etarli emas. Chunki ishlab chiqarish uchun moddiy, moliyaviy va mehnat resurslari bo'lishning o'zi kifoya qilinmaydi. Uni qanday ishlatishni bilish, bu sohadagi texnologiyalar haqida ko'plab axborotga ham ega bo'lish talab etiladi. Shu bois ham axborot, axborot resurslari hozirgi kunda alohida iqtisodiy kategoriya sifatida

qabul qilinmoqda. Bundan tashqari axborot – qolgan barcha resurslardan samarali foydalanish va ularning isrof qilmaslikka yordam beradigan yagona resurs sanaladi. Axborot resurlari – axborot tizimidagi(kutubxonalar, arxiv, jamgʻarmalar, maʼlumotlar banklari va hokazo) alohida hujjatlar va hujjatlarning butun bir majmuidir. Axborot resurslarini axborot tizimidagi barcha axborotlar hajmi, deb tushunish mumkin. Masalan, mamlakat uchun bu mamlakatning axborot resursi sanaladi, tashkilot doirasida esa – tashkilotning axborot resursi, deb yuritiladi. Boshqacha aytganda, axborot resurslari – moddiy tashuvchi vositalarda qayd etilgan va jamiyat foydalanishi uchun moʻljallangan barcha bilimlar demakdir. Axborot, axborot resurslari har doim mavjud boʻlgan, ammo ularga oʻz xususiyatiga koʻra, iqtisodiy kategoriya sifatida qaralmagan. Garchi kishilar boshqaruv sohasida axborotdan doimo foydalanib kelgan, boʻlsa ham. Jamiyat rivojlanib borishi va texnologiyalarning murakkablashishi natijasida, axborot hajmi shunchalik koʻpayib ketdiki, uni boshqaruv sohasida qayta ishlamaslikning iloji boʻlmay qoldi. Boshqaruv irarxiyasining paydo boʻlishi, tovar-pul munosabatlarining yuzaga kelishi, hisoblash mashinalarining yaratilishi boshqaruv uchun katta hajmdagi axborotlarni qayta ishlashda ushbu qiyinchiliklarni yengish imkonini berdi. Hozirda rivojlanish darajasi shu darajaga yetdiki, endilikda axborot hajmi va murakkabligi axborot sanoatini yaratishni talab qilmoqda. Axborotlar miqdori mamlakat milliy iqtisodi, tarmoq, tashkilotlar rivojlanishini belgilaydi. Axborot strategik resursga aylanib, axborot resurslari esa uning muhim turlaridan biri sanaladi. Ushbu resursdan foydalanish hajmi yaqin kelajakda davlatlarning strategik imkoniyatlarini, jumladan, mudofaa qobiliyatini belgilab beradi deyishga asos bor. Axborot mavjudligi mamlakatning rivojlanishi, tarmoqlar, tashkilotlar yuksalinishini belgilab beradi. Axborot strategik resurs, axborot resurslari esa ulardan eng muhimi boʻlib qoldi. Bu zahiraning umumiy foydalanadigan hajmi yaqin kelajakda davlatlarning strategik, shu jumladan mudofaa qobiliyatini belgilab beradi.

Tashkilotning axborot resurslarini shakllantirish manbalari. Har qanday tashkilot ayrim bir tashqi muhitda faoliyat koʻrsatadi. Ushbu tashkilot ichki

muhitni ham yuzaga keltiradi. Ichki muhit tashkilotning tuzilmaviy bo‘linmalari va u yerda ishlovchi xodimlar orqali ularning texnologik, ijtimoiy, iqtisodiy va boshqa munosabatlarida shakllanadi. Yuzaga kelish manbaiga bog‘liq holda tashkilot doirasidagi axborot resurslarini tashkil etuvchi ichki va tashqi axborotlar mavjud. Ichki muhit axboroti odatda aniq bo‘lib, xo‘jalikning moliyaviy holatini to‘liq aks ettiradi. Uni tahlil etish ko‘pincha standart formallashgan protseduralar yordamida amalga oshiriladi. Tashqi muhit – tashkilotdan tashqarida bo‘lgan iqtisodiy va siyosiy sub’ektlardir. Bu tashkilotning mijozlar, vositachilar, raqobatchilar, davlat organlari va xakozo bilan iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik, siyosiy va boshqa munosabatlarini o‘z ichiga oladi. Tashqi muhit haqidagi axborot ko‘pincha taxminiy, noaniq, noto‘liq, ziddiyatli, ehtimolli bo‘ladi. Bu holatda u nostandart qayta ishlash usullarini talab etadi. Tashkilot turli manbalardan quyidagi tashqi axborotni olishi mumkin:

1. Iqtisodiyotning ahvoli haqida umumiy axborot. Manbalar: axborot – taxlil materiallar, ixtisoslashgan gazetalar, jurnallar, Internet resurslari.
2. Ixtisoslashgan iqtisodiy axborot: moliyaviy bozor bo‘yicha.
3. Tovarlar narxlari bo‘yicha axborot. Manbalar: ixtisoslashgan jurnal va byulletenlar, kataloglar, Internet ma’lumotlar bazasi.
4. O‘ziga xos axborot. Turli manbalar, jumladan, Internet. Uni axtarishda izlab topish tizimlaridan foydalaniladi.
5. Davlat boshqarish organlaridan axborotlar(qonunlar, qarorlar, soliq organlari xabarlar va hokazo).

Har qanday resurslar kabi, axborot resurslarini ham boshqarish mumkin, lekin ularni miqdoriy va sifat jihatidan baholash metodologiyasi, ularga bo‘lgan ehtiyojni oldindan belgilash hali ishlab chiqilmagan, shunga qaramay tashkilot darajasida axborot ehtiyojlarini o‘rganish, axborot resurslarini rejalashtirish va boshqarish mumkin va zarur. Axborot resurslarini boshqarish deganda: har bir darajada va boshqarish funksiyasi doirasida axborotga bo‘lgan ehtiyojlarni baholash, tashkilotning hujjat aylanishini o‘rganish, uni optimallashtirish, hujjatlar turi va shakllarini standartlash, axborot va ma’lumotlarni to‘plash, ma’lumotlar turlari

nomunosibligini yengib o'tish, ma'lumotlarni boshqarish tizimini yaratish anglaniladi.

Jahon bozorida axborotni quyidagi asosiy sektorlarga bo'lish mumkin:

1. Ishbilarmonlik axboroti sektori (birja, moliyaviy, tijorat, iqtisodiy va statistik) quyidagilarni qamrab oladi: birjalar, birja va moliya axboroti maxsus xizmatlari, broker kompaniyalari beradigan qimmatbaho qog'ozlar, valyuta kurslari, hisob stavkalari va kotirovkalari, tovarlar va kapitallar bozorlari, investitsiyalar, narx-navolar haqidagi birja va moliyaviy axborot va hokazolar; iqtisodiy va statistik axborotni – davlat xizmatlarini, shuningdek shu sohadagi tadqiqotlar, ishlanmalar va konsalting bilan band kompaniyalar taqdim etadigan dinamik, bashorat modellari va baholar ko'rinishidagi raqamli iqtisodiy, demografik va ijtimoiy axborotlar; maxsus axborot xizmatlari beradigan iqtisodiyot va biznes sohasidagi yangiliklar; kompaniyalar, firmalar, korporatsiyalarning asosiy faoliyat yo'nalishlari va ishlab chiqargan mahsulotlari, narxlari, moliyaviy ahvoli, aloqalari, oldi-sotdi bitimlari va rahbarlari haqidagi tijorat axboroti.

2. Fan – texnika va maxsus axborot sektori. Fundamental va amaliy fanlarning barcha tarmoqlari, ta'lim, madaniyat va inson faoliyatining boshqa sohalaridagi bibliografik, referativ va ma'lumotnoma axborotini, kutubxona va ixtisoslashgan xizmat orqali boshlang'ich manbalarga bo'lishni, matnli ma'lumotlar, to'la jamli nusxalar, mikrofilmlar, kasb bo'yicha axborot va xo'jalik mutaxassislari uchun maxsus ma'lumotlar olish imkoniyatini ta'minlashni qamrab oladi.

3. Iste'molchilik axboroti sektori yangiliklar xizmati va matbuot axboroti, ma'lumotnoma adabiyotlar, qomuslar, ommaviy va qiziqarli axborotni qamrab oladiki, ulardan bo'sh vaqtda, uy sharoitida foydalaniladi. Bu sektor shuningdek, mahalliy yangiliklar, ob-havo, transport qatnovlari jadvali va hokazolarni ham o'z ichiga oladi.

TIF marketing tadqiqotlari o'zining xususiy marketing tadqiqotlari, soha va tarmoqlar, institutsional, milliy, mintaqaviy, xalqaro yoki global tadqiqot ob'ekti

xususiyatlari bilan kompleks bog‘liqligini inobatga olgan marketing tadqiqotlaridir. Marketing tadqiqotining asosini axborotlar tashkil qilishini hisobga olsak MTiga maqsadli axborotlar ustida ishlash, izlanishlar bo‘yicha ilmiy, uslubiy va amaliy jarayonlardir deb ta’rif berishimiz mumkin.

Bozor iqtisodiyoti jarayonida axborotlar tovar hisoblanadi. Axborotlar oldi-sotdi ob’ektiga aylanadi, ya’ni u sotiladi va sotib olinadi. Bu munosabatlar bevosita va bilvosita yuz beradi. U ayirboshlash va iste’mol qiymatiga ega. Axborotning qiymati uning yaratilishi va iste’mol jarayonida shakillanadigan tannarxi, bahosi va narxi mavjud. Uning narxi albatta uning qiymati bilan bog‘liqdir. Demak yaxshi, ishonchli asosli axborotlar qimmat bo‘ladi. Axborotlar tovar sifatida qiymatga ega ekan, demak ular boylik manbayi, vositasi va mulk vazifasini bajaradi. Axborotlarga mulk sifatida egalik qilish, foydalanish, o‘zlashtirish va tasarruf etish munosabatlarining ob’ekti va predmetidir.

Biz tadqiq qilayotgan axborotlar esa maqsadli axborotlardir, ya’ni ular biron bir aniq maqsadga yo‘naltirilgan yoki biron maqsadga xizmat qiladigan. Tadqiqotimiz jarayonida biz TIF marketinggi va TIF marketing tadqiqotlari uchun ahamiyatli bo‘lgan axborotlarni hamda axborot jarayonidagi kommunikatsion, texnologik hodisalarni tadqiq qilamiz.

TIFda tovar bozorlarini har tomonlama tadqiq qilish bo‘yicha xalqaro tashkilotlarning asosiy maqsadlari quyidagilar:

- xalqaro savdo, shuningdek, konkret tovarning ishlab chiqarilishi va iste’moli bilan bog‘liq muammolarning qo‘yilishi va tahlil;

- mazkur tovar bozorining jahon kon’yunkturasini o‘rganish, bozordagi ahvol haqida uning qatnashchilarini muntazam xabardor qilib turish;

- tovar bozoriga tegishli statistika ma’lumotlarini to‘plash, chop etish va bozorning iqtisodiy tahlilini tayyorlash;

- mazkur tovar bilan savdo qilish muammolari bo‘yicha ko‘p tomonlama maslahatlar berilishini tashkil qilish;

- xom ashyoni ishlab chiqaruvchi mamlakatlarda ishlab chiqarishni kengaytirish va eksport imkoniyatlarini mustahkamlash bo‘yicha chora-tadbirlarni

ishlab chiqish, ularga mos keladigan infrastrukturani rivojlantirish, xom ashyoni qayta ishlash va taqsimlanishida ishlab chiqaruvchi mamlakatlarning qatnashishining kengayishiga ko‘maklashish, atrof-muhitni muhofazalashni yaxshilash, aniq xom ashyo tovarining iqtisodiyotini rivojlantirish loyihalarining tahlilini amalga oshirish hisoblanadi.

1.3 Tashqi iqtisodiy faoliyat marketing tadqiqotlaridan samarali foydalanishda axborot kommunikatsiya tizimining o‘rni

Bugungi kunda ilg‘or AKT yangi avlodlarini kashf qilinishi dunyoning barcha aholisi uchun kattadan-katta imkoniyatlarni yaratib bermoqda. Jumladan, aloqa sohasiga kirib kelayotgan yangi texnologiyalar respublikamiz uchun ham katta imkoniyatlarni taqdim etmoqda. Shuning uchun ham hozirda telekommunikatsiya xizmatlariga bo‘lgan talab kun sayin ortib bormoqda. Ushbu talablarni qondirish, umuman, sohani rivojlantirish uchun hozirda xorijiy hamda milliy investitsiyalar jalb qilinmoqda. Shu bois ham sohada samarali loyihalarni tanlab olish muhim masaladir. Eng samarali loyihalarni tanlab olishning birinchi navbatdagi vazifasi esa telekommunikatsiyalarga bo‘lgan talabni aniqlash uchun olib boriladigan marketing tadqiqodlari hisoblanadi. O‘z navbatida, marketing tadqiqotlari ham ma’lum bir maqsadga yo‘naltiriladi. Ya’ni ular:

1. Xizmatlarga bo‘lgan talablarni aniqlash;
2. Ularning joylashuvi (dislokatsiya) ni aniqlash;
3. Talablarni qondiradigan axborot texnologiyalarining turlarini belgilash;
4. Iqtisodiy natijalarni tahlil qilishdan iborat.

Jamiyatni axborotlashtirish deganda inson faoliyatining barcha ijtimoiy ahamiyatga ega bo‘lgan sohalarda boyitilgan bilimlar, ishonchli axborotlar bilan to‘liq va o‘z vaqtida foydalanishni ta’minlashga qaratilgan kompleks chora-tadbirlarni joylarda tadbiq etish tushuniladi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari – axborotlarni yig‘ish va uzatish, to‘plash, qayta ishlash, saqlash, taqdim etish va foydalanish uslublari, usullari tizimiga aytiladi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini texnik nuqtai nazardan yig‘uvchi, qayta

ishlovchi, axborotni taqsimlovchi, tashkilotni boshqarishda qabul qilinadigan qarorlarni qo‘llab-quvvatlash uchun tashkil qilingan, o‘zaro bog‘langan komponentlar to‘plami deyish mumkin.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining ishlatilishi, qo‘llanishi va bajaradigan vazifalariga ko‘ra turli klassifikatsiyalarga bo‘lish mumkin.

1.3.1-jadval

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining klassifikatsiyasi

No	AKTni saralash belgilari	AKT turlari
1.	AKT qo‘llanilishiga qarab	An’anaviy
		Yangi axborot texnologiyalari
2.	Boshqaruv masalalarini qamrov darajasiga qarab	Ma’lumotlarni elektron qayta ishlash
		Boshqaruv funksiyalarini avtomatlashtirish
		Qaror qabul qilishni qo‘llash
		Elektron ofis
		Ekspert qo‘llash
3.	Texnologik operatsiyalarning qo‘llanilish sinfiga qarab	Matnli redaktor bilan ishlash
		Jadvalli protsessor bilan ishlash
		Ma’lumotlar bazasi bilan ishlash
		Grafik ob’ektlar bilan ishlash
		Multimedia tizimlari
		Gipermatn tizimlari
4.	Foydalanuvchi interfeysiga qarab	Paketli
		Dialogli
		Tarmoqli
5.	Tarmoq tuzilishiga qarab	Lokal
		Ko‘p darajali
		Taqsimlangan
6.	Xizmat ko‘rsatish sohalariga qarab	Buxgalter hisobi
		Bank ishi
		Soliq ishi
		Sug‘urta ishi

Manba: Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Respublikamiz milliy iqtisodiyoti tarmoq va sohalariga axborot-kommunikatsiya tizimlarini joriy etish borasida amaliy ishlar O‘zbekiston Respublikasining «Axborotlashtirish to‘g‘risida»gi Qonuni, «Kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni va «Kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining Qarorlari asosida olib borilmoqda.

1.3.2-jadval

O‘zbekistonda axborotlashtirish sohasidagi asosiy

Qonunlar.⁴

№	Qonun nomi
1.	Axborot-kutubxona faoliyati to‘g‘risida (2011 y.)
2.	Elektron to‘lovlar to‘g‘risida (2005 y.)
3.	Elektron tijorat to‘g‘risida (2004 y.)
4.	Elektron hujjat aylanishi to‘g‘risida (2004 y.)
5.	Axborotlashtirish to‘g‘risida (2003 y.)
6.	Elektron raqamli imzo to‘g‘risida (2003 y.)
7.	Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida (2002 y.)
8.	Telekommunikatsiyalar to‘g‘risida (1999 y.)
9.	Elektron hisoblash mashinalari uchun yaratilgan dasturlar va ma’lumotlar bazalarining huquqiy himoyasi to‘g‘risida (1994 y.)

Telekommunikatsiya sohasining investitsion jozibadorligini baholash uchun unga bo‘layotgan e’tibor, birinchi navbatda ushbu sohaga oid O‘zbekiston Respublikasi Qonunlari, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni va Qarorlari, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining Qarorlarini keltirish lozim.

⁴ www.lex.uz sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

**Axborot kommunikatsiya tizimlarini rivojlantirish
bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmon va Qarorlari.⁵**

№	Farmon va Qarorlar nomi
1.	Mamlakatimizning dasturiy ta'minot vositalari ishlab chiquvchilarini rag'batlantirishni yanada kuchaytirish chora-tadbirlari to'g'risidagi PQ-2042, 20.09.2013
2.	O'zbekiston Respublikasi Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi PQ-1989, 27.06.2013 (2013 y.)
3.	Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasida kadrlar tayyorlash tizimini yanada takomillashtirish chora tadbirlari to'g'risidagi PQ-1942, 26.03.2013
4.	O'zbekiston Respublikasi aloqa, axborotlashtirish va telekommunikatsiya texnologiyalari davlat qo'mitasini tashkil etish to'g'risida. PF-4475,16.10.2012
5.	Zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada joriy etish va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida. PQ-1730-son (21.03.2012 y.)
6.	O'zbekiston Respublikasida axborotni kriptografik muhofaza qilishni tashkil etish chora-tadbirlari to'g'risida (2007 y.)
7.	Respublika aholisini axborot-kutubxona bilan ta'minlashni tashkil etish to'g'risida 2006 y.
8.	O'zbekiston Respublikasining jamoat ta'lim axborot tarmog'ini tashkil etish to'g'risida (2005 y.)
9.	Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida (2005 y.)
10.	Axborot texnologiyalari sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish to'g'risida (2005 y.)
11.	Kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish to'g'risida (2002 y.)

Bugungi kunda mamlakatimizda aloqa va axborot kommunikatsiya tizimi sohasini innovatsion yo'nalish bo'yicha istiqbolli rivojlantirish quyidagi yo'nalishlarda amalga oshmoqda:

-Telekommunikatsiyalar infratuzilmasi;

⁵ www.lex.uz sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

- Statsionar va uyali aloqa;
- Uyali aloqa bozori;
- Internet tarmog‘i;
- Axborot va ma’lumotlardan foydalanish. UZ domen zonasi;
- Axborot resurslari;
- Salohiyat yaratish milliy siyosati;
- Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasida savodxonlik;
- Xalqaro va regional hamkorlik;
- Axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishda ishonch va havfsizlikni mustahkamlash;
- Huquqiy-me’yoriy bazaning rivojlanishi;
- Elektron hukumat, AKT dan davlat boshqaruvida foydalanish;
- Interaktiv davlat xizmatlarini ko‘rsatish;
- Davlat axborot resurslari va tizimlari;
- Elektron tijorat;
- Elektron ta’lim;
- Elektron sog‘liqni saqlash;
- Elektron bandlik;
- Elektron atrof muhitni muhofaza qilish;
- Ommaviy axborot vositalari;
- Xalqaro va regional hamkorlik va boshqalar.

Axborot kommunikatsiya tizimlari ilmiy texnika taraqqiyotining natijasi bo‘lishi bilan birga uning jadallashuvi omiliga ham aylandi. Innovatsion jarayonlar axborot kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish bilan chambarchas bog‘lanib ketmoqda, chunki faoliyat ko‘pchilik sohalari rivojlanish imkoniyatlari va alohida kompaniyalarning va milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligiga jiddiy ta’sir etmoqda.

Milliy iqtisodiyotda va TIFda marketing tadqiqotlaridan samarali foydalanishda axborot asosiy ahamiyatga ega, chunki har qanday marketing faoliyati tovarlar ishlab chiqarish bozorida vujudga kelgan aniq vaziyatni bilishga,

ko‘lamini belgilashga asoslanadi. Ma’lumotlar yig‘ish tadbirlarning bajarilishi marketing faoliyatining ob’ekti haqidagi dastlabki bilimlarni talab qiladi, amalga oshirish jarayonining o‘zi esa joriy ta’sirlarga tuzatishlar kiritish va bo‘lgisi marketing dasturlarini ishlab chiqish maqsadlarida ob’ekt bilan teskari aloqani o‘rnatish uchun zarur bo‘lgan yangi ma’lumotlarni yaratadi.

Zarur marketing axborotlarining yo‘qligi, noaniq va muhim bo‘lmagan ma’lumotlardan foydalanish jiddiy iqtisodiy xatolarning sababi bo‘lishi mumkin. Marketing axborotlaridan foydalanishdan maqsad boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayonlarida noaniqliklar darajasini kamaytirishdan iboratdir. Bu esa o‘z o‘rnida turli-tuman axborotlarning katta hajmini yig‘ish, saqlash, uzatish va ishlab chiqishni talab qiladi. Shuning uchun ham marketing faoliyatiga ob’ektiv mavjud bo‘lgan va doimo faoliyat yurituvchi axborot jarayonlarining bir qismi sifatida qarash kerak. Axborotlarga asoslanib va yangi axborot ehtiyojlarini yaratib, zamonaviy marketing axborot kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanmasdan, rivojlangan axborot bazasi va kommunikatsiya tizimlarini yaratmasdan samarali marketing faoliyatini yuritish mumkin emas.

I bob bo‘yicha xulosalar

Bugungi kunga kelib, TIFda korxonalar marketing tadqiqotlarini joriy qilishdan ko‘zlangan asosiy maqsad biznes ko‘lamini kengaytirish, masshtab samarasiga ega bo‘lish, biznes boshqaruvini zamonaviy shaklga keltirishga, iste’molchilarning xulq-atvori, didi, raqobatchilar va bozor kon’yunkturasini o‘rganishga qaratilgan amaliy izlanishlarning asosiy yo‘nalishlaridan biridir.

TIF marketing tadqiqotlarining asosiy 2 ta yirik yo‘nalishlar bo‘yicha olib boriladi:

1. Tashqi bozor konyukturasini tadqiq etish.
2. Tijorat faoliyatini tadqiq etish.

MTining yo‘nalishini belgilab beradigan asosiy omil bu tadqiqot maqsadidir. Maqsad tadqiqotning yo‘nalishini vositalarini, usul va shakillarini, strategiyalarini, byudjetini, kanallarini, harakat chastotasini, tadqiqot ob’ekti, sub’ekti, predmeti, deapozonini shakillantiradi. Bu narsa MT kompleksini tarkib topishidir.

Milliy doiradagi MT bilan TIF va xalqaro MT o'rtasida o'xshashlik va bog'liqliklar mavjud lekin ularning asosiy farqli tomoni tadqiqot omillariga tashqi omillarni ham hisobga olishning zarurligi bilan belgilanadi. Tadqiqotda nafaqat ichki xo'jalik omillari balki boshqa mamlakatlarda shakllangan milliy xo'jalik ta'sirlarini kompleks tadqiq qilish TIFda MTing amalga oshirishning mazmunini tashkil qiladi. Asosiy masala TIF MTlarining AKTlar tizimi ham milliy ham xalqaro salohiyatlar, imkoniyatlar, muammo va vazifalar bilan xarakterlanadi.

Axborot kommunikatsiya sohasini rivojlantirish O'zbekiston uchun ustuvor yo'nalishlardan biri hisoblanadi. Hozirgi vaqtda nafaqat respublikamizda, balki butun jahonda eng jadal rivojlanayotgan sohalardan biri ham axborot kommunikatsiya texnologiyalaridir.

Axborot kommunikatsiyalar har bir yangilikni favqullodda o'ziga tez qabul qiladi. Texnik taraqqiyotning deyarli barcha yutuqlari axborot texnikasi va texnologiyalarida darhol moddiylashadi. Shunday qilib, ilmiy ko'lamdor, xususan, elektron asbob-uskunalar, kosmik vositalar va texnikaning boshqa shakllariga talab rag'batlantirilmoqda.

Ishlab chiqarish uchun moddiy, moliyaviy va mehnat resurslari bo'lishning o'zi kifoya qilinmaydi. Uni qanday ishlatishni bilish, bu sohadagi texnologiyalar haqida ko'plab axborotga ham ega bo'lish talab etiladi. Shu bois ham axborot, axborot resurslari hozirgi kunda alohida iqtisodiy kategoriya sifatida qabul qilinmoqda. Agar, axborot resurslari oqilona tashkil etilsa va o'rinli foydalanilsa, u mehnat, moddiy va energetik resurslar ekvivalenti sifatida ishtirok etishi mumkin. Bundan tashqari axborot – qolgan barcha resurslardan samarali foydalanish va ularning isrof qilmaslikka yordam beradigan yagona resurs sanaladi.

II BOB. “O‘ZBEKTELEKOM” AK RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI MARKETING FAOLIYATI TAHLILI

2.1. Tashqi iqtisodiy faoliyat marketing tadqiqotlarida axborot kommunikatsiya texnologiyalardan samarali foydalanish yo‘llari jahon tajribasi

O‘zbekiston Respublikasi axborotlashtirilgan iqtisodiy hamjamiyati global integratsiya yo‘liga endigina qadam bosmoqda. Axborot kommunikatsiya bozori zamonaviy jahon tizimining xizmatlar sohasida muhim voqeaga, sivilizatsiyaning kelgusi rivojlanishini belgilovchi eng ta‘sir etuvchi kuchlardan biriga aylanmoqda. Iqtisodiyotdan tashqari, u jamiyat hayotining muhim sohalarga: siyosatga, ijtimoiy sohaga, madaniyatga, ekologiyaga, xavfsizlikka va boshqalarga ta‘sir ko‘rsatmoqda. Axborot kommunikatsiya sohasini rivojlantirish O‘zbekiston uchun ustuvor yo‘nalishlardan biri hisoblanadi. AKT sohasini rivojlantirish “O‘zbektelekom” AK 2011-2015 yillar mobaynida rivojlantirish istiqbollari muvofiq amalga oshirildi.

Axborot kommunikatsiyaning rivoji – oddiy aloqadan tortib, to hamkorlikda ish olib borish instrumentlarigacha – sifat jihatdan yangi pog‘onaga ko‘tariladi. Elektron pochta, mobil telefonlar va Internet kishilarning o‘zaro muloqotini ancha tezlashtirdi va osonlashtirdi. Bu aloqa vositalarining hammasi bugungi kunda hayotimizga katta ta‘sir ko‘rsatmoqda. Biroq hozirda biz telekommunikatsiyalar bozori rivojlanishining yangi bo‘lag‘asida turibmiz. Ilg‘or texnologiyalar multimediali axborot almashinuvini tashkil etish imkonini beradi hamda yuqori sifatli va haqqoniy muloqotni ta‘minlaydi. Shaxsiy va biznes-kontaktlar uchun video-konferentsiyalar va Web-konferentsiyalardan foydalanish bevosita va to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqani ta‘minlaydi, ularni o‘zaro munosabatlarini yo‘lga qo‘yish uchun qudratli vositaga aylantiradi. Yangi standartlarning ishlab chiqilishi va texnologiyalar konvergentsiyasi ko‘plab hamkorlikdagi texnologiyalardan foydalanish imkonini beradi.

Axborot kommunikatsiyalaridan foydalanish imkoniyatlari alohida shaxslarga, umuman jamiyatga va iqtisodiyotga kishilar bu texnologiyalarni qoʻllay olsalargina foyda keltirishi mumkin. Koʻpchilik buni hozircha muammo deb bilmaydi, biroq shu vaqtning oʻzida Yevropa Ittifoqi aholisining uchdan bir qismidan koʻprogʻi kompyuterda ishlash tajribasiga ega emas. Texnik bilimlarni egallash avvalam bor Yevropada intellektual iqtisodiyot yaratish uchun zarurdir, hayot darajasini oshirish haqida gapirmasa ham boʻladi. Kompyuter sohasida bazaviy bilimlarga Yevropa Ittifoqi mamlakatlarining 25% aholisi ega edi xolos. Aholining 37% kompyuterda ishlash tajribasiga umuman ega emas edi. Aholining 22% bu borada oʻzlarini yetarli tajribaga ega hisoblar edilar.

“Kelajak uchun taʼlim” dasturi axborot texnologiyalarining taʼlim jarayoniga samarali integratsiyasiga yordam beradi. Bu dastur 2000 yilda qabul qilingan edi, hozirgi paytga qadar uning doirasida 30dan ortiq mamlakatdan 1,5 milliondan ortiq oʻqituvchilar taʼlim oldilar. Dasturga Yevropa, Yaqin Sharq va Afrikaning 19 mamlakati jalb qilingan.

Axborot kommunikatsiya texnologiyalari bozorining rivojlanish tendentsiyalaridan biri bu ularning intellektuallashuvidir. Intellektual axborot texnologiyalarining noyob xususiyati shundaki, loyihalash, diagnostika, nutq sintezi, Internetda axborot qidiruvi, virtual korxonalar qurish, elektron savdo va boshqa shu kabi sohalarda ularning qoʻllanishi deyarli cheklanmagan. Intellektual axborot texnologiyalarining taʼlim sohasiga joriy etilishi masofaviy taʼlim jarayonini har bir taʼlim oluvchining talablari va qobiliyatiga muvofiq moslashtirish imkonini beradi. Global axborot tarmoqlari va intellektual axborot texnologiyalari kompaniyalar va xatto aqliy mehnat haqidagi tasavvurlarni oʻzgartirib yuboradi: kishilar oʻz uylarida ishlay oladilar va zarurat tugʻilganda bir-birlari bilan tarmoqlar orqali muloqot qilish imkoniga ega boʻladilar. Intellektual axborot texnologiyalarining AKT bazasida jadal rivojlanishini belgilab beradigan boshqa yana bir sabab kommunikatsiya tizimlari va ular asosida yechilayotgan masalalarning murakkablashuvi bilan bogʻliq.

Bularning barchasi axborot kommunikatsiya bozorini rivojlantirish barobarida iqtisodiyotning mazkur bozorning ehtimol tutilgan qatnashchilari hisoblanuvchi boshqa sohalarini ham rivojlantirish zarurligidan dalolat beradi. Aks holda, axborot kommunikatsiya bozorning haddan tashqari ildamlab ketishi axborot kommunikatsiya xizmatlariga bo'lgan talabning taklifga nisbatan orqada qolishiga, mazkur xizmatlarni taklif qiluvchilar va iste'molchilarining iqtisodiy imkoniyatlarida tafovut paydo bo'lishiga, ular orasida debitorlik va kreditorlik qarzlari miqdori asossiz oshib ketishiga olib keladi.

Rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, bularning barchasi o'z navbatida sohaning o'zini yanada jadalroq rivojlantirishni taqozo etadi. Bugungi kunda Rossiyaning 1% iqtisodiy o'sishini ta'minlash uchun telekommunikatsiya sanoatining 3% o'sishiga erishish zarur bo'ladi.⁶ Bu esa axborot kommunikatsiya tarmoqlari nafaqat jamiyat taraqqiyotini va mamlakat xavfsizligini ta'minlashning, balki mamlakat iqtisodiyoti barqaror o'sib borishining muhim omili bo'lib qolishining asosiy shartlaridan biridir.⁷

Yuqoridagilarni hisobga olgan holda, O'zbekistonda raqobat sharoitlarida faoliyat ko'rsatuvchi axborot kommunikatsiya bozorini jadal shakllantirish hamda axborotni ishlash va uzatish sohalarini shunday ajratish vazifasi paydo bo'ladiki, toki bunda vertikal integratsiya kommunikatsiyalarning kritik tizimi doirasidan tashqarida monopoliya muammolarini vujudga keltirmasin. Bu vazifalarni hal etish sohada jadal xususiylashtirishni amalga oshirishni, uni erkinlashtirishni va sohada erkin raqobatni rivojlantirishni taqozo etadi.

Axborot kommunikatsiyalar – shartli ravishda aytganda, “ikkinchi darajali” iqtisodiyot hisoblanadi. Ularning o'ziga xosligi axborot kommunikatsiya xizmatidan foydalanayotgan boshqa sohalar samaradorligini oshirish salohiyatiga ega ekanligi bilan belgilanadi. Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida va rivojlanayotgan dunyoda axborot kommunikatsiyasidan foydalanish samarasi 1,5 koeffitsiyent

⁶ Рейман Л.Д. и др. Инфокоммуникации в деловом мире. – М.: «Фиорд-инфо», 2001г.

⁷ Мильчакова Н. Телекоммуникации в России: Структурные реформы и проблемы повышения рыночной стоимости акций. Ж. «Вопросы экономики» № 7, 2001 г.

bilan baholanadi.⁸ Boshqacha aytganda, sohaga kiritilgan bir dollar investitsiya ijtimoiy mahsulotning 1,5 dollarga qo‘shimcha o‘shishini ta‘minlaydi. AQShda bu ko‘rsatkich bundan ham yuqori – 2 dan 6 dollargacha baholanadi.

G‘arbiy ekspertlarning milliy mahsulot o‘shishiga tuzatishlar kiritib boruvchi bu hisob-kitoblari quyidagi natijalarni berdi: axborot kommunikatsiyalari AQShda milliy daromadning 10 foizidan ortig‘ini va qolgan dunyoda bu ko‘rsatkich 1,5-3%ni tashkil qiladi. Axborot kommunikatsiyalarning asosiy makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar bo‘yicha ulushi doimiy suratda o‘shib bormoqda. Masalan, 1995 – 2001 yillar mobaynida axborot kommunikatsiyalar ulushi AQSh, GFR, Frantsiya va Yaponiyaning YaMM (GNP) da tegishli ravishda 5,7,9 va 15,4 martaga o‘sdi va ushbu davr oxirida AQShda – 4,5; GFR va Frantsiyada – 3; Yaponiyada – 2,5% ni tashkil etdi.

Yaponiya va Buyuk Britaniyada sohani davlat tomonidan tartibga solishning kamayganligi xizmat ko‘rsatish firmalari tomonidan ham, elektr aloqa asbob-uskunalarini ishlab chiqaruvchilar tomonidan ham tarmoq ishlab chiqarishining katta miqdorda qisqarganligi bilan bog‘liq. Masalan, 1980 yilda xizmat ko‘rsatish sifatining yomonligi sababli Yapon NNTsining bir necha hududiy direktsiyalari yangi jihozlar (asbob-uskunalar) sotib olish uchun katta mablag‘ sarf qilishdi, buning uchun hukumat tomonidan asosli tanqidga uchradilar, 1982 yilda Yaponiyada xususiy tadbirkorlarga barcha turdagi xizmat sohasida bozorga chiqishga ruhsat etildi. 1984 yilda mamlakat Parlamenti elektraloqa haqidagi yangi qonunni tasdiqladi va NTT 1985 yilda amalga oshgan xususiylashtirish to‘g‘risidagi qonunni taklifi qabul qilindi.

Buyuk Britaniyada 1981-1984 yillarda “British Telecom”ni aksionerlik (hissadorlik) jamiyatiga aylantirish uchun tayyorladilar. 1984 yilda aksiyalarning yarmi xususiy qo‘llarga sotildi. Raqobat va xususiylashtirishning birgalikda qo‘shilishi jahonga ajoyib natijalarni namoyish qildi. Xususan, sohani milliylashtirishdagi barcha kamchiliklar: xodimlarning ortiqchaligi, samarasizlik va mijozlar ehtiyojiga bo‘lgan qiziqishning yo‘qligi va xokazolar bartaraf etildi.

⁸ www.info@uztelecom.uz

Angliyalik hamkasblaridan o‘rnak olish uchun Germaniya aloqa ma‘muriyatiga yetti yil kerak bo‘ldi. 1996 yil 17 noyabrda dunyo giganti bo‘lgan Deutsche Telecom aksiyalari (qimmatli qog‘ozlari) Frankfurt-na-Mayne fond birjalariga, ertasi kun esa Nyu-York va Tokio birjalariga taqdim etildi. Ular hozirda barcha nemis regional (mintaqaviy) birjalarida, shuningdek, Toronto va Kvabeka birjalarida mavjud va Singapur hamda Gonkong birjalarida kutilmoqda. Kompaniya umumiy qiymati 10 mlrd. markaga yaqin bo‘lgan (nominal qiymati 5 marka) 623 mln aksiyani taklif etmoqda. Germaniya telekommunikatsiya xizmatlari bozorida asosiy operator “DeutscheTelekom” AG nemis telekommunikatsiya korxonasi bo‘lib, u Yevropadagi eng yirik operator hisoblanib, dunyoda miqyosida uchinchi o‘rinni egallaydi. Kompaniya aksiyalarning 15 % Germaniya hukumatiga, 17 % davlat taraqqiyot bankiga va 68 % erkin aylanishda bo‘ladi. Kompaniya 50 ta mamlakatda filiallarga ega bo‘lib, telekommunikatsiya xizmatlarini mijozlarga taqdim etish natijasida 2014 yilda 58,162 mln. yevro umumiy daromadga ega bo‘lgan. Umumiy sarf xarajatlar esa 23,913 mln. yevro, sof foyda esa 1,516 mln. yevroni tashkil etgan. “DeutscheTelekom” mobil aloqa foydalanuvchilari 140 mln.ga yaqin, keng polosali tarmoq foydalanuvchilari esa 17 mln., IP-TVxizmati foydalanuvchilari esa 5,8 mln. abonentdan iborat.

2.1.1-jadval

Xorijiy mamlakatlarda axborot kommunikatsiya sohalarini xususiylantirishning qiyosiy ko‘rsatkichi

Mamlakatlar	Xususiylashtirish ob’ekti	Topshirilgan mablag‘ hajmi (mln. AQSH doll)	I Z O X
Belgiya	“Belgacom”	2400	Amritech (40%), TeleDanmark (33%), Singapore Telecom (27%) dan konsorsium Belgacom 49% sotib oldi.

Buyuk Britaniya	“British Telecom”	22931	Xususiylashtirish uch transh bo‘yicha o‘tkazilgan: 1984 y. – 51% uchun 5,2 mlrd. AQSH doll. 1991 y. – 27% - 9821 mln.doll. va 1993 y. – 22% - 7910 mln.AQSH doll. Hukumat «oltin aksiya»ni saqlab turibdi.
Vengriya	MATAV	1727	“Maguarcom” (Ameritech/Deutsche Telecom) 30.2% - 875 mln. AQSH doll.ga va 37% - 852 mln.AQSH dollariga sotildi.
Latviya	“Lattelecom”	160	TILTS Commucations A/S xususiylashtirilib sotilishi: Cable & Wiveless (63%), Telecom Finland (27%), va IFC (Jahon Banki) (10%)
Janubiy Koreya	“Korea Telecom”	2364	1993 yil aprelda ochiq (xalq oldida) sotish yo‘li bilan 10% aksiya 898 mln. AQSH dollariga tarqatilgan edi. 10% aksiya 1994 yilda ikkita ochiq tenderda 5% dan tegishli ravishda 622 mln. va 844 mln. hamda 1996 yilda 8,8% - 1,15 mlrd. AQSH dollariga sotilgan.

Manba:: A. N. Aripov, T. K. Iminov. O‘zbekiston axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasi menejmenti masalalari. T.: «Fan va texnologiya» nashriyoti, 2005 yil, 300 b.

2.1.1-jadvalda rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda, shuningdek, iqtisodiyoti o‘tish davrida bo‘lgan davlatlarda xorijiy investorlar ishtirokidagi axborot kommunikatsiyalar sohalarini xususiylashtirishga yondoshuvning qiyosiy tahlili keltirilgan.

Axborot kommunikatsiya kompaniyalarini xususiylashtirishning chet el tajribasi bo‘yicha o‘tkazilgan tahlil iqtisodiyoti o‘tish davrida bo‘lgan mamlakatlarni hisobga olishlari zarur bo‘lgan bir qator jiddiy xulosalar chiqarishimizga imkon beradi, ya‘ni:

- xususiylashtirish modelini tanlash sohasini isloh qilish qayta o‘zgartirish chog‘ida davlat ko‘zlagan pirovard maqsadga yoki byudjetni to‘ldirishga yohud uning rivoji uchun strategik investorlarni jalb qilishga bog‘liq;

- xususiylashtirish qayta tashkil qilish va qayta tuzishdan keyin ham, isloh (qayta o‘zgartirish) jarayoni boshlanishi bilan ham amalga oshirilishi mumkin;

- xususiylashtirish jarayonida xorijiy investorlarni jalb qilish joriy muammolardan kelib chiqib rejalashtirilmagan holda emas, balki maqsadga qaratilgan, chuqur ishlab chiqilgan (sinchiklab o'rganib chiqilgan) dastur asosida amalga oshirilishi lozim;

- strategik investorga taklif etilayotgan aksiya paketining qiymati faqat ob'ektning joriy holatini hisobga olish hamda uning rivojlanishi uchun mablag' qo'yilmalaridagi talab asosiga tayanishi lozim;

- sohani (tarmoqni) xususiylashtirish chog'ida mamlakatning kichik va xususiy investorlari muhim o'rin tutishi mumkin;

- raqobat muhitini yaratish ta'riflarning oshishiga emas, pasayishiga va xizmat sifatini yaxshilashga olib keladi;

- xorijiy tajriba ko'rsatganidek, agar davlat siyosati yetarli darajada moslanuvchan bo'lsa, uning faoliyati esa qulay investitsiya muhitini ta'minlash bo'yicha samarali bo'lsa, xususiylashtirish va nomarkazlashtirish samara berishi mumkin.

Xitoy AKT bozorida "China Telecom Corporation Limited" ("ChinaTelecom" Group filiallari bilan birgalikda) o'z faoliyatini yuritib, dunyodagi eng yirik telekommunikatsiya operatorlaridan biri sifatida mahalliy aloqa, CDMA orqali mobil aloqa va keng polosali Internet xizmatlarini yetkazib beruvchi kompaniya hisoblanadi. Telekommunikatsiya xizmatlarini taqdim etish natijasida 2015 yil mahalliy telefon tarmoqlarining o'rnatilgan sig'imi umumiy hisobda kompaniya bo'yicha 163 million, keng polosali tarmoq foydalanuvchilari soni 90 million va mobil aloqa xizmati abonentlari soni 161 millionni tashkil etgan. Kompaniya telekommunikatsiya va boshqa turdagi xizmatlarni mijozlarga taqdim etish natijasida 2014 yilda 283,176 mln. xitoy yuaniga teng umumiy daromadga ega bo'ldi. Umumiy sarf xarajatlar esa 261,887 mln. Xitoy yuani, sof foyda esa 14,949 mln. Xitoy yuanini tashkil etdi.

"Ростелеком" АК - Rossiya telekommunikatsiya milliy operatori bo'lib, mamlakat buylab sohaning xdmma segmenta bo'yicha xizmatlar ko'rsatadi. "Ростелеком" АК ning asosiy aksioneri davlat hisoblanib, "СВЯЗЬИНВЕСТ" АК

“Росимущество” va “Внешэкономбанк” orqali 55 % oddiy aksiyalarga egalik qiladi. “Ростелеком” АК Rossiya bozorida keng polosali tarmoq orqali Internet va televideniya xizmatlarini taqdim etish bo‘yicha yuqori o‘rin egallaydi: masalan, keng polosali tarmoq orqali internet abonentlari soni 9,2 mln.dan ortiq “Ростелеком”dan pulli TV xizmati abonentlari soni esa 6,6 mln.dan ortiq ulardan 1,4 mln. federal turdagi “Интерактивное ТВ” xizmati abonentlaridir. “Ростелеком” АК moliyaviy va iqtisodiy ko‘rsatkichlarni ko‘rib chiqadigan bo‘lsak, 2014 yilda 321,251 mln. rubl daromad olgan. 2013 yilga nisbatan daromad darajasi 6,2 % ga oshgan. 2014 yilda xarajatlarning umumiy hajmi 267,426 mln. rublni tashkil qilgan.

Yuqoridagi ma‘lumotlardan kelib chiqqan holda, har bir korxonaga bo‘yicha quyidagi tahlil natijalarini keltirish mumkin.

“DeutscheTelekom” eng yuqori ko‘rsatkichlarga ega bo‘lib, uning bunday natijalariga erishishiga asosiy sabab 50 dan ortiq xorij mamlakatlarida o‘z kompaniya bo‘linmalariga hamda Germaniya, Yevropa mamlakatlarida o‘zining global tarmog‘iga ega. Bundan tashqari uning ustunliklari quyidagilardan iborat:

- xalqaro telekommunikatsiya xizmatlari bozorida yuqori o‘rinlarga va ko‘p yillik tajribaga ega;

- telekommunikatsiya xizmatlarini yanada rivojlantirish uchun innovatsion texnologiyalarni jalb etilish darajasi yuqoriligi;

- mijozlarga xizmat ko‘rsatishning universalligi;

- yangi turdagi bulutli xizmatlarning mavjudligi;

- yirik biznes hamkorlarga ega ekanligi.

“Ростелеком” kompaniyasini ko‘rsak u quyidagi ustunliklarga ega:

- davlat hukumati tomonidan hamma turdagi telekommunikatsiya xizmatlari taqdim etish bo‘yicha litsenziyalarga ega;

- eng yirik transport tarmog‘iga ega;

- Rossiyaning hamma qismlarida o‘z tarmog‘iga ega;

- Rossiyada texnologik yetakchilikka ega;

- juda ko‘p davlat loyihalariga ega.

AKT sohasi indeklari bo'yicha dunyo mamlakatlari reytingi
(01.01.2015 yil holatiga)

№	Indekslar nomi	Yetakchi mamlakatlar	Indeks ko'rsatkichlari
1.	Tarmoqlarning tayyorgarlik darajasi	Finlandiya	6.04
		Singapur	5.97
		Shvetsiya	5.93
		Niderlandiya	5.79
		Norvegiya	5.70
		Shveytsariya	5.62
		AQSh	5.61
		Gonkong	5.60
		Buyuk Britaniya	5.54
		Janubiy Koreya	5.54
2.	Axborot kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanganlik darajasi	Daniya	8.86
		Janibiy Korea	8.85
		Shvetsiya	8.67
		Islandiya	8.64
		Buyuk britaniya	8.50
		Norvegiya	8.39
		Niderlandiya	8.38
		Finlyandiya	8.31
		Gonkong	8.28
		Lyuksimburg	8.26
3.	Internetning rivojlanganlik darajasi	Foklend orollar	96.92
		Islandiya	96.21
		Norvegiya	94.65
		Shvetsiya	93.18
		Niderlandiya	92.86
		Daniya	92.26
		Lyuksimburg	91.95
		Bermud	91.30
		Finlyandiya	89.88
		Lixtenshteyn	89.41

4.	Elektron hukumatning rivojlanganlik darajasi	Janubiy Korea	0.9462
		Avstraliya	0.9103
		Singapur	0.9076
		Fransiya	0.8938
		Niderlandiya	0.8897
		Yaponiya	0.8874
		AQSh	0.8748
		Buyuk Britaniya	0.8695
		Yangi Zelandiya	0.8644
		Finlyandiya	0.8449

Manba: Tahliliy materiallar asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

2.1.2-jadvolda AKT sohasi indeksleri bo'yicha dunyo mamlakatlari reytingi keltirilgan tarmoqlarning tayyorgarlik darajasi indeksi bo'yicha birinchi o'rindan Finlandiya 6.04, oxirgi o'rindan esa Janubiy Koreya 5.54 joy olgan. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanganlik darajasi indeksi bo'yicha dunyoda birinchi o'rindan Daniya 8.86 ko'rsatkich bilan, o'ninchi o'rindan esa Lyuksemburg 8.26 ko'rsatkich bilan joy olgan.

Internetning rivojlanganlik darajasi indeksi bo'yicha Folklend orollari 96.92 ko'rsatkich bilan birinchi o'rinda, Lixtenshteyn esa 89.41 ko'rsatkich bilan o'ninchi o'rinda joylashgan.

Elektron hukumatni rivojlanganlik darajasi indeksi bo'yicha Janubiy Koreya Respublikasi 0.9462 ko'rsatkich bilan birinchi o'rinda, Finlandiya davlati esa 0.8449 ko'rsatkich bilan o'ninchi o'rinda turibdi.

Telekommunikatsiya sohasi butun iqtisodiyot uchun muhim ahamiyatga ega. Raqobatbardosh, samarali va qiymati nukta nazaridan afzal bo'lgan aloqa tarmoqlari ishlab chiqarishning umumiy samaradorligini oshirishga, ish o'rinlarini ko'paytirishga, eksport salmog'i va soliq tushumlarini o'sishiga, ya'ni iqtisodiy taraqqiyotni orqaga tortuvchi monopol xizmat ko'rsatishdan tubdan farq qiladigan ijobiy tendentsiyalarni shakllantirishga olib keladi. Rivojlangan mamlakatlar

tajribasi shuni ko'rsatadiki, bularning barchasi o'z navbatida sohani yanada jadalroq rivojlantirishni taqozo etadi.

Soha boshqaruvi ichki elementlari klassifikatsiyasi O'zbekistonda telekommunikatsiya tizimi rivojiga bevosita aloqador boshqaruv elementlarini kamrab oladi. Bu klassifikatsiya asosan telekommunikatsiya majmuida faoliyat ko'rsatayotgan hamda Respublika hukumati Qaroriga ko'ra har bir vazirlikda, yirik sohaviy birlashmalarda tashkil etilgan va axborotlashtirish hamda axborot texnologiyalarini rivojlantirishga javobgar bo'lgan tarkibiy bo'linmalarni o'z ichiga oladi.

Ushbu tasnifda soha boshqaruv elementlarining hozirgi kunda shakllangan ikki guruhini ajratib ko'rsatish mumkin, bular:

- axborot-kommunikatsiya tizimini rivojlantirish bo'yicha Milliy strategiya va harakatlar rejasini amalga oshiruvchi tashkilotlar;
- sohaning ichki tuzilmalari.

O'zbekiston AKT sohasining o'ziga xos xususiyatini va uni boshqarish pillapoyasini hisobga olgan holda ko'rib chiqilayotgan boshqarish usullarini ikki katta guruhga ajratish mumkin:

Birinchi guruh usullari uch kichik guruhga bo'linadi: iqtisodiy, ijtimoiy-psixologik va huquqiy boshqaruv usullari. Ushbu usullarning barchaga ma'lumligiga qaramasdan shuni aytib o'tish kerakki, ular O'zbekiston sharoitida iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy muhit yuqori darajada dinamikligi natijasida tez o'zgaruvchan xususiyatga ega. Bularning hammasi telekommunikatsiya sohasi menejmenti tomonidan uning har kungi faoliyatida hisobga olingan bo'lishi kerak.

Ikkinchi guruh usullari respublikaga xos xususiyatlarni hamda telekommunikatsiya sohasi bozori shakllanishi dinamikasini hisobga olgan holda hali yetarli darajada ilmiy jihatdan tahlil qilinmagan. Bunga sabab respublikaning dunyo iqtisodiy maydoniga jadal kirib borishi hamda O'zbekistonda iqtisodiy islohotlarning mustaqillikning juda qisqa muddatlarida yuqori sur'atlar bilan rivojlanishiga nisbatan bu jarayonlarni ilmiy tahlil qilishning ortda qolayotganligidir.

2.2. Axborot kommunikatsiya texnologiyalari sohasini rivojlantirishga va shakillantirishga bo'lgan uslubiy yondashuv tahlili

Yangi axborot texnologiyalari - bu dunyo miqyosida jamiyat taraqqiyotining sanoat asridan axborot asriga qarab o'tish asosidir. Mazkur tendentsiyaning biznesda qo'llanilishi quyidagi o'zgarishlarga olib keladi:

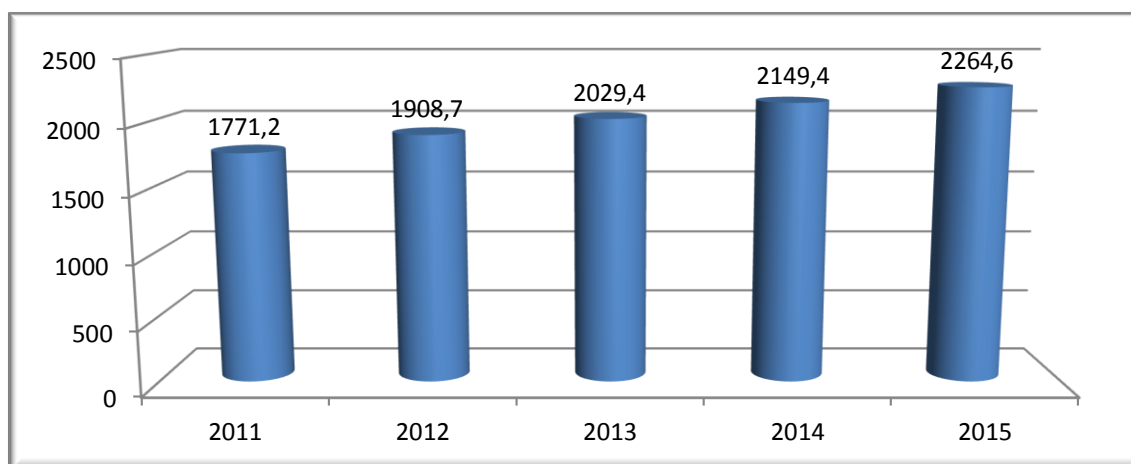
- har bir ish o'rnida resurslar yetarli bo'lganda axborotni qayta ishlash uchun taqsimlangan shaxsiy (personal) hisoblashlarni amalga oshirish;

- xabarlarni jo'natish uchun ish o'rinlari birlashganda kommunikatsiyaning rivojlangan tizimini yaratish;

- iqtisodiy ob'ekt axborot oqimiga ulanganda, moslashuvchan global kommunikatsiyalarga ega bo'lishi;

- elektron savdo tizimini yaratish va rivojlantirish;

- iqtisodiy ob'ekt integratsiyasi - tashqi muhit tizimidagi oraliq bo'g'inlarni bartaraf etish.



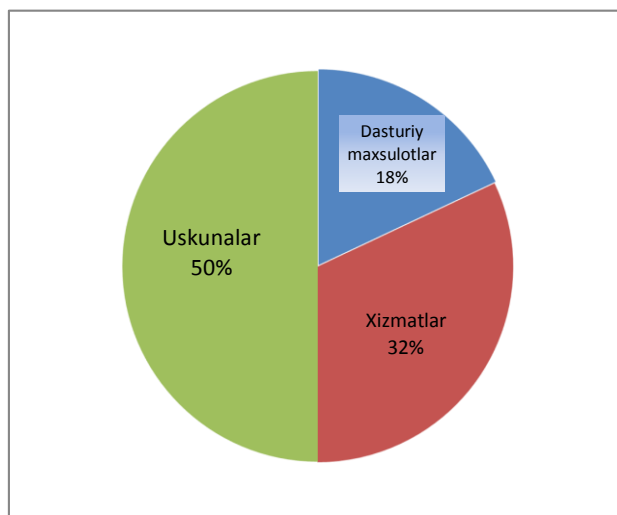
2.2.1-rasm. 2010-2015 yillarda jahon bozorida axborot texnologiyalari rivojlanishining dinamikasi (mlrd. AQSh dollari)

Manba: ITU ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

2.2.1-rasmdan 2011 yildan boshlab jahon bozorida axborot texnologiyalari rivojlanishining dinamikasini ko'rish mumkin.

2015-yil jahon axborot texnologiyalari bozorini tarkibini ko'radigan bo'lsak, asosan uch qismdan iborat. Uning 18 foizini dasturiy mahsulotlar, 32 foizini

xizmatlar va 50 foiz qismini uskunalar tashkil etadi. Buni 2.2.1-diagrammadan ko‘rish mumkin.



2.2.1 -diagramma. Jahon axborot texnologiyalari bozorining 2015-yil uchun tarkibi.

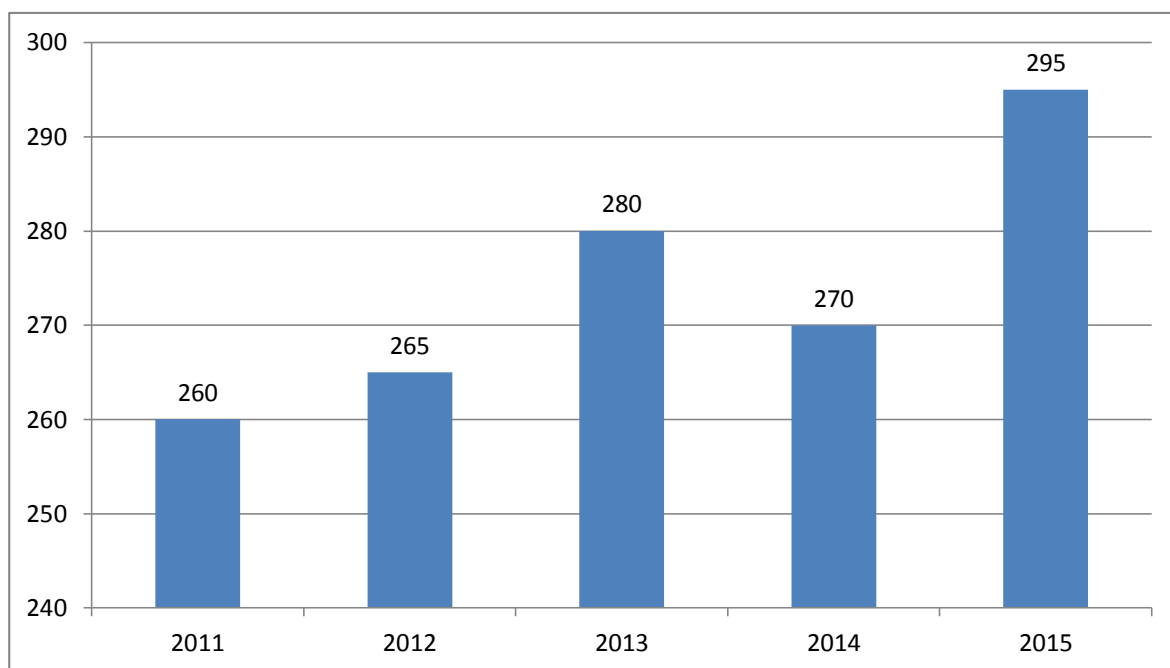
Manba: ITU ma‘lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

O‘zbekistonda dasturiy mahsulotlarni ishlab chiqish, ularni eksporti, importi borasida alohida kontseptsiya yaratilmagan bo‘lsada, ular axborot texnologiyalarini asosi hisoblangani uchun O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2002- yil 30 maydagi “Kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish to‘g‘risida”gi PF - 3080-son Farmoni hamda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005 yil 8 iyuldagi “Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ - 117-son Qarori ushbu sohaning rivojlanishiga asos hisoblanadi. Qolaversa, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2002 yil 30 maydagi PF-3080 - son farmoni bilan dasturiy mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalariga soliq va bojxona imtiyozlari berilgan edi. Ushbu imtiyozlar 2006 yilgacha amal qildi va dasturiy mahsulotlar ishlab chiqarish bozorining rivojlanishiga zamin yaratdi.

Respublikamiz dasturiy mahsulotlar bozorini tahlil qilar ekanmiz, quyidagilarni ko‘rishimiz mumkin, ya‘ni O‘zbekiston Respublikasi axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi ma‘lumotlariga ko‘ra ko‘pchilik korxonalarda 120 mingdan ortiq nusxadagi turli dasturiy

mahsulotlardan foydalanadi, ulardan 48 foizi amaliy dasturiy mahsulotlar, 36 foizi tizim va 16 foizi idora dasturiy mahsulotlaridir.

2.2.2-rasmda yillik ro'yxatga olingan dasturiy mahsulotlar soni keltirilgan. Yaratilgan imkoniyatlarni hisobga olinsa, keyingi yillar davomida ushbu ko'rsatkichlar o'sishi kutilmoqda.



2.2.2-rasm. Yillik ro'yxatga olinadigan dasturiy mahsulotlar soni

Manba: O'zbekiston Respublikasi axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi hisobotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

So'nggi yillardagi jahon axborot texnologiyalari bozorida ijobiy o'zgarishlar globallasuv jarayonini tezlashuviga, jamiyatni hamda iqtisodiyotni axborotlashuviga olib keldi. Bu esa o'z navbatida insoniyatni axborotga bo'lgan qarashini o'zgarishlari va biznes qilishning yangi qirralarini ochib berdi. Bunday o'zgarishlar mamlakatimizga ham o'z ta'sirini o'tkazmay qolmadi. Mamlakatimizda axborotlashgan jamiyat shakllanishi axborotni asosiy resurslardan biriga aylanishiga olib keldi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlanishi axborotlarni saqlash, qayta ishlash, o'zlash imkoniyatlarini yaratadi. O'z o'rnida undagi axborot almashinuvdagi axborotlarni o'zlash, qabul qilish jarayonlarini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va tizimlari rivojlanishi

bilan bevosita bog'lash mumkin. Bunday rivojlanish mamlakatimizni kelajakda rivojlangan mamlakatlar qatoridan o'rin egallashiga poydevor hisoblanadi.

O'zbekistonda telekommunikatsiya texnologiyalarini keng qo'llash hamda "axborotlashgan jamiyat" sari jadal intilish maqsadida amaliy choralar ko'rilmoqda. Ammo, bu borada qilingan ishlardan kelgusida qilinishi kerak bo'lgan ishlar ko'lami nihoyatda kengdir. Jahonda telekommunikatsiya sohasi rivoji juda tezlik bilan ro'y berayotganligi sababli bu boradagi har qanday sustkashlik mamlakat taraqqiyotiga o'ta salbiy ta'sir etishi mumkin. Axborot-kommunikatsiya sohasining o'rnini va ahamiyatini ta'riflashda uning kamida ikki tarkibiy qismini - telekommunikatsiya va axborot yaratish sohalarini ajratib qarab ko'rish lozim. O'zbekiston telekommunikatsiya sohasining rivojlanish xususiyatlari va qonuniyatlarini tahlil qilgan holda sohaning ustuvor va jadal rivojlanishini ta'minlash, uning bozor islohotlari talablariga mos keluvchi zamonaviy boshqaruv tizimini shakllantirishga qaratilgan ilmiy-amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqish lozim.

Soha faoliyatini strategik boshqarish bu - telekommunikatsiya sohasining investitsion strategiyasini ishlab chiqishdan iborat bo'lib, bunda investitsiya faoliyati yo'lida uzoq muddatli maqsadlarni shakllantirish tushuniladi va bunda eng samarali investitsion faoliyatga erishish ko'zda tutiladi.

AKT sohasida investitsiyalarni boshqarish funktsiyalari:

- Investitsiya faoliyati strategiyasini ishlab chiqish;
- Investitsiya bozori kon'yunkturasini bashoratlash va tadqiq qilish;
- Investitsion resurslarni shakllantirish;
- Investitsion jozibadorlikni baholash;
- Investitsion portfelni shakllantirish va baholash;
- Investitsiya faoliyati monitoring qilish.

2.2.1-jadval

Telekommunikatsiya sohasida investitsiya dasturining bajarilish ko'rsatkichlari⁹

№	Investitsiya dasturining bajarilishi (mln. AQSH doll.)	Yillar								
		2011 yil			2013 yil			2014 yil		
		Amalda	Reja	O'zgarish (%)	Amalda	Reja	O'zgarish (%)	Amalda	Reja	O'zgarish (%)
1.	To'g'ridan-to'g'ri jalb qilingan xorijiy sarmoyalar hisobiga amalga oshirilayotgan loyihalar bo'yicha (mln. AQSH doll.)	344,99	257,66	134	208,23	189,79	110	199,7	83,8	238
2.	Korxonalarining o'z mablag'lari hisobiga amalga oshirilayotgan loyihalar bo'yicha (mln. AQSH doll.)	3,06	3,06	100	52,75	46,78	110	31,4	30,1	104

⁹ O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo'mitasi ma'lumotlaridan.

Hozirgi kunda mamlakatimiz iqtisodiyotiga chet el investitsiyalarini jalb etish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, ularni huquqiy himoya qilishning amaliy mexanizmlarini joriy etish va investitsion muhitini yanada yaxshilash iqtisodiy rivojlanish sohasidagi eng muhim vazifalardan biri hisoblanadi.

O‘zbekiston Respublikasi investitsiya siyosati xorijiy investitsiyalarni jalb qilish uchun yanada qulay shart-sharoitlarni ta’minlash, xorijiy investitsiyalarni ishonchli huquqiy himoya qilishning amaliy mexanizmini barpo etish, mana shu asosda mamlakatdagi investitsiya muhitini yanada yaxshilashda MDH mamlakatlari orasida etakchi hisoblanadi.

AKT sohasi faoliyatini rivojlantirishni va investitsion jalb qiluvchanlikni oshirishda marketing yondoshuvini joriy etish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Chunki telekommunikatsiya xizmatlari bozorida kuchli raqobat muhiti shakllangan va bu raqobat muhitini asosiy elementlari sifatida quyidagilarni keltirish mumkin:

- bozorda katta hajmga ega bo‘lgan xorijiy investitsiyali korxonalarni faoliyat yuritishi;

- an‘anaviy telefon aloqasi o‘rnini mobil aloqa tizimi egallayotganligi;

- Internet xizmatlari bozorini rivojlanishi;

- raqamli televediniya tizimini jadal rivojlanishi;

- barcha bozor ishtirokchilari tomonidan keng miqyosda qo‘shimcha xizmat turlarini joriy etilganligi;

- simsiz aloqa tizimini shakllanganligi va rivojlanish darajasini yuqoriligi;

- iste‘molchilarning yangi zamonaviy telekommunikatsiya xizmatlariga bo‘lgan talabini yuqoriligi.

Telekommunikatsiya sohasida faoliyatini boshqarish samaradorligini baholashning indikatorlar tizimini shakllantirish muhim ahamiyatga ega. Farovonlikni oshirish va iqtisodiy o‘sishning muhim omili hisoblanadigan AKTlarini rivojlantirish bo‘yicha “Shaharlararo kommutatsiya markazlarini yangi avlod tarmoq texnologiyalari asosida modernizatsiya qilish va kengaytirish” (NGN), “FTTx texnologiyasi bo‘yicha keng qamrovli formatda foydalanish imkonini beradigan optik tarmoqlarni rivojlantirish”, “O‘zbekiston Respublikasi

mintakalarida EVDO texnologiyalarini joriy etish orqali CDMA-450 mobil tarmog'ini rivojlantirish" va boshqa bir qancha yirik investitsiya loyihalari amalga oshirildi.

Ushbu loyihalarning samarali nihoyasiga yetkazilishi dunyoning zamonaviy aloqa va axborot vositalari yuqori darajada rivojlangan mamlakatlari qatoriga qo'shilish, ishbilarmonlik sohasidagi aloqalarni kengaytirish bo'yicha qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi.

2.3. "O'zbektelekom" AK rivojlanish dinamikasi va marketing faoliyatini amalga oshirish tahlili

"O'zbektelekom" AK O'zbekiston davlat idoralari va muassasalari uchun litsenziya asosida telekommunikatsiya xizmatlarini ko'rsatuvchi yetakchi kompaniya hisoblanadi.(1-ilova). Kompaniya tarkibida 22 ta filial faoliyat yuritadi, ulardan 14 tasi hududiy, 8 tasi ixtisoslashtirilgan filial hisoblanadi va 3 ta shu'ba korxonasi mavjud.¹⁰ "O'zbektelekom" AK shaharlararo va xalqaro aloqa, ma'lumotlar uzatish va Internet xizmatlarini ko'rsatuvchi sakkizta qo'shma korxonalarda o'z ulushiga ega. Telekommunikatsiya tarmoqlarini yanada rivojlantirish va modernizatsiya qilish bo'yicha qator istiqbolli loyihalarni amalga oshirish natijasida aloqa infratuzilmasi yanada yaxshilanmoqda. Butun mamlakat bo'yicha tuman markazlari miqiyosida ma'naviy eskirgan analog telefon stantsiyalari zamonaviy raqamli stantsiyalarga almashtirildi. Optik-tolali aloqa liniyalari asosida yuqori tezlikdagi raqamli kanallar yaratilgan, tarmoqni kengaytirish va uning ishonchliligini oshirish bo'yicha ishlar olib borilmoqda. Natijada Respublika viloyatlari, tuman markazlari va shaharlarini raqamli telekommunikatsiya tarmog'i bilan qamrab olish darajasi 100% ni, qishloq aholi punktlarini telekommunikatsiya tarmog'i bilan qamrab olish darajasi 96,4 % ni tashkil etdi.¹¹

¹⁰ www.uztelecom.uz saytidan.

¹¹ "O'zbektelekom" AK 2015-yil yillik hisobotidan.

Kompaniyaning bu qadar tezlik bilan moliyaviy rivojlanishiga u ko'rsatayotgan zamonaviy xizmat turlarining shaklan va miqdoran tez ortib borayotganligi, kompaniyaning uzluksiz ravishda telekommunikatsiyalar bozorida marketing va moliyaviy tahlil o'tkazib borayotganligi hamda ushbu xizmatlarni kompaniya rahbariyati tomonidan xaridorlar talablaridan kelib chiqib tez va sifatli joriy etilayotganidir. Masalan, hozirda kompaniya tomonidan IDD calls, operatorlar yordamida telefon qilish (Operator assisted calls), xalqaro kirish trafikni qayta ishlash (Termination of incoming international traffic), kommutatsiyali tranzit (Switched tranzit), kanal sig'implarini ijaraga berish (Capacity lease), kanal sig'implarini sotish (Capacity sales), TV uzatishlarini tashkil etish (Occasional Use TV Services), ma'lumot uzatish (FR, X.25, IP), (Data transmission), ISDN ulanish (ISDN connection), HCDS (Home Country Direct Service), Call Back xizmatlari, kartochkalar orqali xalqaro telefon aloqa hamda Internet xizmatlari olish kabi o'nlab turdagi zamonaviy xizmatlar joriy etilgan va ularni xaridorlarga taqdim etishning sifat ko'rsatkichlari takomillashtirilib borilmoqda.¹²

Respublikamizda iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish va erkinlashtirish chora-tadbirlarining izchil amalga oshirilayotganligi natijasida iqtisodiy o'sishning barqaror sur'atlari ta'minlanmoqda. Bozor iqtisodiyoti sharoitida telekommunikatsiya xizmatlariga bo'lgan talabning ortib borishi, iqtisodiyotni erkinlashtirishga olib keldi. Hozirgi kunda axborot va kompyuter texnologiyalarisiz hayotni tasavvur qilib bo'lmaydi.

¹² www.uztelecom.uz saytidan.

2.3.1- jadval

Telekommunikatsiya sohasidagi korxonalar tomonidan ko'rsatilgan xizmatlar (2011-2015 yillar uchun)¹³

Yillar	2011 yil	O'sish sur'ati	2012 yil	O'sish sur'ati	2013 yil	O'sish sur'ati	2014 yil	O'sish sur'ati	2015 yil	O'sish sur'ati
Ko'rsatkichlar nomi	(mlrd. so'm)	%	(mlrd. so'm)	%	(mlrd. so'm)	%	(mlrd. so'm)	%	(mlrd. so'm)	%
1. Umumiy xizmatlar	1874,0	14,8	2363,7	19,9	3081,1	22,5	3700	22,4	4 180,0	24,1
2. Aholiga ko'rsatilgan aloqa xizmatlari	1250,2	12,3	1555,7	20,8	2064,3	24,5	2400	21	2 673,0	25,4

¹³ O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo'mitasi ma'lumotlaridan.

2.3.1-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, 2011 yil hisobot davri davomida telekommunikatsiya sohasidagi korxonalar tomonidan 1874,0 mlrd.so‘mlik xizmatlar ko‘rsatildi (2010 yilga nisbatan o‘shish sur‘ati - 14,8%), shu jumladan aholiga aloqa xizmatlari ko‘rsatish 1250,2 mlrd, so‘mni tashkil etdi (o‘shish sur‘ati 12,3%). 2012 yilda esa korxonalar tomonidan 2363,7 mlrd.so‘mlik xizmatlar ko‘rsatildi (o‘tgan yilga nisbatan o‘shish sur‘ati - 19,9%), shu jumladan aholiga aloqa xizmatlari ko‘rsatish 1555,7 mlrd, so‘mni tashkil etdi (o‘shish sur‘ati 20,8%). 2013 yilda soha korxonalarini 3081,1 mlrd.so‘mlik xizmatlar ko‘rsatdilar (o‘shish 22,5%), jumladan aholiga aloqa 2064,3 mlrd, so‘mlik xizmatlar ko‘rsatildi (o‘shish 24,5%). 2014 yilda korxonalar tomonidan 3700 mlrd.so‘mlik xizmatlar ko‘rsatildi, o‘shish sur‘ati 22,4%, jumladan aholiga 2400 mlrd, so‘mlik aloqa xizmatlari ko‘rsatildi, o‘shish sur‘ati 21%. 2015 yilda telekommunikatsiya sohasidagi korxonalar tomonidan 4 180,0 mlrd.so‘mlik xizmatlar ko‘rsatildi, o‘tgan yilga nisbatan o‘shish sur‘ati 24,1%, jumladan aholiga aloqa xizmatlarini ko‘rsatish 2 673,0 mlrd, so‘mni, o‘shish sur‘ati 25,4% ni tashkil etadi.

Yuqori texnologik aloqa xizmatlari bugungi kunda zamonaviy jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy sohada rivojlanishi uchun yanada muhim ahamiyat kasb etib bormoqda.

Yuqori samarali telekommunikatsiya muhitini yaratish O‘zbekiston Respublikasining asosiy milliy vazifalaridan biri hisoblanadi. Mazkur vazifani hal qilmay turib, axborot jamiyatini qurish va yangi axborot texnologiyalarini ishlab chiqarish, biznes, fan, ta’lim, tibbiyot, madaniyat sohalariga joriy etib bo‘lmaydi. Shu munosabat bilan “O‘zbektelekom” AK doimiy ravishda, yangi investitsiya g‘oyalari izlashi, taqdim etiladigan telekommunikatsiya xizmatlarini takomillashtirishi va sifatli xizmatni joriy etishi lozim.

Telekommunikatsiya texnologiyalari, tarmoqlar va aloqa infrastrukturasi yanada rivojlanishi uchun “O‘zbektelekom” AK tomonidan muvaffaqiyatli rivojlanishda muhim strategik ahamiyatga molik bo‘lgan yangi g‘oyalarni amalga oshirish choralari ko‘rilmoqda.

2015-yilda milliy telekommunikatsiya tarmoqlarini zamonaviy axborot texnologiyalari asosida rivojlantirish, milliy tarmoqning jahon telekommunikatsiyalari tizimiga mujassamlashtirishni ta'minlaydigan va mamlakat iqtisodiyoti hamda aholisining axborot kommunikatsiya xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlarini har tomonlama qondirishga yo'naltirilgan qator strategik loyihalar amalga oshirildi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2014- yil 12-fevraldagi PQ-2126 sonli Qaroriga muvofiq "O'zbektelekom" AK tomonidan GSM mobil aloqa standartida milliy operatorlik faoliyatining tashkil etilishi 2014-yildagi eng muhim hodisa bo'ldi, bu esa Kompaniyani mobil aloqa bozorida keng ishtirok etishi va mamlakat mobil aloqa sohasining yanada rivojlanishi uchun zarur sharoitlarning yaratilishiga imkon berdi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2013-yil 27-iyundagi PQ-1989-sonli "O'zbekiston Respublikasining Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qaroriga muvofiq "2013-2020 yillarda O'zbekiston Respublikasida telekommunikatsiya texnologiyalari, aloqa tarmoqlari va infrastrukturasi rivojlantirish dasturi" tasdiqlangan. 2014-yilda yuqorida ko'rsatilgan dasturni bosqichma-bosqich amalga oshirish maqsadida modernizatsiya, texnik va texnologik ta'minot hamda kompaniyaning barqaror rivojlanishini ta'minlash bo'yicha muhim loyihalar amalga oshirildi.

Jahon standartlari va bozor talablariga asosan yagona muvofiqlashtirilgan vaqt mutanosibli tizimini joriy etish yo'li bilan taktli tarmoq sinxronizatsiyasi tarmog'i modernizatsiya qilindi, bu esa kompaniyaning barcha raqamli telekommunikatsiya tarmog'i, shuningdek, tarmoqda sinxronizatsiya nosozligi sababli yuzaga keladigan uzilish va xatoliklar sonini kamaytiruvchi tarmoqlar sinxron ishlashini ta'minlaydi.

Yangi avlod tarmoqlari texnologiyasi (NGN) bo'yicha xalqaro kommutatsiyalar markazini modernizatsiya qilish va kengaytirish – zamonaviy darajada multimedia trafiklarini marshrutizatsiya va kommutatsiyalarini amalga oshirib, abonentlarga sifatli xizmatlarni, chetki tashkilotlar tarmog'i (operatorlar)ga

ulanish imkoniyatiga ega bo'lish va ularga keng xizmat turlarini taqdim etish maqsadida, IMS/NGN bazasida tayanch tarmoq qurilishi ishlari amalga oshirildi. Yangi texnologiyalardan foydalanish evaziga abonentlik bazasi rivojlantirildi va oshirildi.

DWDM yangi transport tarmog'i bazasida, magistral darajada tezlikni 100 Gbit/s.gacha ko'tarib, "TShTT" filiali IP/MPLS tarmog'ining modernizatsiyasi bo'yicha ishlar olib borildi. Yangi tarmoq Toshkent shahrining barcha tumanlarini yuqori tezlikdagi optik kanallar bilan birlashtirdi. Shuningdek, 100 Gbit/s.ga bir lyambda tezlikka ega bo'lgan yangi DWDM liniyasi foydalanishga topshirildi. Yangi liniya Respublika poytaxti – Toshkentni O'zbekistonning tarixiy yodgorliklar shahri – Buxoro bilan birlashtirdi.¹⁴

Yangi keng polosali ulanish xizmatlarini taqdim etish uchun yuqori tezlikdagi tarmoq "oxirgi mil"ga ulanish masalasini hal etish ishlari amalga oshirilishi uchun 2000 km.dan ortiq optik-tolali aloqa liniyasi yotqizildi va an'anaviy telefoniya dan to IPTVgacha ko'plab xizmatlarni qo'llab-quvvatlashni ta'minlaydigan, yagona apparat platformasi doirasida alohida klass operatorlik qurilmalari – ulanishning multiservisli platformasi yoki MSAN (Multi Service Access Node) joriy etishga qaror qilindi.

Eng zamonaviy texnologiyalarni dadil o'zlashtirish va ularni abonentlarga taqdim etish hisobiga abonentlik bazasini oshirish imkoni yaratildi.

Internetga keng polosali ulanish 62 foizga, shu bilan birga, FTTx texnologiyasi bo'yicha abonentlar soni 2,9 marta oshdi. Shu bilan birga, "O'zbektelekom" AK yuqori tiniqlikdagi raqamli interaktiv IP-televideniya xizmatlarini faol rivojlantirmoqda, joriy yilning o'zida mazkur xizmat abonentlarining soni 159 foizni tashkil etdi.

CDMA-450 mobil tarmog'ini EVDO texnologiyasi qo'llanilgan holda, 3G mobil keng polosali aloqa zonasi qamrovini kengaytirish bo'yicha loyihalarni amalga oshirish ishlari davom ettirildi va 2015-yil natijalariga asosan respublikada

¹⁴ www.uzinfocom.uz saytidan.

kompanyaning taqdim qilayotgan mobil aloqasi kirib borish darajasi 74 foizga yetdi, mobil aloqasi abonentlari sonining o'sishi 126 foizni tashkil etdi.

2015-yilda "O'zbektelekom" AK telekommunikatsiya tarmoqlarini kengaytirish va rivojlantirish bo'yicha quyidagi loyihalarni amalga oshirdi:

"O'zbekiston Respublikasi hududlarida EVDO texnologiyasini joriy etish bilan CDMA-450 mobil tarmog'ini rivojlantirish". Respublika aholi yashash punktlari qamrovi zonasini 85 foiz darajasigacha yetkazish imkonini beruvchi EVDO texnologiyasi bo'yicha qo'shimcha 250ta yangi baza stansiyalarini o'rnatildi va 114ta mavjud baza stansiyalarini modernizatsiya qilindi;

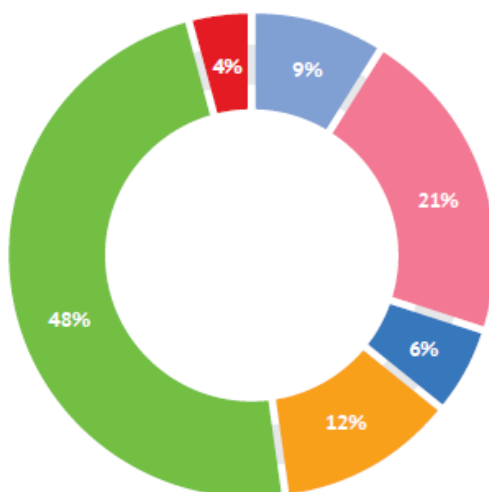
O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2014-yil 12-fevraldagi PQ-2126 sonli "Mobil aloqa milliy operatori faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarorini bajaralishi bo'yicha aholiga GSM standartida sifatli xizmat ko'rsatish uchun qat'iy charolar ko'riladi;

"O'zbekiston Respublikasi tuman markazlariga qadar magistral tarmoqlarni kengaytirish va zahiralash". Telekommunikatsiya tarmoqlarining ishonchliligini, uzoq xizmat qilishini va o'tkazish qobiliyatini 100 Gbit/s.gacha oshirish maqsadida kompaniya loyihalarida mavjud transport tarmoqlarini to'liq zahiralashni ta'minlash, shuningdek, telekommunikatsiya tarmoqlarining o'tkazish qobiliyatini bir necha bor oshirish uchun DWDM texnologiyasi bazasida ma'lumotlar uzatish tizimlari uskunalari o'rnatildi;

"FTTx texnologiyasi bo'yicha keng polosali ulanish optik tarmoqlarini kengaytirish". "Oxirgi milya" masalasini hal etish va iste'molchilarga taqdim etilayotgan xizmat ko'rsatish darajasini oshirish imkonini beruvchi FTTx texnologiyasi negizida 110 000 portga teng yuqori tezlikdagi keng polosali xizmatlarga ulanishga erishildi.¹⁵

¹⁵ "O'zbektelekom" AK 2015-yil Yillik hisobotidan.

2015-yil yakuni bo'yicha "O'zbektelekom" AKning ko'rsatilgan telekommunikatsiya xizmatlaridan hisoblangan daromadlari 883,3 mlrd. so'mni tashkil etidi.



2.3.1-diagramma. "O'zbektelekom" AK daromadlarining ko'rsatilgan telekommunikatsiya xizmatlaridagi ulushi % da¹⁶

Manba: "O'zbektelekom" AK 2015-yil Yillik hisoboti

2.3.1-diagrammadan ko'rinib turibdiki "O'zbektelekom" AK daromadlari ko'rsatilgan telekommunikatsiya xizmatlar ulushining 9% – mahalliy telefon aloqasiga, 21% – shaharlararo telefon aloqasiga, 6% – mobil aloqa xizmatiga, 12% – internet va ma'lumotlarni uzatish, 48% – alqaro aloqa bo'yicha o'zaro hisob-kitoblarga, 4% – aloqa xizmatlaridan boshqa daromadlarga to'g'ri keladi.

"O'zbektelekom" AK samarali faoliyati natijasida butun respublika miqyosida ijobiy ko'rsatkichlarga erishilmoqda. Kompaniya daromadlari o'sish sur'ati barqarorligini istiqbolli xizmatlarni taqdim etish va rivojlantirish salohiyatliga ega bo'lgan xizmatlarga asoslangan holda ma'lumotlar uzatish va mobil aloqa xizmatlarini ko'rsatish orqali ta'minlanmoqda.

¹⁶ "O'zbektelekom" AK 2015-yil Yillik hisobotidan.

2.3.2-jadval

“O‘zbektelekom” AKning hududiy filiallarida IPTV xizmatidan olingan daromadlar(mln. so‘m)¹⁷

№	Yillar			O‘rtacha statistik o‘zgarishi, %da	
	Hududlar	2013	2014		2015
1.	Qoraqalpog‘iston Respublikasi	93 973	272 305	446 033	226,78
2.	Andijon viloyati	51 974	258 766	630 526	370,77
3.	Buxoro viloyati	68 163	219 274	588 827	295,11
4.	Jizzax viloyati	23 671	242 623	447 448	319,01
5.	Qashqadaryo viloyati	83 433	380 798	691 553	604,70
6.	Navoiy viloyati	19 989	199 612	401 067	599,77
7.	Namangan viloyati	78 624	287 206	548 349	278,11
8.	Samarqand viloyati	85 243	360 042	565 608	289,73
9.	Surxondaryo viloyati	32 277	313 741	440 969	556,29
10.	Sirdaryo viloyati	49 468	362 515	642 723	455,06
11.	Toshkent viloyati	54 547	226 090	435 658	303,59
12.	Farg‘ona viloyati	62 638	227 255	484 287	287,95
13.	Xorazm viloyati	39 394	149 937	429 836	333,64
14.	Toshkent shahri	416 453	813 731	1 535 302	192,04

Manba:“O‘zbektelekom” AK yillik hisobotlari.

2013 - 2015 yillarda IPTV xizmatidan tushgan daromadlar miqdori tezlik bilan sezilarli darajada oshdi va bu o‘rtacha hisobda 2,82 barobarga oshganligi ko‘rindi. Bu ko‘rsatkichlar Jizzax va Navoiy viloyatlarining xizmatlaridan olingan daromadlar hisobiga aniqlandi. Ushbu hududlarning daromadlar miqdori 5 barobardan ortiqroqni tashkil etdi. 2.3.2-jadvalda keltirilgan ko‘rsatkichlarni tahlil

¹⁷ :“O‘zbektelekom” AK yillik hisobotlaridan.

natijasida shuni aytish mumkinki, 3 yil ichida Toshkent shahrining ko'rsatkichlaridan tashqari, bunda barcha hududiy filiallarning daromadlar miqdori sezilarli darajada oshib borgan. Umuman olganda internet xizmatlari ko'rsatish bo'yicha mamlakatimizda ijobiy natijalar kuzatilmoqda. Lekin shu bilan bir qatorda "O'zbektelekom" AK misolida foydalanilmayotgan imkoniyatlarda samarali va unumli foydalanish bo'yicha amaliy ishlarni olib borish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

"O'zbektelekom" AK tomonidan telekommunikatsiyaxizmatlari bozorini o'rganish, joriy etilayotgan ilg'or xizmatlar, shuningdek, aholining zamonaviy xizmatlarga bo'lgan talab va ehtiyojlarini qondirish bo'yicha muntazam ravishda marketing tadqiqotlari o'tkazib kelmoqda. Telekommunikatsiya bozori jadal rivojlanib borayotgan texnologik o'zgarishlar hamda yangi raqobatbardosh mahsulot va xizmatlar paydo bo'lishi bilan tavsiflanadi. 2015-yil yakuniga ko'ra, "O'zbektelekom" AK telekommunikatsiya xizmatlari bozorida universal xizmatlar, shuningdek, keng polosali Internet tarmog'iga ulanish xizmatlarini ko'rsatish bo'yicha yuqori o'rinlarni egallamoqda.

Bugungi kunda "O'zbektelekom" AKning asosiy raqobatchilari sifatida keng polosali Internet tarmog'iga ulanish provayderlari, pullik raqamli xizmat ko'rsatuvchi kabel televideniyesi studiyalari, ovozli aloqa hamda GPRS va 3G texnologiyasi bo'yicha Internetga ulanish xizmatlari ko'rsatuvchi mobil aloqasi operatorladiri hisoblanadi. Ko'rsatilayotgan xizmatlarga talablarni qondirish, kompaniya daromadlari va samaradorlik ko'rsatkichlarini oshirish maqsadida qo'shimcha xizmatlar portfelini kengaytirish, shuningdek, mobil va simli aloqa telekommunikatsiya tizimlarini qurish, qayd etilgan aloqa, yangi raqobatbardosh xizmatlar bo'yicha investitsiya loyihalari amalga oshirilmoqda. Bundan tashqari, 2015-yilda "O'zbektelekom" AK kompaniya daromadlarini oshirishga yo'naltirilgan tijorat va marketing tadbirlarini o'tkazdi:

- ilgari kompaniya xizmatlaridan voz kechgan abonentlarni qaytarish maqsadida telekommunikatsiya tarmoqlariga ro'yxatga olishdagi to'lovni bekor qilish bo'yicha aksiya o'tkazildi;

- interaktiv raqamli televideniye xizmatlar kontenti hajmi oshirildi – istalgan vaqtda badiiy va animatsion filmlar, seriallar, ko‘ngilochar va sport dasturlarini buyurtma bo‘yicha tomosha qilish xizmati taqdim etildi;

Kompaniyaning tarif siyosatida yangi iste‘molchilarni jalb etish va telekommunikatsiya xizmatlaridan foydalanayotgan doimiy iste‘molchilar bilan o‘zaro manfaatli asosdagi munosabatlarni mustahkamlash choralari ko‘rib borilmoqda:

- yuridik shaxslar uchun cheklangan limit tarif rejasida tashqi trafik limiti oshirilib, limitdan tashqari narxlar tushirilgan.

- yuridik shaxslar uchun cheklanmagan limit tarif rejasida Internet tarmog‘iga ulanish narxlari tushirilgan. jismoniy shaxslar uchun yangi tarif rejasi ishga tushirilib, Internet tarmog‘iga tunda ulanish tezligi oshirilgan.

- provayder va operatorlar uchun FTTB portlarini ijaraga berish narxlari tushirilgan.

Muntazam ravishda, reklama kompaniyalar, monitoring va faoliyat natijalarining tahlili o‘tkazib boriladi.

Yuqoridagilardan xulosa qilib aytganda, “O‘zbektelekom” AK bugungi kunda mamlakatimiz telekommunikatsiya xizmatlari bozorida yetakchi mavqeyga ega. Kompaniya zamon va makon talablaridan kelib chiqib o‘zining xizmatlari bozorini takomillashtirmokda va rivojlantirmokda. Tahlillarimiz uning moliyaviy salohiyati keyingi yillarda keskin oshganligini ko‘rsatadi. Endilikdagi bosh vazifalar - moliyaviy barqarorlikni saqlab qolish, filiallar o‘rtasida moliyaviy hisobotlar yuritish va nazorat etish tizimini zamon talablari darajasida tashkil etish va tinimsiz yangi texnologiya va xizmat turlarini joriy etib borishdir.

II bob bo‘yicha xulosalar

Xulosa qilib shuni ta’kidlash mumkinki, telekommunikatsiya sohasi investitsion jozibadorligini o‘sishi va telekommunikatsiya bozori rivojlanishining quyidagi tendensiyalari aniqlandi:

- telekommunikatsiya sohasidagi korxonalar tomonidan ko'rsatilgan xizmatlar o'sish sur'atining yuqoriligi;

- telekommunikatsiya sohasida investitsiya dasturining bajarilish ko'rsatkichlarining yuqoriligi;

- telekommunikatsiya sohasidagi korxonalar tomonidan ishlab chiqarilgan va sotilgan mahsulotlar hajmining o'sib borishi;

- respublika aholisini raqamli televidenie signallari bilan ta'minlash qamrovining o'sib borishi;

- keng polosali telekommunikatsiya xizmatlaridan foydalanuvchilar sonini oshirish bo'yicha umumiy o'rnatilgan va foydalanilgan portlar sonining o'sib borishi;

- xalqaro axborot tarmodlaridan foydalanish umumiy tezligining oshib borishi;

- xalqaro paketli kommutatsiya markazlariga ulangan operator va provayderlar uchun Internet tarmog'iga ulanish narxlarining kamayib borishi.

Umuman olganda bozor talablaridan kelib chiqqan holda "O'zbektelekom" AK iste'molchilarning istiqboldagi talablariga mos ravishda investitsiya jarayonlarini boshqarishni takomillashtirishi va rivojlantirishi maqsadga muvofiq hisoblanadi. Boshqacha qilib aytganda, mavjud xizmatlar yoki texnologik jarayonlarni rivojlantirishda iste'molchilarning kelgusi talablarini inobatga olish lozim bo'ladi. Bu esa o'z navbatida telekommunikatsiya va ma'lumot uzatish sohasi bo'yicha milliy operatorning investitsiya faoliyatini rivojlantirishning asosiy vazifasi hisoblanadi.

Mamlakatimizda mustaqillik yillarida telekommunikatsiyalar bozori jahon xamjamiyati talablaridan va me'yorlaridan kelib chiqib takomillashib bormoqda. Telekommunikatsiyalar bozorining mamlakat miqiyosidagi o'rnini, jumladan, "O'zbektelekom" AK ning bozordagi mavqeyiga hamda faoliyatini rivojlantirish borasidagi qilinayotgan ishlarga bog'liq.

III BOB. O‘ZBEKISTON BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA AXBOROT KOMMUNIKATRIYA TEXNOLOGIYALARINI JORIY ETISHNING USTIVOR YO‘NALISHLARI

3.1 Axborot kommunikatsiya texnologiyalari sohasi faoliyatini rivojlantirishning institutsional mexanizmlari va ustivor yo‘nalishlari.

Davlat organlari va tadbirkorlik sub’ektlari o‘rtasida o‘zaro munosabatlarning bevosita elektron shakllari joriy etilgani tufayli 2015 yilda 42 ming 800 ta tadbirkorlik sub’ekti Internet tarmog‘i orqali Yagona interaktiv davlat xizmatlari portalida ro‘yxatga olingani, ular 260 turdagi interaktiv xizmatlardan foydalanish imkoniyatiga egaligini, 2013-2014 yillarda tadbirkorlar va fuqarolarga 102 mingdan ortiq xizmat ko‘rsatilgan holda, 2015 yilda bu ko‘rsatkich 420 mingdan oshganligini ta’kidlab o‘tdi. Bugungi kunda soliq va statistika hisobotlari 100 foiz elektron shaklda Internet tarmog‘i orqali taqdim etilayotgani qayd etildi.¹⁸

Axborot kommunikatsiya texnologiyalari sohasi faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish institutsional mexanizmlarini amalga oshirish maqsadida davlat tomonidan asos beradigan huquqiy-normativ baza yaratilgan.

O‘zbekiston Respublikasida axborot kommunikatsiya texnologiyalarini davlat va xo‘jalik boshqaruvi organlari, mahalliy davlat hokimiyati organlarida joriy etish va rivojlantirish maqsadida, “Elektron hukumat” tizimini joriy etildi. Vatanimizda elektron hukumat va uning tarkibiy qismlarini shakllantirish tarixi 2002 yildan boshlangan. 2002 yil 30 mayda imzolangan PF-3080, “Kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish to‘g‘risida”gi Prezident Farmoni bu borada dastlabki qadamlardan biri bo‘lgan edi. Mazkur farmon orqali, O‘zbekistonda axborot kommunikatsiya texnologiyalari amaliyotga joriy etishni yanada chuqurlashtirish, axborot kommunikatsiya texnologiyalari potensialidan keng foydalanish borasida me‘yoriy-huquqiy hujjatlar ishlab chiqilishi boshlangan, yurtimizda elektron hukumat tizimining

¹⁸ O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning mamlakatimizni 2015 yilda ijtimoiy qisodiy rivojlantirish yakunlari va 2016 yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustivor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan “Bosh maqsadimiz – mavjud qiyinchiliklarga qaramasdan, olib borayotgan islohotlarni, iqtisodiyotimizda tarkibiy o‘zgarishlarni izchil davom ettirish, xususiy mulkchilik, kichik biznes va tadbirkorlikka yanada keng yo‘l ochib berish hisobidan oldinga yurishdir” Vazirlar Mahkamasi majlisidagi ma‘ruzasi. Toshkent. Xalq so‘zi gazetasi 16.01.2016 yil.

keyingi istiqboli uchun zamin yaratilgan edi. Albatta, har qanday ishda bo‘lgani kabi, elektron hukumatni amaliyotga tadbiq etishda ham, qonunchilik, me‘yoriy-huquqiy baza eng asosiy o‘rin tutadi. Bu borada, 2003 yil so‘ngida qabul qilingan “Axborotlashtirish haqida” va “Elektron raqamli imzo haqida”gi qonunlar muhim qadam bo‘lib xizmat qildi. 2007 yil esa, O‘zbekistonda elektron hukumatni shakllantirish borasida muhim amaliy qadamlar tashlangan, e‘tiborga molik yil bo‘ldi. Vazirlar Mahkamasining VM-181 son Qarori 23.08.2007, davlat organlarining o‘zaro hamda, fuqarolar va muassasalar bilan munosabatlarini, elektron hukumat xizmatlarini taqdim etish orqali yo‘lga qo‘yish borasida ustuvor yo‘nalishlar belgilab olindi. Bunda, axborot kommunikatsiya texnologiyalari qo‘llash orqali ko‘rsatiladigan interaktiv davlat xizmatlarining standartlarini yaratish va asosiy davlat interaktiv xizmatlari ro‘yxati qabul qilindi. Vazirlar Mahkamasining 2007 yil, 17 dekabrda VM-259 son Qarori bilan, hukumat portalida axborot taqdim etish va interaktiv xizmatlar ko‘rsatishni takomillashtirish borasida muhim ishlar amalga oshirildi. 2009 yil, 21 apreldagi, №116 hukumat qarori bilan, davlat organlarining internet tarmog‘ida taqdim etishi lozim bo‘lgan, 9 xil tematikaga biriktirilgan, jami 102 xil axborot turlari ro‘yxati, shuningdek, ularning yangilanib turishi muddatlari o‘rnatildi.

2002-2012 yillarda, O‘zbekistonda axborot kommunikatsiya texnologiyalari sohasini rivojlantirish, interaktiv davlat xizmatlari va elektron hukumatni shakllantirish borasida 14 ta qonun hujjatlari va boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilindi. O‘zbek elektron hukumatini shakllantirishning huquqiy asoslari borasida 2012-yil eng katta burilish yili bo‘ldi. 2012-yilda qabul qilingan jami 4 ta qonun hujjatlarida, O‘zbekistonda elektron hukumatni amaliyotga joriy etishni jadallashtirish borasida asosiy chora-tadbirlar va aniq yo‘nalishlar belgilab olindi. Avvalo, 2012 yil, 21-mart kuni imzolangan, PQ-1730, “Zamonaviy axborot kommunikatsiya texnologiyalarini yanada joriy etish va rivojlantirish chora tadbirlari” haqidagi Prezident qarori orqali, o‘z ichiga 21 ta aniq chora-tadbirlarni qamrab olgan, 2012-2014 yillarga mo‘ljallangan maxsus dastur tasdiqlandi va uning ijrosi maxsus Muvofiqlashtiruvchi Kengashga yuklandi. Vazirlar

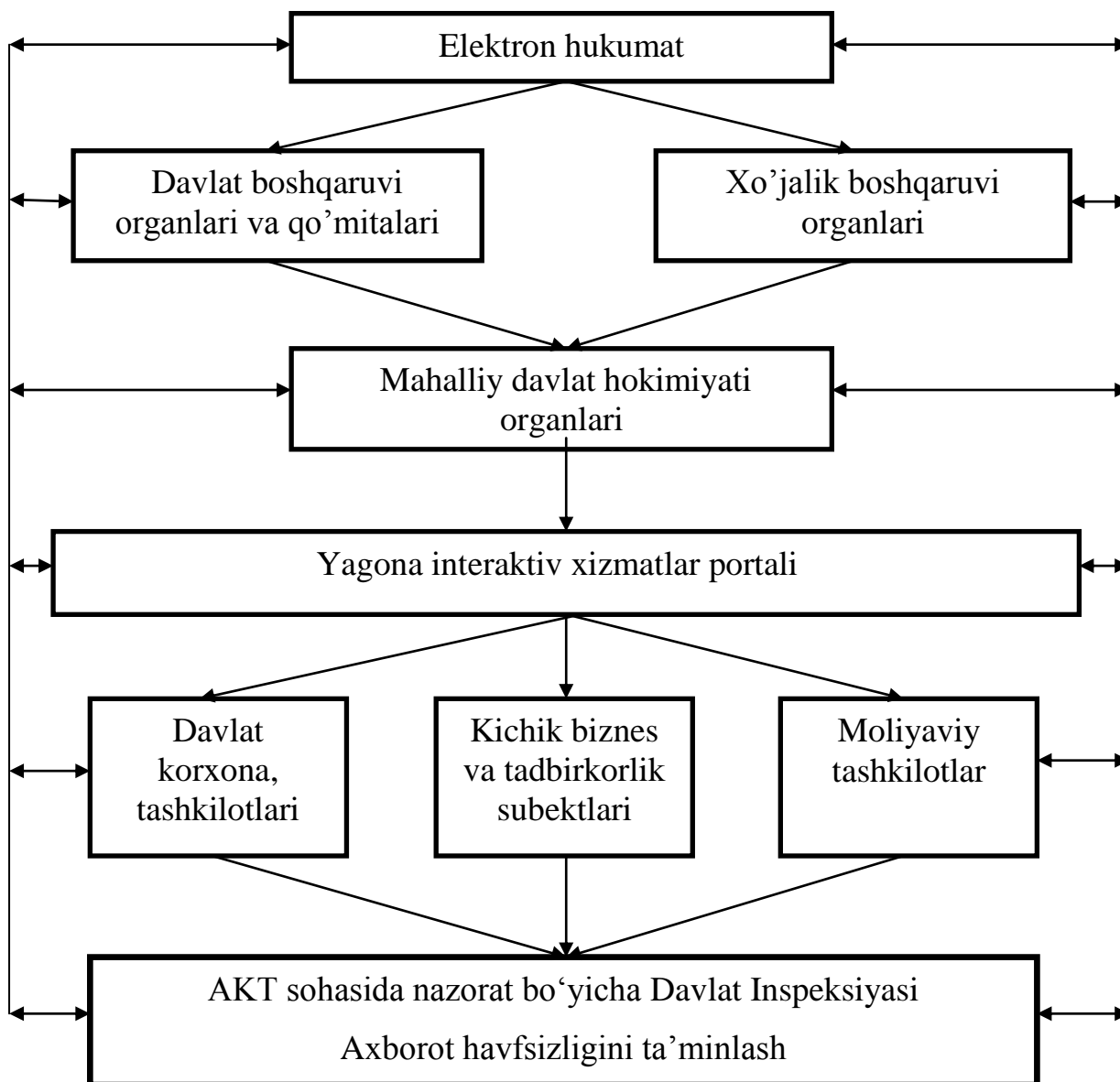
Mahkamasining 2012 yil, 1-noyabrdagi, №313 qarori bilan, elektron hukumatning asosiy interaktiv xizmatlari ro'yxati (reestri) yangilandi, va nihoyat, bu borada, Vazirlar Mahkamasining 2012 yil 30 dekabrdagi, №378 "Interaktiv davlat xizmatlari ko'rsatishni hisobga olgan holda internet tarmog'ida O'zbekiston Respublikasining hukumat portali faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" qarori bilan, elektron hukumatni yanada rivojlantirish va davlat boshqaruviga zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy etishda ko'maklashish maqsadida, Yagona davlat interaktiv xizmatlari portali (Yagona portal) tashkil etish va uning texnik va texnologik asoslari bayon qilingan nizom qabul qilindi. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012-yil 30-dekabrdagi 378-son qarori ijrosini ta'minlash maqsadida Inspeksiya tomonidan har oyda davlat organlarining Yagona interaktiv davlat xizmatlari (YAIDX) portali (www.my.gov.uz) orqali aholi va tadbirkorlik sub'etklariga 260 turdagi 724ta interaktiv davlat xizmatlari belgilangan tartibda ko'rsatilishi monitoring qilib kelindi. Monitoring natijalari bo'yicha ma'lumotlar har oy yakunida Vazirlikka taqdim etildi va mavjud kamchiliklarni bartaraf etish choralari ko'rildi.

Ko'rinib turibdiki, O'zbekistonda, elektron hukumatni tashkil qilish borasida hukumat darajasida katta e'tibor ko'rsatilmoqda. Buning yaqqol misoli sifatida, hukumat darajasida qabul qilingan so'nggi muhim qarorlarni keltirishimiz mumkin. 2013 yil, 16-sentyabrdagi 250-sonli Hukumat Qarori bilan, O'zbekistonda elektron hukumat tizimini yanada rivojlantirish maqsadida, maxsus markaz – "Elektron hukumat tizimini rivojlantirish markazi" hamda, "Axborot xavfsizligini ta'minlash markazi" tashkil qilindi. Mazkur qaror bilan, O'zbekistonda elektron hukumat tizimini rivojlantirish va qo'llab quvvatlash, uning me'yoriy-huquqiy bazasi, uslubiy va texnologik ta'minoti va tizim uchun mas'ul tashkilotlarning moddiy texnik bazasini mustahkamlashga oid o'ta muhim ustuvor vazifalar aniq belgilab berildi.

Yuqorida eslab o'tilgan barcha me'yoriy-huquqiy qonunchilik hujjatlari, O'zbekistonda interaktiv davlat xizmatlari hamda elektron hukumatni joriy qilish,

uni rivojlantirish borasida bosqichma-bosqich, evolyutsion huquqiy po'ydevorni yaratishga xizmat qildi.

“Elektron hukumat” o‘z mohiyatiga ko‘ra, davlat organlari faoliyatida axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan keng foydalanish asosida davlat xizmatlarini ko‘rsatishning samaradorligini oshirish, fuqarolar bilan o‘zaro munosabatlarning qulay va samarali ko‘rinishining modeli 3.1.1-rasmda ko‘rsatilgan.



3.1.1-rasm. Elektron hukumat tizimi amalga oshirilishi modeli

Manba: Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Elektron hukumat: Texnologik dasturlari.

Jahon tajribasida elektron hukumat tizimi quyidagi asosiy texnologik dasturlar poydevorida shakllangan: (shu jumladan O‘zbekiston elektron hukumat tizimi ham).

1. G2G (Government to Government) – Davlat–davlatga;
2. G2C (Government to Citizens) – Davlat-fuqarolarga;
3. G2F (Government to Foreigners) – Davlat-xorijliklarga;
4. G2B (Government to Business) – Davlat-biznesga.

Endi mazkur yo‘nalishlarni batafsil tahlil qilsak:

1. G2G (Government to Government) – Davlat–davlatga – bunda Davlat boshqaruvi apparati ichki strukturalari, markaziy va mahalliy hokimiyatlar, turli davlat idora, tashkilot va muassasalari orasidagi o‘zaro munosabatlarda elektron hukumat tizimini joriy etish, elektron hujjat aylanishi, davlat organlari faoliyatining shaffofligi ortishi, doimiy monitoring va hisobot shakllari kabilar amalga oshiriladi.

2. G2C (Government to Citizens) – Davlat-fuqarolarga – bu tizimda esa, fuqarolar, yagona davlat interaktiv xizmatlari portali orqali, o‘zlarining davlat organlariga ariza, shikoyat yoki taklif kabi murojaatlarini elektron tarzda yuborishlari va ularga javob olishlari, turli xil davlat xizmatlaridan foydalanishlari, ya’ni, masalan, rasmiy hujjatlarning elektron nusxalarini shakllantirib olishlari, turli xil ma’lumotnoma, xabarnomalarni olishlari, shuningdek turli xil to‘lovlar bo‘yicha tranzaksiyalarni on-layn usulda amalga oshirishlari mumkin bo‘ladi.

3. G2F (Government to Foreigners) – Davlat-xorijliklarga – bu tizimda, Davlat va xorijlik shaxslar o‘rtasida, milliy qonunchilik va xalqaro hujjatlarga tayangan holda interaktiv xizmatlar ko‘rsatilishi nazarda tutiladi. Masalan, viza masalalari, investitsiyalar, ta’lim va turizm sohalariga oid xizmatlar ko‘rsatilishi nazarda tutiladi.

4. G2B (Government to Business) – Davlat-biznesga – mazkur tizim esa, yuridik shaxslar, ishbilarmonlar va tadbirkorlar uchun ruxsatnomalar olish, turli xil

rasmiy jarayonlarni interaktiv usulda soddalashtirilgan tarzda amalga oshirish, shuningdek, davlat yig'implari, to'lovlar va hokazolarni on-layn amalga oshirish, hisobotlar va rasmiy murojaatlarni on-layn yuborish imkonini berishi ko'zlanadi.

O'zbekistonda elektron hukumat tizimini shakllantirish va amaliyotga joriy qilish borasidagi ilk portal bu – O'zbekiston Respublikasi Hukumati portali – www.gov.uz bazasida boshlangan edi. Hukumat portalining asosiy sahifasida, saytga tashrif buyuruvchining e'tiboriga yaqqol tashlanadigan joyda alohida ajratib ko'rsatilgan havola-tugmalar orqali taqdim etilgan. Bu, vazirliklar, idoralar va boshqa davlat tashkilotlarining Web-saytlarida taqdim etilayotgan interaktiv xizmatlarning yaxlit majmuasini tashkil qilib, zaruriy aloqa shakllari va giperhavolalar bilan ta'minlangan. Shuni alohida ta'kidlab o'tish kerakki, hukumat portali – www.gov.uz dagi interaktiv davlat xizmatlari tizimi, Yagona Portal (YDIXP)dagidan bir oz farq qiladi va u Interaktiv davlat xizmatlari uchun maxsus alohida portal – www.my.gov.uz tashkillangan va samarali faoliyat olib borayotgan bugungi kunda ham o'z funksional vazifalari hamda dolzarbligini saqlab kelmoqda. 2012 yil so'ngida, ya'ni Yagona Portal hali mavjud bo'lmagan davrda, Hukumat portalidagi interaktiv davlat xizmatlari soni 91 tani tashkil etar edi.

Hukumat portalidagi interaktiv davlat xizmatlari 27 ta tegishli bo'limlarga ajratilgan bo'lib, ulardan 11 tasi fuqarolar va biznesga (G2C va G2B) mo'ljallangan: 5 tasi esa xorijliklarga mo'ljallangan (G2F). portali orqali bir tomonlama axborot taqdim qilish, qonunchilik manbalari bilan tanishtirish shaklidan, ikki tomonlama, ya'ni, haqiqiy interaktiv xizmat shakliga o'tish jarayonida birinchilardan bo'lib, Yuridik shaxslar uchun soliq deklaratsiyalarini on-layn to'ldirish va DSI ga yuborish, fuqarolar uchun esa, soliq idoralaridan shaxsiy STIR raqami, shuningdek, joriy sanaga soliqlardan qarzdorlik yoki haqdorlik mavjudligi haqidagi ma'lumotnomani shakllantirib, yuklab olish xizmatlari yo'lga qo'yilgan edi. Buning uchun Davlat Soliq Inspeksiyasining maxsus sayti (asosiy sayt www.soliq.uz) – www.hisobot.uz ga kirib, zaruriy ma'lumotlar – login, parol va kalitini kiritish orqali shaxsiy kabinetga kirish va

standart harakatlarni amalga oshirish bilan ko‘zlangan maqsadga erishish mumkin. Mazkur yo‘nalishda keyingi muhim qadamlar kommunal soha tashkilotlaridagi iste’molchilarning hisob-raqamlarining holati haqidagi ma’lumotlarni olish imkonini beruvchi xizmatlar bo‘ldi. Xususan, iste’molchilar uchun foydalanilgan elektr energiyasi hisob-kitoblari haqidagi ma’lumotlarni on-layn taqdim etishni birinchilardan bo‘lib, O‘zbekenergo DAK (www.uzbekenergo.uz) yo‘lga qo‘ydi. Davlat statistika qo‘mitasi saytida firma nomlarini on-layn ro‘yxatdan o‘tkazish tizimi, Bojxona qo‘mitasi saytida esa, bojxona deklaratsiyalarini on-layn qabul qilish tizimi ish boshladi. Shu tarzda, hukumat portalida interaktiv davlat xizmatlarining soni ortib, ular sifat jihatdan ham takomillashib bordi. Xususan, keyingi davrda har bir davlat idorasi, tashkiloti, muassasa va boshqa tuzilmalarning, mahalliy hokimiyatlarning rasmiy Web-saytlarida alohida interaktiv xizmatlar bo‘limi tashkil etildi. Biroq, bu holatning bitta noqulaylik tarafi mavjud edi: ular tarqoq holda bo‘lib, har bir muassasaga murojaat etishda, uning sayti saytidan foydalanish, agar murojaatni ko‘rib chiqishda boshqa muassasaning ham ishtiroki talab qilinsa, bunda murojaat etuvchi fuqaro, ikkinchi muassasaga ham alohida murojaat bilan chiqishi kerak edi. Qolaversa, ayrim tashkilotlarning veb-saytlarida ko‘rsatilgan manzillarning faol emasligi, yoki, murojaat e’tiborsiz qoldirilishi holati nazoratdan chetda qolar edi. Shu kabilarni bartaraf etish va davlat interaktiv xizmatlarini standartlashtirilgan yagona tizimga birlashtirish bu o‘rinda mantiqan to‘g‘ri va optimal variant bo‘lardi. Shu sababli ham Vazirlar Mahkamasining maxsus qarori bilan barcha davlat interaktiv xizmatlarining standartlashtirilgan yaxlit majmuini o‘zida namoyon etuvchi Yagona Davlat Interaktiv Xizmatlari Portali (YDIXP)- www.my.gov.uz tashkil etildi va u 2013 yil 1-iyul sanasidan boshlab test rejimida ish boshladi.

O‘zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi hamkorligida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada rivojlantirish bo‘yicha chora-tadbirlar rejasi, viloyatda interaktiv davlat xizmatlarini joriy qilish va rivojlantirish dasturlari ishlab chiqildi. Unga ko‘ra,

elektron hukumat tizimini shakllantirish, tadbirkorlik sub'etklari va aholiga interaktiv davlat xizmatlari ko'rsatishning yangi shakllari joriy etilmoqda.

Ta'lim muassasalarida ham zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan unumli foydalanilmoqda. Xususan, loyiha sifatida sinov o'tkazilayotgan "Davomat" axborot tizimi tadbiriq etilyapti. "Davomat" tizimi o'quvchilarimizning kollej binosiga qachon etib kelgani va dars tugab uyga yo'l olgani haqidagi aniq axborotni ota-onalarning qo'l telefoniga SMS orqali uzluksiz jo'natib turibdi.

O'zbekiston Respublikasining "Elektron hukumat to'g'risida"gi qonuni bilan davlat organlari faoliyatining ochiqligi va shaffofligini, ko'rsatilayotgan xizmatlar tezkorligini ta'minlashning huquqiy asosi mustahkamlab qo'yilgani ularning mas'uliyatini va ijro intizomini kuchaytirish, aholi va tadbirkorlik sub'etklari bilan axborot almashishni ta'minlashning qo'shimcha mexanizmlarini yaratishda ham yuksak samaralar beradi.¹⁹

Elektron hukumatni joriy qilish orqali erishilishi ko'zda tutiladigan yana bir qancha iqtisodiy va ijtimoiy naf omillari ham mavjudki, ularni ham o'z o'rnida e'tirof etib o'tish zarur: elektron hujjat almashinuvi tufayli, qog'oz iste'moli qisqaradi, ya'ni qog'oz mahsuloti tejaladi, hujjat almashinuv tizimida vaqt tejaladi, ya'ni elektron hujjat axborot kommunikatsiya texnologiyalari orqali yuborilganda. Davlat idorasiga murojaat etuvchi fuqaro, dastlabki zaruriy hujjatlarni to'plamini yoki murojaatnomani bir marotaba shakllantirib, kerakli manzilga yo'llaydi, murojaatni ko'rib chiqish va unga munosabat bildirishning keyingi bosqichlari maxsus semantik tizim asosida, avtomatlashtirilgan ko'rinishda, murojaat etuvchining ishtirokisiz amalga oshadi. Ya'ni, murojaat etuvchi fuqaro, zaruriy hujjatlar to'plamini, yoki, murojaatnomani ko'tarib, idorama-idora sarson yurishi, murojaatni ko'rib chiqishda jarayonining kureri sifatida qatnashishi, bu orqali, vaqt, transport, kanselyariya va boshqa turdagi xarajatlarga tushishi oldi olinadi. Bunda murojaatni ko'rib chiqishi va unga javob berishi zarur bo'lgan idoraning mazkur murojaatga nisbatan munosabati yuqori tashkilot tomonidan nazorat qilib

¹⁹ O'zbekiston Milliy Axborot Agentligi ma'lumotlaridan.

turiladi, agar tegishli idora qonunda belgilangan muddatda murojaatni ko‘rib chiqmasa yoki unga javob bermasa, yuqori davlat tashkiloti tomonidan chora ko‘rilishi mumkin bo‘ladi.(2-ilova)

2015-yilning 1 yanvaridan boshlab mamlakatimizning barcha hududlarida tadbirkorlik sub’ektlariga «yagona darcha» tamoyili asosida Davlat xizmatlari ko‘rsatish yagona markazlari faoliyat boshladi. Shuningdek, tadbirkorlik sub’ektlarining muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga ulanishi bo‘yicha mutlaqo yangi mexanizm joriy etildi. Unga ko‘ra, ushbu tarmoqlar ishini yuritadigan tashkilotlarning hududiy korxonalariga texnik shartlarni olishdan tortib muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga ulanishgacha bo‘lgan barcha jarayonlarni amalga oshirib, ularni tadbirkorlarga tayyor holda topshirish vakolatlari berildi. Darhaqiqat, davlat rahbari aytib o‘tganidek, ayni paytda global iqtisodiyotda kompyuter va telekommunikatsiya texnologiyalari, dasturiy ta‘minot mahsulotlarini ishlab chiqarish va ular asosida keng turdagi interfaol xizmatlar ko‘rsatishni o‘z ichiga olgan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasining roli va ahamiyati tobora ortib bormoqda.

2015-yilning dastlabki kunlaridan tadbirkorlar uchun yana bir qulaylik yaratildi. Buning uchun zamonaviy markazlar zarur axborot-kommunikatsiya va muhandislik texnologiyalari bilan jihozlanib, internet tarmog‘iga ulandi. Malakali kadrlar bilan ta‘minlandi. Tuman va shahar hokimliklari huzurida yangidan tashkil etilgan “Yagona darcha” markazlari 2015-yil 1-yanvardan tadbirkorlik sub’ektlariga o‘n olti turdagi davlat xizmatini ko‘rsata boshladi, buning uchun tadbirkorlik sub’ektlariga davlat xizmatlari ko‘rsatib kelgan organlar bilan elektron aloqa yo‘lga qo‘yildi.(3-ilova)

Tadbirkorlik sub’ektlariga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan keng foydalangan holda davlat xizmatlarini ko‘rsatish sifati hamda ulardan foydalanish imkoniyatlarini takomillashtirish va shaffofligini ta‘minlash maqsadida Respublika bo‘ylab 194 “Yagona darcha” markazlarini tashkil etish O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Xususiy mulk, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni ishonchli himoya qilishni ta‘minlash, ularni jadal

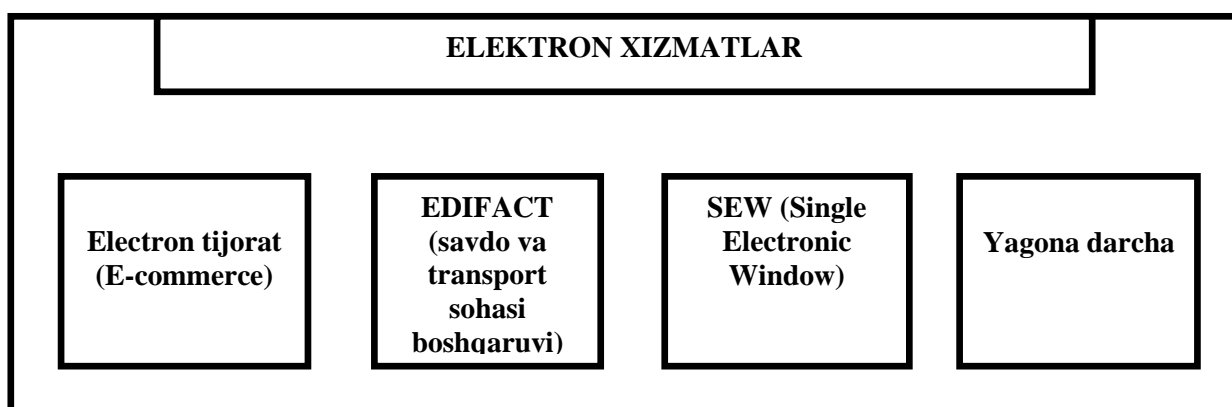
rivojlantirish yo‘lidagi to‘siqlarni bartaraf etish chora-tadbirlari to‘g‘risida” 2015 yil 15 maydagi PF-4725-sonli farmoni bilan belgilangan.(4-ilova)

Yuqoridagi ko‘rsatib o‘tilganlar natijasida fuqarolarga va biznesga ko‘rsatiladigan davlat xizmatlarida samaradorlik ortadi, ya’ni, fuqaro davlat idorasiga ariza, shikoyat yoki taklif bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri, elektron shaklda murojaat etishi va javob olishi mumkin bo‘ladi. Bu esa o‘z navbatida davlat organlari va boshqa sub’etklar o‘rtasidagi munosabatlar tezligini va shaffofligini ta’minlaydi.

3.2. Zamonaviy marketing faoliyatini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari asosida rivojlantirishning ahamiyati.

Zamonaviy marketing faoliyatini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari asosida amalga oshirish bu sohaga ko‘plab o‘zgarishlarni kiritishni talab etadi. Bu borada bitiruv malakaviy ishimizda yuqoridagi boblarda keltirilgan AKT tizimlaridan foydalangan holda marketing tizimiga ham o‘gartirishlar kiritish masalalarini tahli etish va takliflar kiritish ko‘zda tutildi.

Marketing faoliyatini yangicha amalga oshirishning yana bir usuli bu elektron xizmatlar ko‘rsatish tizimi hisoblanadi. 3.2.1-rasmda elektron xizmatlar sohasi keltirilgan.



3.2.1-rasm. Elektron xizmatlar sohasi

Manba: Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Elektron tijorat – bu tijorat aloqalarining bir turi bo‘lib, sotuvchi va xaridor o‘rtasidagi shartnomalar hamda xizmatlar Internet orqali amalga oshiriladi. Internetda turli kompaniyalar o‘z tovar va xizmatlarini reklama qiladilar. Ular bu ishni Internetda joylashgan elektron kataloglar yordamida amalga oshiradilar. Elektron kataloglarda tovar va xizmatlar haqida to‘liq ma‘lumotlar ya‘ni, tovar nomi, ishchilab chiqarilgan sana, ko‘rinishi, turi, savdo turi, narxi, transport xarajatlari, yuklash va jo‘natish, mijozlarning burchlari, sug‘urta va yetkazib berish shartlari keltiriladi.²⁰

Rivojlangan davlatlarda elektron tijoratni biznes yuritishning asosiy ajralmas bo‘lagi sifatida qarashsa, rivojlanayotgan davlatlarda uni biznes yuritishning muqobil usuli deb qarashadi. Keyingi paytlarda rivojlanayotgan davlatlarda internetni va AKTni tez informatsion ma‘lumot almashish vositasi sifatida qarashmoqda. Lekin Internetdagi ma‘lumot almashish asosan global xarakterga ega ekanligini hisobga olgan holda, u yerdagi ma‘lumotlar ular uchun keraksiz tuyulmoqda. Rivojlanayotgan davlatlarda internet saytlari mahalliy biznes vakillari uchun kerakli axborotni beraolmasligi elektron tijoratni oqsashiga olib kelmoqda. Umuman olib qaraganda elektron tijorat rivojlangan davlatlardagi kabi rivojlanayotgan davlatlarda iqtisodiga singib ketmagan. Elektron tijorat rivojlanayotgan davlatlardagi tadbirkorlar uchun ancha foydalidir.

O‘zbekiston Prezidenti Islom Karimov 2015-yil 22-may kuni yangi tahrirdagi “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi qonunni imzoladi. Hujjatda belgilanishicha, axborot tizimlaridan foydalangan holda tuziladigan shartnomaga muvofiq amalga oshiriladigan tovarlar (ishlar, xizmatlar) oldi-sotdisi elektron tijoratdir.²¹ Ushbu Qonunning maqsadi elektron tijorat sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat. Qonunda aytilishicha, axborot tizimlaridan foydalangan holda tuziladigan shartnomaga (bundan buyon matnda elektron tijoratdagi shartnoma deb yuritiladi) muvofiq amalga oshiriladigan tovarlar (ishlar, xizmatlar) oldi-sotdisi elektron tijoratdir.

²⁰ www.e-bozor.uz saytidan.

²¹ www.lex.uz saytidan.

Elektron tijoratning asosiy prinsiplari quyidagilardan iborat:

- elektron tijoratda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish erkinligi;
- elektron tijoratda shartnomalar tuzishning ixtiyoriyligi;
- elektron tijoratda ishtirok etish shart-sharoitlarining tengligi;
- elektron tijorat ishtirokchilarining huquqlari va qonuniy manfaatlari himoya qilinishidir.

Elektron tijorat sohasidagi davlat siyosati elektron tijoratni rivojlantirish uchun huquqiy, iqtisodiy, tashkiliy, texnikaviy va boshqa shart-sharoitlar yaratishga yo'naltirilgandir.

Elektron tijorat sohasidagi davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari quyidagilardan iborat:

- elektron tijorat vositasida amalga oshiriladigan tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish;

- elektron tijorat vositasida amalga oshiriladigan tadbirkorlik sohasiga investitsiyalar, zamonaviy texnologiyalar va jihozlarni jalb etish uchun shart-sharoitlar yaratish; tadbirkorlik faoliyati sub'ektlarini ularning elektron tijorat sohasidagi faoliyati uchun zarur bo'lgan huquqiy, iqtisodiy, statistik, ishlab chiqarish-texnologik, ilmiy-texnikaviy va boshqa axborot bilan ta'minlash;

- elektron tijorat sohasidagi ilmiy-texnikaviy tadqiqotlarni rag'batlantirish, kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish;

- elektron tijorat sohasidagi xalqaro hamkorlik.

Elektron tijorat sohasini davlat tomonidan tartibga solishni O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi va u elektron tijorat sohasida maxsus vakolat bergan davlat organi amalga oshiradi. Elektron tijoratdagi elektron hujjatlar, shuningdek elektron shaklda qayd etilgan, yuboruvchisini identifikatsiya qilish imkoniyatini beradigan axborot (bundan buyon matnda elektron xabarlar deb yuritiladi) o'z qo'li bilan imzolangan qog'ozdagi hujjatlarga tenglashtiriladi va ulardan bitimlar tuzilganligining dalili sifatida foydalanilishi mumkin. Elektron tijoratdagi shartnoma faqat axborot tizimlaridan foydalanilgan holda tuzilganligiga asoslanib haqiqiy emas deb topilishi mumkin emas.

Elektron tijoratda oferta elektron hujjat tarzida tuziladi. Elektron tijorat ishtirokchisining oferta qabul qilinganligi to'g'risidagi javobi (aksept) elektron hujjat yoki elektron xabar tarzida yoxud ofertada ko'rsatilgan shartlarni bajarish bo'yicha harakatlarni sodir etish yo'li bilan amalga oshirilishi mumkin. Elektron tijoratda tovarlarni (ishlarni, xizmatlarni) sotuvchi yoki ularning xaridori bo'lgan yuridik yoki jismoniy shaxs elektron tijorat ishtirokchisidir. Elektron tijoratda tovarlarni (ishlarni, xizmatlarni) sotuvchi yuridik shaxs yoki yakka tartibdagi tadbirkor hisoblanadi.

Elektron tijoratda ishtirok etish, agar qonunda boshqacha qoida belgilanmagan bo'lsa, uning ishtirokchisiga nisbatan axborot tizimlaridan foydalanmasdan amalga oshirilayotgan tadbirkorlik faoliyatiga nisbatan qo'shimcha talablar yoki cheklovlar belgilanishi uchun asos bo'la olmaydi.

Elektron tijoratda elektron hujjatlar va elektron xabarlar aylanishi bilan bog'liq xizmatlar ko'rsatuvchi yuridik shaxs axborot vositachisidir.

Axborot vositachilari jumlasiga quyidagilar kiradi:

- elektron tijorat ishtirokchilarining elektron hujjatlari va elektron xabarlari aylanishi bo'yicha xizmatlar ko'rsatuvchi telekommunikatsiya tarmoqlari operatorlari va provayderlari;

- elektron tijorat ishtirokchilarining to'lov tizimlaridan foydalanilishini va to'lovlar o'tkazilishini ta'minlash bo'yicha xizmatlar ko'rsatuvchi banklar;

- elektron yarmarkalar, kimoshdi savdolari va tanlovlar tashkil etilishini amalga oshiruvchi yuridik shaxslar; elektron tijorat ishtirokchilarining elektron hujjatlari va elektron xabarlarini saqlash bo'yicha xizmatlar ko'rsatuvchi yuridik shaxslar.

Axborot vositachilari jumlasiga qonun hujjatlariga muvofiq boshqa yuridik shaxslar ham kiritilishi mumkin. Shuningdek hujjatda elektron tijorat ishtirokchisining huquq va majburiyatlari, axborot vositachisining huquq va majburiyatlari, elektron tijoratdagi shartnoma shartlari, elektron tijoratda ofertaga qo'yiladigan talablar va boshqa tafsilotlar keltirib o'tilgan.

Elektron tijorat tizimida bu tizimni amalga oshirishning 4 yo'nalish uchraydi:

1. Ikki firma o'rtasidagi elektron tijorat (Biznes – Biznes, B2B).
2. Firma va mijoz o'rtasidagi elektron tijorat (Biznes – Mijoz, B2C).
3. Firma va Davlat o'rtasidagi elektron tijorat (ko'p tarqalmagan, B2A).
4. Mijoz va Davlat o'rtasidagi elektron tijorat (endi rivojlanmoqda, C2A).²²

Elektron tijoratning an'anaviy savdo turlaridan farqi Elektron pullar tushunchasidadir.

Elektron pullar – bu pul birligiga tenglashtirilgan belgilar hamda kupyura va tanga rolini bajaruvchi katta son yoki fayllardir. Bunday tizimning faoliyat ko'rsatish harajatlari boshqalaridan ancha kam. Bundan tashqari, elektron pullar to'liq anonimlikni ta'minlashi mumkin, chunki uni ishlatgan mijoz haqida hech qanday ma'lumot yubormaydi.

Texnika vositalaridan, axborot texnologiyalaridan va axborot tizimlari xizmatlaridan foydalangan holda elektron to'lov hujjatlari vositasida naqd pulsiz hisob-kitoblarni amalga oshirish elektron to'lovdir. Elektron to'lov tizimi WEBSUM, iPAY, PAYNET, WEBMONEY, IntellectMoney, Perfect Money, RBK Money, V-money kabilar orqali amalga oshiriladi.

Elektron tijorat tizimining imkoniyat va afzalliklari:

Ishlab chiqaruvchilar imkoniyatlari:

- global bozor imkoniyatlari;
- korxonalar raqobatbardoshligining oshishi;
- iste'molchilar ehtiyojlari to'g'risida ko'proq axborotlarga ega bo'lish.

Iste'molchilarning imkoniyatlari:

- global bozorda tanlash imkoniyati;
- yuqori sifatli tovarlarga ega bo'lish;
- tovar va xizmatlarni personallashtirish;
- narxlarning hamyonbobligi;
- talablarga tez javob olish;
- yangi tovar va xizmatlarga ega bo'lish.

Ta'minlavchilarning imkoniyatlari:

²² www.e-bozor.uz saytidan.

- xarajatlarning kamayish;
- tovarni iste'molchilarga yetqazish yo'lining qisqarish;
- yangi biznes modellarining paydo bo'lishi.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki zamonaviy marketing faoliyatini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari asosida amalga oshirishda elektron tijorat tizimining ahamiyati salmoqlidir.

III bob bo'yicha xulosalar

Davr bilan hamqadam bo'lish taraqqiyotning asosiy shartidir. Bu esa izchil harakat, uzoqni o'ylab qabul qilingan strategik rejalarni jadal amalga oshirish bilan uzviy bog'liq. O'zbekistonda biznesni rivojlantirish axborot-kommunikatsiya tizimini rivojlantirish asosida kompleks tarzda izchil amalga oshirilib kelinmoqda. Bu kabi muhim vazifalarni amalga oshirishda III bobda keltirilgan AKTning ilg'or tizimlaridan foydalanish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Ta'kidlash joizki, aynan zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish davlat organlari faoliyatining yanada ochiq bo'lishiga imkon beradi, muhim boshqaruv jarayonlarida fuqarolar va fuqarolik jamiyati institutlarining faol ishtirok etishi uchun sharoit yaratadi. Shu bilan birga, bugun hayotning o'zi bizga axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan keng foydalanish biznes yuritishni yaxshilashga, milliy iqtisodiyotimizda raqobatbardoshlikni oshirishga, aholining hayot sifatini oshirishga xizmat qilishini ko'rsatib turibdi. So'nggi yillarda mamlakatimizda davlat organlarini kompyuterlashtirish, lokal va korporativ ma'lumotlar uzatish tarmoqlarini yaratish, idoraviy ma'lumotlar bazalari va axborot resurslarini shakllantirish bo'yicha olib borilayotgan ishlar esa zamonning ushbu muhim mezoniga mos amaliy javob deyish mumkin.

Axborot kommunikatsiya texnologiyalari va Davlat boshqaruvi, "Elektron hukumat" Davlat hokimiyati ichki tarmoqlari boshqaruvi (markaziy hukumat va mahalliy hokimiyatlar, davlat tashkilot va muassasalari o'rtasidagi o'zaro uzviylik) va davlat tashkilot va muassasalarining fuqarolar hamda biznesga ko'rsatadigan

xizmatlarining samaradorligini oshirishda axborot kommunikatsiya texnologiyalarining qulayliklari va imkoniyatlaridan foydalanish – zamonaviy ilg‘or yo‘nalishlardan biri bo‘lib, xalqaro leksikonda u “Elektron hukumat” (e-government) deb yuritiladi.

Elektron tijorat yordamida quyidagi masalalarni yechish mumkin:

- bo‘lg‘usi mijozlar, mol yetkazib beruvchilar va buyurtmachilar bilan veb tizimi orqali aloqa o‘rnatish;

- savdo bitimlarini amalga oshirish uchun kerakli hujjatlarni elektron ko‘rinishda ayirboshlash;

- tovar va xizmatlar sotilishi va yetkazib berilishini nazorat qilish;

- tovar reklamasi va xariddan keyingi qo‘llab -quvvatlash;

- xarid uchun elektron to‘lovni amalga oshirish.

Mazkur vazifalarning amalga oshirilishi natijasida, davlat va jamiyat munosabatlarida katta yutuqlarga erishiladi va yurtimizning ilg‘or davlatlar safiga qo‘shilishiga xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Bugun mamlakatimizning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining ahamiyati har qachongidan ham dolzarblik kasb etib, hayotiy zaruratga aylanib bormoqda. Albatta, qay bir soha rivojiga ahamiyat bermaylik, ularning zamirida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining hissasi yuqori bo'layotganini ko'ramiz. Istiqlolning dastlabki yillaridanoq axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini har tomonlama ravnaq toptirish, uning huquqiy-tashkiliy hamda moddiy-texnik bazasini mustahkamlashga qaratilgan katta e'tibor tufayli taraqqiyotning "o'zbek modeli" asosida AKTni zamon talablariga muvofiqlashtirish va takomillashtirish dasturi yaratildi.

Qisqa davrda AKTning mustahkam infratuzilmasi, malakali kadrlar tayyorlash tizimi shakllantirildi. Axborot texnologiyalarining davlat boshqaruvi va ishlab chiqarishda keng joriy qilinayotgani natijasida tarmoq muntazam kengayib, uning ahamiyati yanada ortib bormoqda. Uzoqqa bormaylik, bundan atigi 10 yil ilgari aloqa va axborotlashtirish sohasida asosiy vazifalar telekommunikatsiya va ma'lumotlar uzatish tarmoqlarini, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini va axborot tizimlari hamda resurslarini rivojlantirish, sohada axborot ayirboshlashning elektron shakllariga o'tish dasturlarini joriy etish, axborot resurslari va axborot tizimlarini muhofaza qilishdan iborat bo'lgan.

Bugungi kunga kelib esa mamlakatimizda "elektron hukumat" tizimi tadbiiq etilmoqda, internet tarmog'iga keng polosali ulanish kengayib, raqamli telekommunikatsiya tizimlariga to'liq o'tish ta'minlanmoqda. Bundan tashqari, davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining axborotlashtirish va interaktiv davlat xizmatlarini takomillashtirish borasidagi faoliyati muvofiqlashtirilib, idoralararo axborot tizimlari yaratilmoqda va boshqarilmoqda. Shuningdek, raqobatdosh dasturiy mahsulotlarning mamlakatimizda ishlab chiqarilishini, ichki bozorni hamda ularga ko'rsatiladigan xizmatlarni rivojlantirish, axborot xavfsizligini ta'minlashning zamonaviy texnologiyalarini tadbiiq etish, internet tarmog'ining

milliy segmentini yanada takomillashtirish ham AKT sohasi oldida turgan ustuvor vazifalar sirasiga kiradi.

Davlatimiz rahbarining bu borada amalga oshirilayotgan tashabbuslari natijasida, respublikamizda marketing faoliyatida axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish bosqichma-bosqich hayotga joriy qilinayapti. Jamiyatimiz hayotida, qolaversa, iqtisodiyotimizda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining o'rnini muhimligidan kelib chiqib, 2013–2020 yillarda O'zbekiston Respublikasining Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini rivojlantirish kompleks dasturi qabul qilindi. Ushbu chora-tadbirlarning amaliyotga izchil joriy etilishi tufayli jamiyatni axborot-kommunikatsiya mahsulotlari va xizmatlari bilan to'la ta'minlash, sohani mamlakat iqtisodiy taraqqiyotini belgilovchi bosh mezonlardan biriga aylantirish yo'lida salmoqli ishlar amalga oshirilmoqda.

Agar raqamlarga e'tibor qaratadigan bo'lsak, 2015 yilning birinchi choragida axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari tizimida faoliyat yuritayotgan korxonalar tomonidan ko'rsatilgan xizmatlar hajmi 24,7 foizga o'sdi, kompyuter dasturlari bilan bog'liq xizmatlar hajmi esa 16,8 foizga oshdi.

Ma'lumki, axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish milliy tizimida mahalliy dasturiy ta'minot vositalarini ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatlash mazkur soha rivojining poydevori sifatida qabul qilingan tamoyildir. Mahalliy dasturiy ta'minot ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantirish chora-tadbirlarini amalga oshirish doirasida dasturchilarning Milliy reestri tuzilib, unga 69 ta mahalliy kompaniya kiritilgan. Software.uz katalogiga 1795 ta mahalliy dasturiy mahsulotlar kiritildi. Bugungi kunda davlat organlari veb-saytlari hamda elektron resurslari orqali 1088 turdagi interaktiv xizmatlar ko'rsatilmoqda. Aholi va tadbirkorlik sub'ektlariga elektron xizmatlar taqdim etishning muhim omili hisoblangan davlat axborot resurslari soni 306 ta, davlat organlari axborot tizimlari soni 378 taga etdi.

«UZ» hududidagi domenlar soni ayni kunda 21 mingdan oshib, 2015 yilning birinchi choragida yana to'rt mingga yaqin yangi veb-saytlar ishga tushirildi.

O'sish oldingi yilning shu davriga nisbatan 114 foizni, yil boshiga nisbatan 9,6 foizni tashkil qildi. Albatta, bu raqamlar internet tarmog'idagi milliy hududning jadal sur'atda rivojlanayotganidan darak beradi.

Mamlakatimizda internetdan foydalanuvchilar soni 10 million nafardan oshdi, ya'ni yurtimiz aholisining uchdan bir qismi global tarmoq imkoniyatlaridan bahramand bo'lmoqda. Internetdan foydalanuvchilarga keng imkoniyatlar yaratish maqsadida, respublikamizda internetning o'tkazuvchanlik darajasi to'rt barobar oshirildi, ulanish tezligi esa 1,5 marta ortdi. Shu bilan birga, 2014 yilda internetdan foydalanish narxi 2013 yilga nisbatan 11,6 foizga kamaytirildi.

Hozirda mamlakatimizning olis hududlarida yashayotgan aholining ham axborot-kommunikatsiya texnologiyalari xizmatlaridan foydalanish imkoniyatini kengaytirish masalasiga alohida e'tibor qaratilmoqda. Masalan, bugungi kunda mamlakatimiz bo'ylab tortilgan optik aloqa tarmoqlari 16 ming chaqirimni tashkil etmoqda. 2014 yilda Qo'ng'iroq, Boysun, Uzun, Mo'ynoq kabi olis tumanlarda ikki ming kilometrdan ziyod optik tolali aloqa tarmoqlari barpo etildi. «2015 yilda yangi, amaldagi ishlab chiqarish korxonalarini qurish, modernizatsiyalash va rekonstruksiya qilish bo'yicha yirik investitsion loyihalarning manzilli dasturi»ga muvofiq, 2015–2017 yillarda 6100 chaqirish, jumladan, joriy yilda 1800 chaqirimli keng polosali optik aloqa tarmoqlari qurish rejalashtirilgan.

Tashqi iqtisodiy faoliyatda munosib ishtirok etish, raqobatbardoshlikka erishish va uni rivojlantirish chuqur, ilmiy-uslubiy jihatdan asoslangan marketing tadqiqotlarini taqozo qiladi. Marketing tadqiqotlarini esa axborot-kommunikatsiya texnologiyalarsiz samarali amalga oshirib bo'lmaydi.

Tashqi iqtisodiy faoliyatni taraqqiy ettirish milliy va xalqaro doirada marketing tadqiqotlari va uning ilg'or tajribalarini jadal qo'llashni talab etadi. Marketing tadqiqotlarini samarali olib borish va optimal natijaga erishish uchun axborot-kommunikatsiya texnologiyalar darajasi va uning erishilgan salohiyati eng asosiy omil hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

I. O'zbekiston Respublikasi qonunlari, Prezident Farmonlari va Qarorlari, Vazirlar Maxkamasi Qarorlari

1. O'zbekiston Respublikasining "Axborotlashtirish to'g'risida"gi Qonuni, 2003 y.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Mamlakatimizning dasturiy ta'minot vositalari ishlab chiquvchilarini rag'batlantirishni yanada kuchaytirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-2042-sonli Qarori, 2013y.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasi Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-1989-sonli Qarori, 2013y.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasida kadrlar tayyorlash tizimini yanada takomillashtirish chora tadbirlari to'g'risida"gi PQ-1942-sonli Qarori, 2013y.

5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasi aloqa, axborotlashtirish va telekommunikatsiya texnologiyalari davlat qo'mitasini tashkil etish to'g'risida"gi PF-4475-sonli Farmoni, 2012y.

6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada joriy etish va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-1730-sonli Qarori, 2012 y.

7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish to'g'risida" 2002 yil 30 maydagi PF-3080-sonli Farmoni, 2005 y.

8. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "Interaktiv davlat xizmatlari ko'rsatishni hisobga olgan holda internet tarmog'ida O'zbekiston Respublikasining hukumat portali faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi VM-378-sonli Qarori 2012 y.

9. O'zbekiston Respublikasining "Elektron hukumat to'g'risida"gi Qonuni, 2015 y.

10. O'zbekiston Respublikasining "Elektron tijorat to'g'risida"gi Qonuni, 2015y.

II. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti asarlari

11. Asosiy vazifamiz – jamiyatimizni isloh etish va demokratlashtirish, mamlakatimizni modernizastiya qilish jarayonlarini yangi bosqichga ko'tarishdan iborat Prezident Islom Karimovning O'zbekiston Respublikasi Konstitustiyasi qabul qilinganining 23 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi ma'ruzasi // Xalq so'zi, 2015 yil 6 dekabr.

12. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning mamlakatimizni 2015 yilda ijtimoiy qtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2016 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan "Bosh maqsadimiz – mavjud qiyinchiliklarga qaramasdan, olib borayotgan islohotlarni, iqtisodiyotimizda tarkibiy o'zgarishlarni izchil davom ettirish, xususiy mulkchilik, kichik biznes va tadbirkorlikka yanada keng yo'l ochib berish hisobidan oldinga yurishdir" Vazirlar Mahkamasi majlisidagi ma'ruzasi. Toshkent. Xalq so'zi gazetasi 16.01.2016 yil.

13. "Bosh maqsadimiz – mavjud qiyinchiliklarga qaramasdan, olib borayotgan islohotlarni, iqtisodiyotimizda tarkibiy o'zgarishlarni izchil davom ettirish, xususiy mulkchilik, kichik biznes va tadbirkorlikka yanada keng yo'l ochib berish hisobidan oldinga yurishdir". O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning mamlakatimizni 2015 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2016 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasi majlisidagi ma'ruzasi. 2016 yil 16 yanvar.

14. Karimov I.A. "Yuksak bilimli va intellektual rivojlangan avlodni tarbiyalash – mamlakatni barqaror taraqqiy ettirish va modernizastiya qilishning eng muhim sharti" mavzusidagi xalqaro konferenstiyaning ochilish marosimidagi nutqi // Xalq so'zi, 2012 yil 18 fevral.

15. Karimov I.A. Demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini shakllantirish - mamlakatimiz taraqqiyotining asosiy mezonidir.–T.: O‘zbekiston, 2011.

16. Karimov I.A. O‘zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo‘lida. T.: -"O‘zbekiston", 1995 y. 270 bet.

17. Karimov I.A. Mamlakatimiz taraqqiyoti va xalqimizning hayot darajasini yuksaltirish — barcha demokratik yangilanish va iqtisodiy islohotlarimizning pirovard maqsadidir. -T.: "O‘zbekiston", 2007 y. 200 bet.

III. O‘zbekiston Respublikasi vazirliklarining huquqiy- me‘yoriy hujjatlar

18. O‘zbekiston Respublikasi TIAIS vazirligining «Eksport shartnomalarni ro‘yxatga olish tartibi to‘g‘risida» nizom. O‘Z AV tomonidan 192-son bilan ro‘yxatga olingan –T.: 2012 y.

IV. Darsliklar

19. Y.K.Karriyeva. "Tashqi iqtisodiy faoliyatda kommunikatsiyalar tizimi" Toshkent TDIU. 2009 yil ma‘ruzalari matnidan.

20. A.N.Aripov, X.M.Mirzoxidov va boshq. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari izohli lug‘ati. – T.: "Raqqamli rivojlanish dasturi", 2004.

21. Informatika va axborot texnologiyalari: Oliy o‘quv yurtlari talabalari uchun darslik // Mualliflar jamoasi: S.S.G‘ulomov, B.Yu.Xodiyev, B.A.Begalov va boshq. /; S.S.G‘ulomovning umumiy tahriri ostida. – T.:, 2012. – 765 b.

22. Рейман Л.Д. и др. Инфокоммуникации в деловом мире. – М.: «Фиорд-инфо», 2001г.

23. Мильчакова Н. Телекоммуникации в России: Структурные реформы и проблемы повышения рыночной стоимости акций. Ж. «Вопросы экономики» № 7, 2001 г.

24. Kotler F. Marketing menedjment. - SPB.: Piter Kom, 1998

V. O‘quv qo‘llanmalar

25. Bekmuradov A. va boshq. «Tashqi iqtisodiy siyosat: savdo va investisiyalar oqimlari». – T., TDIU, 2009 y. – 62 b.

26. Bekmurodov A.Sh., Gimranova O.B., Shamshiyev N.N. Ommabop iqtisodiyot: mohiyat va asosiy tushunchalar. Ilmiy-ommabop nashr. - T.: Iqtisodiyot, 2009. - 197 b.

27. Jalolov J.J.Axmedov I.A. “Tashqi iqtisodiy faoliyat”, O‘quv qo‘llanma. - T.: TDIU, 2012. 160 bet.

28. I.S.Xotamov, G.A.Abdilakimov «Tashqi iqtisodiy faoliyatni boshqarish» fani (O‘quv qo‘llanma). - T.: TDIU, 2012.160 bet.

29. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning “Jaxon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O‘zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo‘llari va choralari” nomli asarini o‘rganish bo‘yicha o‘quv qo‘llanma. Tuzuvchilar: B.Yu. Xodiev, A.Sh.Bekmurodov, U.V.G‘ofurov, B.K.Tuxliev. –T.: Iqtisodiyot, 2009. -120 b.

VI. Ilmiy monografiyalar, maqolalar

30. Karrieva Y.K., Xalqaro marketing. Monografiya. Toshkent. “Fan” 2005.

31. Shadmankulov A.A. Kichik biznes sub’ektlarida marketing faoliyatining shakllanishi va rivojlanishi (poyafzal ishlab chiqaruvchi korxonalar misolida). Nomzodlik dissertatsiyasi. T.:TDIU.-2015.-147 b.

32. Yaxshieva M.T. Marketing tizimida maqsadli bozor segmentlarini tanlash mexanizmini takomillashtirish (zardo‘zlik buyumlari bozori misolida). Nomzodlik dissertatsiyasi. T.:TDIU.-2006.-148 b.

33. Анн Х., Багиев Т. Л., Тарасевич В.М. Маркетинг / под ред. Т. Л. Багиева. - СПб.: Питер, 2005. - С.736.

34. Armstrong G., Kotler P. Principles of Marketing. Prentice Hall, 12 edition, - 2006. - 613 p.
35. Белокнов А.В. и др. Менеджмент организации; современные технологии, Ростов на Дону, “Феникс”, 2002. ' "
36. Горелик М.А. Экономика связи. М.: "Радио и связь", 2000 г.
37. Демина Е.В. и др. Менеджмент предприятий электросвязи. М.: *IZSLO* и связь», 2001 г.
38. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер Ком, 1998.
39. Рейман Л.Д. Средства информатизации государственных и коммерческих фирм. Справочное пособие, НТЦ “Фиорд- Г 2002 г.
40. Срапионов О.С., Болдин В.Н. Экономика связи. М.: "Радио и связь", 1998 г.
41. Ракер П.Ф. Инновации и предпринимательство. М., 1992. 234 с.
42. Котлер Ф. Маркетинг: планирование, внедрение, контроль. - Петербург, Москва-Харьков, Минск 1999 г.
43. Мухитдинов Х.А., Иминов О.К. Проблемы повышения : маисово-экономической эффективности инфокоммуникационных услуг в Ўзбекистане. Диссертация на соис. уч.ст. к.э.н. Ташкент “Академия”-2007 г..
44. Кадыров А.М. и др. «Формирование информационного общества • Ўзбекистоне: зарубежный опыт, тенденции и перспективы», Ташкент, *Iqtisodiyot*”-2015 г.
45. Ахмедов Б.М. и др.. Основы системы менеджмента качества.-Т.: Ўзбекистон», 2009.-208 с
46. . Косимова М., Юсупов М., Эргашходжаева Ш. Маркетинг. - ТДИУ. 2010 й. - 263 - бет.

47. Kadirov A.M., Nuriddinov A.G. Information technologies in rovement of system relations with clients.//The opportunities for Application of rmation and Modem Technologies for Development of education and

48. Шарп У., Г.Александр, Дж.Бейли. Инвестиции. Пер. с англ. - М.: ИНФРА, 2000 г.

49. Шеховцев М. Стратегия развития информационно-коммуникационного сектора: мировые тенденции и перспективы России. М.2106 г.

50. Абрамова А. В. Международная торговля информационными технологиями: современное состояние и перспективы развития.ИМО,2007,с. 12-13.

51. Иргашев Б. Перспективы развития информационного общества в Узбекистане.// Экономическое обозрение. - 2005. - № 4. - С. 24 - 26.

52. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и г ль тура./ Под ред. О.И. Шкаратана - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с.

53. Лутфуллаев Р.А., Мухитдинова Н., Парпиев О.Р. Индикаторы «Г-Т2. технологий и инновационной деятельности Республики Узбекистан. - 7. издательство «Fanvatexnologiya», 2010.

54. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и - ' М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. - 635 с.

55. Состояние и тенденции развития информационно-технологий за рубежом.(Под редакцией Полякова В.В.). 2010 г

VII. Statistik to'plamlar ma'lumotlari

56. O'zbekiston Respublikasi iqtisodiy-ijtimoiy taraqqiyotining mustaqillik yillaridagi (1990-2013 yillar) asosiy tendensiya va ko'rsatkichlari hamda 2011-2015 yillarga mo'ljallangan prognozlari: statistik to'plam.– T.: "O'zbekiston", 2015, 60-b

57. O'zbekiston Respublikasining 2015 yildagi ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish bo'yicha yakunlari. – T.: Davlat statistika qo'mitasi. 2015.

VIII. Internet saytlari

58. www.lex.uz O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.

59. www.gov.uz O'zbekiston Respublikasi Davlat hokimiyati portali.

60. www.press-service.uz O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmati rasmiy sayti.

61. www.mfer.uz O'zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar, investisiya va savdo Vazirligining rasmiy sayti.

62. www.soliq.uz O'zbekiston Respublikasi Davlat soliq qo'mitasi rasmiy sayti.

63. www.o'zA.uz O'zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti.

64. www.cer.uz Iqtisodiy tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti.

65. www.uzreport.com Biznes axborotlari portali.

66. www.eurasianews.com EvroOsiyo tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti.

67. www.e-bozor.uz Elektron tijorat rasmiy sayti.

1-ilova.

AA №0005661

Проектирование, строительство, эксплуатация и оказание услуг сетей передачи данных

Выдана на 5 лет

Срок действия: 23.02.2012 – 23.02.2017

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI AXBOROT TEXNOLOGIYALARI VA KOMMUNIKATSIYALARINI RIVOJLANTIRISH VAZIRLIGI		МИНИСТЕРСТВО ПО РАЗВИТИЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И КОММУНИКАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН
LITSENZIYA ЛИЦЕНЗИЯ		
AA № 0005661		
Litsenziya turi Вид лицензии	Типовая	
Berilgan sana Дата выдачи	21 августа 2015 г.	
Litsenziyaning amal qilish muddati: Срок действия лицензии:	23.02.2012г. dan 23.02.2017г. с по gacha	
Litsenziyatning nomi: Наименование Лицензиата:	Акционерная компания «О'ЗБЕКТЕЛЕКОМ»	
Litsenziyatning manzili va bank rekvizitlari Адрес и банковские реквизиты Лицензиата	г.Ташкент, Юнусобадский р-н, проспект Амира Темура, д.97А, р/с 20210000904074838001 в ОПЕРУ АК «Алокабанк» г.Ташкент, МФО 00401, ИНН 203366731	
USHBU LITSENZIYA BILAN FAOLIYAT KO'RSATISHGA RUXSAT ETILADI: НАСТОЯЩЕЙ ЛИЦЕНЗИЕЙ РАЗРЕШЕНО ОСУЩЕСТВЛЯТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:		
Проектирование, строительство, эксплуатация и оказание услуг сетей передачи данных		
ILOVA QILINGAN LITSENZIYA SHARTNOMASIGA MUVOFIQ в соответствии с прилагаемым лицензионным соглашением		
	Rahbarning imzosi: Подпись руководителя: 	
Litsenziyaning amal qilish muddati: Срок действия лицензии продлен:	dan no gacha uzaytirildi	
M.O: M.P.	Rahbarning imzosi: Подпись руководителя:	
Litsenziyaning amal qilish muddati: Срок действия лицензии продлен:	dan no gacha uzaytirildi	
M.O: M.P.	Rahbarning imzosi: Подпись руководителя:	
(Ilova qilingan litsenziya shartnomasi mazkur litsenziyaning ajralmas qismidir) (Прилагаемое лицензионное соглашение является неотъемлемой частью настоящей лицензии)		
Реестр № 3468		

2-ilova.

Elektron hukumatning 2020 yilgacha bo'lgan asosiy loyihalari

Milliy ma'lumotlar bazasi yaratish(jismoniy shaxslar, tadbirkorlik, transport, yuridik shaxslar, Geoinformatsion tizim, manzillarning yagona reyestri)

“Elektron hukumat” tizimining tashkilotlararo integratsion tizimini yaratish(tarkok axborot resurslar (ma'lumotlar bazasi) va davlat tashkilotlarini axborot tizimlarini birlashtirish)

Interaktiv davlat xizmatlarining yagona portalini rivojlanishi (taqdim etilayotgan xizmatlari sonini oshirish va davlat xizmatlarini taqdim etuvchi joriy tizimni optimallashtirish)

Turli sohalar bo'yicha axborot tizimlari majmuini yaratish(Xarid, Solik, Bojxona, Litsenziya, Byudjet , Ta'lim, Kommunal, Adliya-2, Davlat boshkaruvi, Nafaqa)

3-ilova.

“Yagona darcha” tamoyilining huquqiy bazasi

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish va davlat xizmatlarini ko'rsatish bilan bog'liq tartibotlarni yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida” - 2014 yil 15 apreldagi PQ-2164 sonli qarori;

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Tadbirkorlik sub'ektlariga “yagona darcha” tamoyili bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatish tartibini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida” - 2015 yil 28 sentyabrdagi PQ-2412-sonli qarori;

3. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Tadbirkorlik sub'ektlariga “yagona darcha” tamoyili bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatish tartibini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida” 2015 yil 28 sentyabrdagi PQ-2412-sonli qarorini amalga oshirish chora-tadbirlari haqida” - 2015 yil 14 dekabrda 358-sonli qarori.

4-ilova.

«ЯГОНА ДАРЧА» МАРКАЗИ ФАОЛИЯТИНИНГ МЕХАНИЗМИ

