

# **Ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланиб корхоналарда маркетинг хизмати фаолиятини такомиллаштириш**

**З.М.Отакўзиева**

**Мухаммад ал-Хоразмий номидаги ТАТУ, “Почта алоқаси технологияси” кафедраси мудири, и.ф.н.**

**Ш.М.Ниёзов**

**Мухаммад ал-Хоразмий номидаги ТАТУ, 103-16 ПХТЭ ва Т(ў) гурӯх магистранти**

## **Аннотация**

Services market in our country today is a leader in information and communication technology (ICT), services marketing the study of complex financial and marketing issues, and the need to develop suggestions and recommendations in this regard is based on the relevance of this article.

Бугунги шароитда, Интернет ва електроника даврида иқтисодиёт тармоқларида замонавий ахборот-коммуникацийа технологийаларини кенг жорий етишни йанада ривожлантириш устувор аҳамийатга егадир.

Жаҳон тажрибаси шундан далолат берадики, айни рейтда глобал иқтисодиётда компьютер ва телекоммуникацийа технологийалари, дастурий таъминот маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва улар асосида кенг турдаги интерфаол хизматлар кўрсатишни ўз ичига олган ахборот-коммуникацийа технологийалари соҳасининг роли ва аҳамийати тобора ортиб бормоқда.

Шуни таъкидлаш лозимки, бугунги кунда жаҳон миқёсида йаратилаётган йалри ички маҳсулотнинг таҳминан 5,5 фоизи ахборот-коммуникацийа технологийалари соҳасига тўғри келмоқда. Нуфузли халқаро эксперктларнинг фикрига кўра, 2020-йилда бу кўрсаткич 9 фоиздан ошади. Бозор иқтисодиёти шароитида, хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиётимизни барқарор ривожлантиришнинг энг муҳим манбаи ва омили ҳисобланади. Жаҳон тажрибаси шуни кўрсатадики, бугун айнан ушбу соҳа ривожида ялпи ички маҳсулотни шакллантириш, аҳоли бандлигини таъминлаш, аҳоли турмуш фаровонлигини оширишда етакчи ўрин тутишини кўрсатмоқда.

Корхона ва ташкилотларда менежмент ва маркетинг фаолиятини самарали ташкил этиш, корпоратив бошқарув тизимида жараён ва ёндашувларни тубдан ўзгариши, унинг ҳақиқий бозор хусусиятларига эга бўлишини таъминлаш ва консерватив қарашлардан ҳалос этиш каби муаммолар асосий вазифалар ҳисобланади.

Сўнгги йилларда иқтисодиётимизнинг мазкур тармоғи жадал суръатлар билан ривожланиб бораётганига қарамасдан, ҳозирги вақтда биз бу борада дастлабки босқичда турганимизни тан олишимиз даркор. Йаъни, мамлакатимиз йалри ички маҳсулотининг атиги 2 фоизга йақини ахборот-коммуникацийа технологийалари хиссасига тўғри келмоқда.

Аҳоли фаровонлигини йанада ошириш, мамлакатнинг иқтисодий барқарорлигини мустаҳкамлашнинг муҳим омили сифатида ахборот технологийаларини ва коммуникацийа ларини ривожлантириш орқали ахборотлашган жамийатни барро қилиш Ўзбекистон ҳукумати сиёсатининг устувор вазифаларидан биридир. Ахборот соҳасини ривожлантириш, уни жаҳон талаблари даражасига кўтариш борасида мамлакатимизда салмоқли ишлар амалга оширилиши билан бир қаторда, ушбу соҳада бир неча камчиликлар юзага келмоқда. Бунда бозор иқтисодиётiga босқич ўтиш миллий иқтисодиётнинг барча соҳаларини чукур таркибий қайта ислоҳ қилишни ва бундай ислоҳ қилиш тармоқларини, коррорасийаларини, бирлашмалар ва уларнинг асоси бўлмиш корхоналар фаолийатини маркетинг тамойиллари асосида тадқиқ қилишни тақозо қилмоқда. Ҳозирги ривожланаётган бозор шароитини иқтисодиётни бошқаришнинг маъмурий буйруқбозликка асосланган усулига ўтишни иқтисодиётнинг барча жабҳаларини маркетинг нуқтai назаридан тадқиқ қилишни табиий бир ҳолга айлантиради. Жумладан, бозор иқтисодиёти шароитида амал қилувчи жами иқтисодий ва обиектив қонунлар харакатини ўрганиш, корхона ва тармоқларнинг ички имконийатини аниқлаш,

уларнинг иш фаолийатларини йахшилаш йўналишларини белгилаш муҳим аҳамийат касб етади.

Бозор муносабатларининг равнақи, еркин рақобат муҳитининг йаратилиши шароитида маркетинг тадқиқотларига бўлган талабнинг ортиб бориши табиий жараёндир. Харидор иштиёқи, дидидаги товарларни ва хизматларни шакллантиришда, рақобат қурашида муҳим ва ҳал қилувчи аҳамийатга молик бўлган маркетинг тадқиқотларини самарали ташкил этиш, амалга ошириш, ҳозирги кунда енг долзарб аҳамийат касб етади. Маркетинг тадқиқотлари учун керакли ва зарурий бўлган ахборот ва маълумотлар кўламини муайян тартибга солиш вазифасини ҳал қилиш билан мамлакатимизда маданий тарзда бозор тизими, унинг инфратузилмаси барро етилади. Айни вақтда амалга оширилаётган ислоҳотлар бу ўринда ўз самарасини бермоқда ва бу ҳозирги кунда қарор тораётган маркетинг ахборот тизимида намоён бўлмоқда.

Корхона ва ташкилотлар заминида маркетинг фаолийатини ташкил этиш, авваламбор, маркетинг соҳасидаги изланишларнинг моҳийатига, мазмунига ва йўналишига асосланади. Маркетинг тадқиқотларининг йалри маркетинг фаолийатини ташкил этишда, уни бошқаришда, режалаштиришда ва назорат қилишда муҳим аҳамийатга ега бўлиши - замонавий маркетинг назарийасининг асосий хусусийатларидан бири сифатида намоён бўлмоқда.

Маркетинг тадқиқотларини ўтказиш маркетингнинг муҳим таркибий қисмидир. Маркетинг тадқиқотлари корхонанинг у ёки бу қарорларни қабул қилишда амал қилинувчи маркетинг фаолийати жиҳатлари бўйича ахборот тўрлаш, қайта ишлаш ва таҳлил қилишни, шунингдек, фирманинг фаолийатига таъсир кўрсатувчи ташки мухитнинг таркибий қисмларини таҳлил қилишни назарда тутади. Маркетинг тадқиқотларининг юқори даражада ташкил етилиши, уларнинг кўлами, таҳлилий ва қайта ишлаш жараёнларида фойдаланиладиган услублар йиғиндиси, бевосита корхона ва ташкилотларнинг маркетинг стратегийасини белгилашда, амалга оширишда, дастлабки босқич, «тайланч нуқта» хисобланади.

Бироқ, маркетинг тадқиқотларида асосий ёътибор бозор жиҳатларига: бозорнинг ривожланиш ҳолати ва тенденсийаларини баҳолаш, истеъмолчилар хулқ-атворини тадқиқ этиш, рақобатчилар фаолийатини таҳлил қилиш, товар ассортименти, нарх шаклланиши ва нарх стратегийасини ишлаб чиқиш, маҳсулотни сотиш каналларини шакллантириш ва рағбатлантириш воситаларидан йўналтирилган ҳолда фойдаланишни қамраб оловчи маркетинг комрлексини ўрганишга қаратилади.

Бугунги шароитда, Интернет ва электроника даврида иқтисодиёт тармоқларида замонавий ахборот-коммуникация технологияларини кенг жорий этиш, «Электрон ҳукумат» тизими фаолиятини янада ривожлантириш устувор аҳамиятга эгадир. Ушбу шароитда, Интернет ва электроника даврида иқтисодиёт тармоқларида замонавий ахборот-коммуникация технологияларини кенг жорий этиш, «Электрон ҳукумат» тизими фаолиятини янада ривожлантириш устувор аҳамиятга эгадир.

Жаҳон тажрибаси шундан далолат берадики, айни пайтда глобал иқтисодиётда компьютер ва телекоммуникация технологиялари, дастурий таъминот маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва улар асосида кенг турдаги интерфаол хизматлар кўрсатишни ўз ичига олган ахборот-коммуникация технологиялари соҳасининг роли ва аҳамияти тобора ортибормоқда.

Ахборот-коммуникация технологияларининг ривожланиши мамлакатнинг рақобатдошлиқ даражасига таъсир кўрсатиши, катта ҳажмда ахборот тўплаш ва уни умумлаштириш имконини бериши, бошқаришни стратегик даражада ташкил этиш учун кенг имкониятлар очиб беришини унутмаслигимиз зарур. Шуни таъкидлаш лозимки, бугунги кунда жаҳон миқёсида яратилаётган ялпи ички маҳсулотнинг таҳминан 5,5 фоизи ахборот-коммуникация технологиялари соҳасига тўғри келмоқда. Нуфузли ҳалқаро экспертларнинг фикрига кўра, 2020 йилда бу кўрсаткич 9 фоиздан ошади. Масалан, Корея Республикасининг ялпи ички маҳсулотида ахборот-коммуникация технологияларининггулуши 11,8 фоиздан зиёдни, Швецияда 7 фоизни, Америка Кўшма

Штатларида эса 6,8 фоизни ташкил этади. Сўнгги йилларда иқтисодиётимизнинг мазкур тармоғи жадал суръатлар билан ривожланиб бораётганига қарамасдан, ҳозирги вақтда биз бу борада дастлабки босқичда турганимизни тан олишимиз даркор. Яъни, мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотининг атиги 2 фоизга яқини ахборот-коммуникация технологиялари хиссасига тўғри келмоқда.

Айни шу кўз билан қарайдиган бўлсак, яъни, жаҳон иқтисодиётининг ривожланиш жараёнларини чуқур таҳлил қилган, ўзимизнинг ресурс ва имкониятларимизни реал баҳолаган ҳолда, биз олдимизга аниқ мақсадни – яъни, 2030 йилга бориб мамлакатимизда ялпи ички маҳсулот ҳажмини камида 2 баробар ошириш вазифасини қўйишимиз учун бугун, ҳеч шубҳасиз, барча асосларимиз бор.

Юқоридагилардан келиб чиқсан ҳолда 2018 йилда соҳа олдида турган муҳим вазифалар белгиланди . Жумладан, қуйидагилар:

- жисмоний ва юридик шахслар маълумотлари базалари, маълумотномалар ва классификаторлар, идоралараро интеграцион платформа, ягона идентификация тизими, “Лицензия” ахборот тизимлари комплекси каби электрон хукуматнинг инфратузилмаси бўлган асосий лойиҳаларини амалга ошириш;

- ягона интерактив давлат хизматлари порталини техник жиҳатдан такомиллаштириш ҳамда қўшимча 30 дан ортиқ талаб юқори бўлган интерактив давлат хизматларини жорий қилиш;

- электрон давлат хизматларини қўрсатилишини баҳолаш бўйича методикани ишлаб чиқиш ва тасдиқлаш;

- оптик толали алоқа линияларини кенгайтириш орқали Интернет тармоғидан кенг полосали фойдаланиш имкониятини ошириш, маълумотларни сақлаш ва қайта ишлаш марказини (дата-центр) ишга тушириш, маълумотнинг ҳимояланиши ва ахборот хавфсизлигини таъминлаш;

- интернет тармоғининг миллий сегментида ахолининг, айниқса ёшларнинг интеллектуал талабларини қондириш бўйича илмий-тадлимий, ижтимоий-маърифий йўналишдаги веб ресурсларни яратувчиларни рағбатлантириш лойиҳасини амалга ошириш, ахборот алмашинуви ва электрон почта тизимини, ахборот тизимлари, дастурий маҳсулотлар ва маълумотлар базаларини ишлаб чиқиш, ҳамда жорий этиш чораларини кўриш.

Корхона ва ташкилотларда менежмент ва маркетинг фаолиятини самарали ташкил этиш. Корпоратив бошқарув тизимидағи принцип ва ёндашувларни тубдан ўзгартириш унинг ҳақиқий бозор хусусиятларига эга бўлишини таъминлаш ва консерватив қарашлардан ҳалос этиш каби асосий вазифалар белгиланди.

Мамлакатимизда хизматлар бозорида буғунги кунда етакчилик қилиб турган ахборот коммуникация технологиялар (АҚТ) хизматлари бозориниг молиявий ва маркетинг масалаларини комплекс тарзда тадқиқ этиш, бу борада асосланган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш зарурати долзарб масала хисобланади.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. 2017 – 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Харакатлар стратегияси “Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили”да амалга оширишга оид Давлат дастурини ўрганиш бўйича Илмий – оммабоп рисола Т., 2017 йил.

2. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил якунлари ва 2017 йил истиқболларига бағишланган мажлисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг нутқи. // Халқ сўзи газетаси. 2017 йил 16 январь, №11.

3. Арипов А.Н. Иминов Т.К. Ўзбекистон коммуникация технологиялари соҳаси менежменти масалалари. Т.: Фан ва Технология, 2005 й.