

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ АЛОҚА, АХБОРОТЛАШТИРИШ ВА  
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ДАВЛАТ ҚЎМИТАСИ**

**ТОШКЕНТ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ**

*Қўлёзма ҳуқуқида*

**УДК: 338.24:004  
621.396**

**Исмаилова Нодира Батировна**

**АЛОҚА ВА АХБОРОТЛАШТИРИШ СОҲАСИДА ИННОВАЦИОН  
МЕНЕЖМЕНТНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ**

**5A230201 – Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича)**

**Магистр академик даражасини олиш учун ёзилган**

**ДИ С С Е Р Т А Ц И Я**

**Илмий раҳбар:  
и.ф.н., доцент А.Н.Арипов**

# ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ АЛОҚА, АХБОРОТЛАШТИРИШ ВА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ДАВЛАТ ҚЎМИТАСИ ТОШКЕНТ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

Факультет: АКТ соҳасида иқтисодиёт  
ва менежмент

Магистратура талабаси: Н.Б.Исмоилова

Кафедра: Менежмент ва маркетинг

Илмий раҳбар: А.Н.Арипов

Ўқув йили: 2013-2014

Мутахассислиги: 5A230201–Менежмент

## МАГИСТРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ АННОТАЦИЯСИ

**Мавзунинг долзарблиги:** Бозор иқтисодиётига ўтишнинг устивор йўналишларидан бири иқтисодиёт тармоқларида инновацион ислохотлар, туб янгиланишларни модернизация қилиши ҳисобланиб, у макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш, корхоналарни янги технологиялар билан жиҳозлаш, иқтисодиётда нодавлат сектор улушини оширишга асосланади. Ушбу жараён, шубҳасиз мамлакатнинг инновацион, иқтисодий салоҳиятини ошириш билан бир пайтда, ундан унумли фойдаланишни назарда тутди. Дарҳақиқат мамлакатнинг жаҳон ҳўжалик тизимида фаол кириб бориши, иқтисодиётнинг очиқлигини кенгайтириш ва эркинлаштириш, инновация асосида модернизация қилиш шароитида Ўзбекистонда иқтисодий ўсишни барқарор суръатларни таъминлаш муаммоларига алоҳида аҳамият берилишини тақозо этади.

**Ишнинг мақсади ва вазифалари:** Республика иқтисодиётининг тармоқларида инновацион технологияларни самарали қўллаш бўйича илмий-методологик ва амалий тавсияларни ишлаб чиқиш ҳамда иқтисодиётни модернизациялаш шароитларида тармоқнинг таркибини такомиллаштириш.

Мазкур мақсадга эришилиши қуйидаги вазифаларнинг қўйилиши ва ҳал этилишини назарда тутди: алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион жараёнларнинг ривожланиши моҳиятини очиб бериш; уларнинг ролини аниқлаб бериш; илмий-техник салоҳиятнинг ривожланишини тадқиқ этиш; инновацион ривожланиш стратегияларини танлаб олиш йўллари аниқлаш;

**Тадқиқот объекти ва предмети:** “Ўзбектелеком” АК ва унинг таркибидаги филиаллари тадқиқотнинг объекти сифатида олинган. Миллий иқтисодиётни модернизация қилиш шароитида алоқа ва ахборотлаштириш соҳаси инновация фаолияти жараёнлари тадқиқотнинг предмети саналади.

**Тадқиқот услубияти ва услублари:** Тадқиқотни олиб бориш жараёнида абстракт-мантикий, монографик, таққослашга асосланган, график, таҳлилий, иқтисодий-математик ва тизимли таҳлил услубларидан ўринли фойдаланилди.

**Тадқиқот натижаларининг илмий жиҳатдан янгилик даражаси:** инновацион менежмент тушунчасининг моҳияти ёритиб берилган; алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион жараёнларнинг ривожланишини моҳияти очиб берилган; инновацион ривожланиш стратегияларини танлаб олиш йўллари аниқланган; “Ўзбектелеком” АК да инновацион менежментни

ривожлантириш йўллари кўрсатилган.

**Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти ва татбиқи:** Тадқиқот натижасида келтирилган таклифлар ва мулоҳазалар республикамиз иқтисодиётини, қолаверса алоқа ва ахборотлаштириш соҳасини инновацион ривожланиши концепцияси ва дастурларини ишлаб чиқишда, шунингдек, “Ўзбектелеком” АК ва унинг филиалларида инновацион менежментни фаоллаштиришда қўлланиши мумкин.

**Иш тузилиши ва таркиби:** Диссертация кириш қисмидан, уч боб, хулоса ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан ташкил топган. Умумий ҳажми 90 бетдан иборат.

**Бажарилган ишнинг асосий натижалари:** инновацион менежмент тушунчасининг моҳияти ёритиб берилган; унинг назарий-услубий асослари ёритилган; алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион менежментнинг самарадорлиги аниқланган; “Ўзбектелеком” АК да инновацион менежментни ривожлантириш йўллари кўрсатилган.

**Хулоса ва таклифларнинг қисқача умумлаштирилган ифодаси:** “Ўзбектелеком” АК Ўзмобиал филиали тақдим этаётган стандарт бу янги замонавий ва истикболли стандарт эканлигини ҳисобга олган ҳолда хизмат кўрсатиш сифатини ошириш бўйича амалий ишларни олиб бориш; Тошкент шаҳрида мавжуд кучли рақобат муҳитини ҳисобга олган ҳолда замонавий интернет хизматларини кўрсатишни таъминлаш мақсадида технологик жараёнларни янгилаш учун инновация сиёсатини устувор йўналишларини аниқлаш; Мобил алоқа хизматларини кўрсатувчи операторлар ҳам интернет хизматларини кўрсатиш жараёнидан фаол иштирок этаётганлигини ҳисобга олган ҳолда вилоятларда ҳам барқарор бозор улушига эга бўлишини таъминлаш чора тадбирларини ишлаб чиқиш; “Ўзбектелеком” АК тармоғини ривожлантириш ва такомиллаштириш ҳамда истеъмолчиларнинг истикболдаги талабларини тўлиқ қондириш мақсадида HDSL, ADSL, FTTH, Wi-Fi, Wi-Max, 3G каби илғор технологияларни қўллаган ҳолда кенг поласали абонент тармоқларини тараққий эттириш лозим; “Ўзбектелеком” АК тармоғи орқали рақамли ТВ ҳамда радиоэшиттиришларни кенг жорий қилиш ва такомиллаштириш, интеллектуал ва бошқа хизматлар (Triple play, IP-TV, видеохизматлар ва ҳоказо) ни ривожлантириш бўйича истикболли режалар ишлаб чиқиш.

Илмий раҳбар

---

(имзо)

Магистратура талабаси

---

(имзо)

**THE STATE COMMITTEE FOR COMMUNICATION, INFORMATIZATION  
AND TELECOMMUNICATION TECHNOLOGIES OF THE REPUBLIC OF  
UZBEKISTAN  
TASHKENT UNIVERSITY OF INFORMATION TECHNOLOGIES**

Faculty: Economic and management in  
ICT

Department: Management and  
marketing

Period study: 2013-2014

Masters degree student: N.B.Ismailova

Scientific director: A.N.Aripov

Major: 5A230201–Management

**THE ANNOTATION OF MASTERS DISSERTATION**

**The vital of theme:** One of the important directions of passing market economy innovation reforms at economic branches, to calculate of modernization of previous renew, it is supplying to macroeconomic stability, to equipment with the latest fashionable technologies of organizations, based on increasing in non-state sector of economics. This situation, undoubted innovation of country, at once of increasing in economy ability, it is said that using of efficient it. However, going into activity the world field system of country, to broad with opening of economy and freedom, it is made to based on innovation that the situation of modernization of supplying with economic increasing in modernization in Uzbekistan which is concentration on those problems.

**The aim of the work and tasks:** At the Republic of economy fields which is using of effectiveness of innovation technologies that producing scientific methodology and practical recommendations on the other hand the development of branch ingredient of the modernization of economic situation.

Above mentioned to achievement to aim of putting following tasks and solution to those problems: The means development of opening innovation situations in communication and information field; to know about their role; to research of the development of scientific-technique ability; to search for choosing to ways of the innovation development strategy;

**The object and predmet of the research:** It is taken as object of “Uzbektelecom” JSC and consisting of its research branches. The modernization of national economy situation that at communication and information field which is calculate to research predmet of innovation activity.

**The styles and methods of the research:** To bring to the research is used of situation abstract-logical, monography, based on comparable, graphical ,analysis, economy-mathematic and system analysis.

**The newly degree from scientific of research results:** It is given to broad the essence of meaning of innovation management; It is given to open of essence development of innovation situations at information and communication field; It is known about choosing innovation development strategy ways; It is shown to

development of innovation management ways in “Uzbektelecom” JSC.

**Practical essence and application of research results:** It may use of the results of research which illustrated invitations and reflecton of our country economy, on the other hand development of innovation conception and producing those programs, development of innovation management such as in “Uzbektelecom” JSC and its branches.

**The structure and component of the task:** The dissertation consists of introduction, three parts, summary and references and explanation. The total size consists of 90 pages.

**The main results of done task:** It is given to open idea of essence of innovation management; it is broaden of its theory-methodology bases; it is known about innovation management effectiveness at communication and information field. It is shown development of the ways of innovation management in “Uzbektelecom” JSC.

**The little total expression of conclusion and invitations:** To bring some practical works at “Uzbektelecom” JSC of Uzmoblie branch which is serving standart and new fashionable standart that calculating of increasing in servings; To calculate of strong competition has in Tashkent situation that supplying to service of modern internet services aim of renew for technical situations of knowing essence of innovation politics; To produce of Mobile communication services operators and to serving of internet services situations of active attending of producing holidays for supplying to market parts in also regions; It is better to aim of supplying to consumers requirements of calculating which is broaden wireless subscriber requirements of HDSL, ADSL, FTTH, Wi-Fi, Wi-Max, 3 G development of “Uzbektelecom” JSC branch; The development by digital TV and producing of listening to the radio and other services (Triple play, IP-TV, video-services and so on)in “Uzbektelecom” JSC.

Scientific director

---

(sign)

Masters degree student

---

(sign)

## **МУНДАРИЖА**

|                                                                                                                                     |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>КИРИШ.....</b>                                                                                                                   | <b>7</b>  |
| <b>I БОБ. АЛОҚА ВА АХБОРОТЛАШТИРИШ СОҲАСИДА<br/>ИННОВАЦИОН МЕНЕЖМЕНТНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ НАЗАРИЙ<br/>АСОСЛАРИ.....</b>                | <b>12</b> |
| 1. Инновацион менежмент ва унинг моҳияти.....                                                                                       | 12        |
| 2. Инновацион менежментни ташкил этишнинг назарий асослари.....                                                                     | 22        |
| 3. Алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион менежментни ҳозирги<br>ҳолати ва ривожланиши.....                                   | 33        |
| I БОБ бўйича хулоса.....                                                                                                            | 42        |
| <b>II БОБ. АЛОҚА ВА АХБОРОТЛАШТИРИШ СОҲАСИДА<br/>ИННОВАЦИОН МЕНЕЖМЕНТНИНГ ҲОЗИРГИ ҲОЛАТИ.....</b>                                   | <b>43</b> |
| 1. “Ўзбектелеком” АК молиявий-хўжалик ва инновацион фаолиятининг<br>таҳлили.....                                                    | 43        |
| 2. Алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион менежментни бошқариш<br>самарадорлиги.....                                          | 55        |
| II БОБ бўйича хулоса.....                                                                                                           | 62        |
| <b>III БОБ. АЛОҚА ВА АХБОРОТЛАШТИРИШ СОҲАСИДА<br/>ИННОВАЦИОН МЕНЕЖМЕНТНИ САМАРАЛИ<br/>РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ.....</b> | <b>63</b> |
| 1. “Ўзбектелеком” АК инновация фаолиятини ривожлантириш йўллари.....                                                                | 63        |
| 2. Янги хизмат турларини жорий этиш асосида инновацион фаолиятни<br>ривожлантириш истиқболлари.....                                 | 73        |
| III БОБ бўйича хулоса.....                                                                                                          | 81        |
| <b>ХУЛОСА.....</b>                                                                                                                  | <b>82</b> |
| <b>АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ.....</b>                                                                                                      | <b>85</b> |
| <b>ИЛОВА.....</b>                                                                                                                   | <b>90</b> |

## КИРИШ

### **Диссертация мавзусининг асосланиши ва унинг долзарблиги.**

Иқтисодийни модернизациялаш шароитида жаҳон тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, ривожланган саноат мамлакатлари миллий бойлигининг ўсиши асосан инновацион жараёнларни ривожлантириш ва жорий этиш ҳисобига таъминланмоқда. Киритилаётган янгиликлар ишлаб чиқарувчи кучларнинг ривожланишига таъсир этади, фаровонликнинг ўсишига, ҳаёт сифатининг, таълим даражасининг юксалишига кўмаклашади, ижобий инновацион иқлимни шакллантиради ва бу билан мамлакатнинг инновацион салоҳияти ошади. Инновацион салоҳиятнинг юксалиши туфайли юқорироқ даражага эришган иқтисодий тизим кишиларининг ижодий қобилияти ортганлиги, уларнинг инновацион тараққиётга тайёр эканлиги билан характерланади. Бошқача айтганда, унда келгуси техник янгиликлар ва ўзгаришлар учун ҳам ижтимоий, ҳам иқтисодий шарт-шароитлар шаклланади.

Республикамизнинг иқтисодий ва ижтимоий муносабатлар тизимида кўп ўзгаришлар амалга оширилиб келинмоқда, миллий иқтисодийнинг тармоқ тузилиши, инновация ва инновацион ғоялар ҳисобига янгиланиб келинмоқда. Шу билан бир қаторда мамлакатимизнинг жаҳон ҳамжамиятидаги ўрни ва мавқеи тобора мустаҳкамланиб бормоқда. Бироқ, бугунги фан техника тараққиёти, қолаверса жаҳон бозорида рўй бераётган инновацион ўзгаришлар эришилган ютуқлар билан чегараланиб қолишга имкон бермайди. Шу боис, миллий иқтисодий ва жаҳон бозоридаги инновацион стратегик ўзгаришларни ўрганиш, тадқиқотларни олиб бориш, назария ва услубларини яратиш, уларни амалга оширишнинг йўллари ишлаб чиқишни тақозо этади. Мазкур масаланинг ижобий ҳал қилиниши эса иқтисодий мустақилликка эришиш ва барқарор иқтисодий ўсишни таъминлаш имкониятини яратади. Бозор иқтисодиётига ўтишнинг устивор йўналишларидан бири иқтисодий тармоқларида инновацион ислохотлар, туб

янгилашларни модернизация қилиши ҳисобланиб, у макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш, корхоналарни янги технологиялар билан жиҳозлаш, иқтисодиётда нодавлат сектор улушини оширишга асосланади. Ушбу жараён, шубҳасиз мамлакатнинг инновацион, иқтисодий салоҳиятини ошириш билан бир пайтда, ундан унумли фойдаланишни назарда тутди. Бинобарин, Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов таъкидлаганидек “Ушбу сиёсат, аввало, мамлакатнинг иқтисодий қудратини янада мустаҳкамлаш, бой табиий, хом ашё ва меҳнат ресурслари, интеллектуал ва илмий-техникавий салоҳиятимиздан тўла ва самарали фойдаланишга йўналтирилган бўлиши даркор”. Дарҳақиқат мамлакатнинг жаҳон ҳўжалик тизимига фаол кириб бориши, иқтисодиётнинг очиклигини кенгайтириш ва эркинлаштириш, инновация асосида модернизация қилиш шароитида Ўзбекистонда иқтисодий ўсишни барқарор суръатларни таъминлаш муаммоларига алоҳида аҳамият берилишини тақозо этади.

Мамлакатимиз иқтисодиётининг ҳозирги ҳолати миллий иқтисодиётда инновацион ўзгаришларни амалга ошириш суръатларини жадаллаштиришни талаб этмоқда. Иқтисодиёти ривожланган мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, самарали инновацион стратегияни амал қилиши мамлакат иқтисодий ва табиий омилларидан оқилона фойдаланиш орқалигина амалга ошириш мумкин. Бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида иқтисодиёт инновацион шаклланиши энг аввало иқтисодий ўсишни таъминловчи тармоқлар ҳисобига юз беради, бу эса ўз навбатида мамлакат иқтисодиётини хом ашё экспорт қилишини камайтириш билан бирга уни қайта ишлашни ривожлантиришга, валюта маблағларининг тежалишига, аҳоли бандлигининг ошишига сабаб бўлади. Ушбу омиллар ўз навбатида инновация стратегиясини амалга ошириш мамлакатимизнинг жаҳон ҳамжамиятидаги ўрнини мустаҳкамланишига олиб келади.

**Тадқиқотнинг объекти ва предмети.** “Ўзбектелеком” АК ва унинг таркибидаги филиаллари тадқиқотнинг объекти сифатида олинган. Миллий

иқтисодиётни модернизация қилиш шароитида алоқа ва ахборотлаштириш соҳаси инновация фаолияти жараёнлари тадқиқотнинг предмети саналади.

**Тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари.** Республика иқтисодиётининг тармоқларида инновацион технологияларни самарали қўллаш бўйича илмий-методологик ва амалий тавсияларни ишлаб чиқиш ҳамда иқтисодиётни модернизациялаш шароитларида тармоқнинг таркибини такомиллаштириш.

Мазкур мақсадга эришилиши қуйидаги вазифаларнинг қўйилиши ва ҳал этилишини назарда тутди:

-алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион жараёнларнинг ривожланиши моҳиятини очиб бериш;

-республикаimiz алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион жараёнларнинг ролини аниқлаб бериш;

-алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида илмий-техника салоҳиятининг ривожлантирилиши ва бошқарув механизмининг шаклланиши тенденцияларини тадқиқ этиш;

-алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида ташкилотларнинг инновацион ривожланиш стратегияларини танлаб олиш йўллари аниқлаш.

**Тадқиқотнинг асосий масалалари ва фаразлари.**

- инновацион менежмент тушунчасининг моҳиятини ёритиб бериш;
- инновацион менежментнинг назарий-услубий асосларини ёритиш;
- алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион менежментнинг самарадорлигини аниқлаш;
- “Ўзбектелеком” АК да инновацион менежментни ривожлантириш йўллари кўрсатиш.

**Мавзу бўйича қисқача адабиётлар таҳлили.** Мавзунинг назарий ва методологик асоси бўлиб, алоқа ва ахборотлаштириш соҳаси бўйича етакчи мутахассисларнинг меҳнатлари, шу билан бирга Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг асарлари ҳисобланади. Бу борада хориж олимларидан И.Ансоф, В.Беренс, Г.Бирман, М.А.Горелик, Е.А.Голубицкая,

М.Питер, Л.Д.Рейман, Дж.Сакс, Г.А.Титоренко, Э.Хельферт каби олим ва мутахассислар изланишлар олиб боришган.

Инновацион менежментни самарали қўллашнинг назарий ва амалий муаммоларини Ўзбекистон олимларидан Ш.Р.Орифханов, Б.Б.Абдуллаев, Р.Я.Досумов, И.И.Искандаров, Т.К.Иминов, А.М.Қодиров, М.А.Маҳкамова, Р.М.Мухитдинова, Х.А.Мамажанов, И.А.Тўхлиев, М.Л.Турсунхўжаев, О.Ҳ.Ҳикматов, М.Ш.Шарифхўжаев, Л.И.Шибаршова, А.Н.Арипов, Х.А.Мухитдинов, Т.З.Тешабаев ва бошқаларнинг асарларида тадқиқ этилган.

**Тадқиқотда қўлланилган услубларнинг қисқача тавсифи.** Тадқиқотни олиб бориш жараёнида абстракт-мантикий, монографик, таққослашга асосланган, график, таҳлилий, иқтисодий-математик ва тизимли таҳлил услубларидан ўринли фойдаланилди.

Магистрлик диссертациясини ёзиш жараёнида Ўзбекистон Республикаси Қонунларидан, Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, Республика Президентининг асарларидан, мавзуга алоқадор хорижий ва маҳаллий олимларнинг китобларидан, Ўзбекистон Республикаси алоқа, ахборотлаштириш ва телекоммуникация технологиялари давлат қўмитаси ҳамда “Ўзбектелеком” АК ҳисобот материалларидан фойдаланилди.

**Тадқиқот натижаларининг назарий ва амалий аҳамияти** Ўзбекистон Республикаси алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида фаолият кўрсатаётган корхоналарда инновацион менежментни самарали қўллашга қаратилган илмий-амалий тавсиялардан фойдаланиш имкониятлари билан белгиланади. Тадқиқот натижасида келтирилган таклифлар ва мулоҳазалар республикамиз иқтисодиётини, қолаверса алоқа ва ахборотлаштириш соҳасини инновацион ривожланиши концепцияси ва дастурларини ишлаб чиқишда, шунингдек, “Ўзбектелеком” АК ва унинг филиалларида инновацион менежментни фаоллаштиришда қўлланиши мумкин.

### **Тадқиқотнинг илмий янгилиги.**

- инновацион менежмент тушунчасининг моҳияти ёритиб берилган;
- алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион жараёнларнинг ривожланишини моҳияти очиб берилган;
- алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида ташкилотларнинг инновацион ривожланиш стратегияларини танлаб олиш йўллари аниқланган;
- “Ўзбектелеком” АК да инновацион менежментни ривожлантириш йўллари кўрсатилган.

### **Диссертация таркибининг қисқача тавсифи.**

Диссертация кириш қисмидан, уч боб, хулоса ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан ташкил топган. Умумий ҳажми 90 бетдан иборат.

# **I БОБ. АЛОҚА ВА АХБОРОТЛАШТИРИШ СОҲАСИДА ИННОВАЦИОН МЕНЕЖМЕНТНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ**

## **1. Инновацион менежмент ва унинг моҳияти**

Иқтисодиётнинг жўшқин ривожланишини таъминлаш масалаларини ҳал этишда инновациялар биринчи даражали роль ўйнайди. Инновацион фаолият ишлаб чиқаришнинг техник ва технологик базаси узлуксиз янгиланишини янги рақобатбардош маҳсулотни ўзлаштириш ва чиқариш, товарлар ва хизматларнинг жаҳон бозорларига самарали кириб боришини таъминлашга қодирдир.

«Инновация» атамаси биринчи марта И. Шумпетер томонидан 1912 йилда «Иқтисодий ривожланиш назарияси» асарида таклиф этилган эди. У инновация деб ишлаб чиқариш соҳасида қўлланган янгиликни тушунган. Шумпетернинг фикрича, инновация фойдани ҳаракатлантирувчи, ҳосил қилувчиларнинг энг асосийларидан биридир. Кейинроқ Й.Шумпетер Н.Д.Кондратьевнинг иқтисодиёт ривожланиши учун тўлқинли концепциясини ўзининг инновацион назарияси билан боғлади. Натижада у циклли ривожланиш назариясини шакллантирди. Циклли ривожланишнинг асосий ички (эндоген) механизми, деб у янгиликларни жорий этиш (инновацион) жараёнини ҳисоблади. Қайд этиш мумкинки, ижтимоий-иқтисодий динамикани англашга бундай ёндашувнинг турли моддаси фанда ҳозирда ҳам устунлик қилмоқда.

Ўзбекистонда инновацион жараёнларнинг ривожланиши бозор иқтисодиёти шаклланиши билан боғлиқлиги туфайли кўтарилаётган масала мамлакатимиз учун алоҳида аҳамиятга эга. Шунинг учун иқтисодий адабиётда мазкур категория моҳияти ва мазмунини аниқлашга алоҳида ўрин берилган ва берилмоқда.

Лекин ҳозирги пайтда мамлакатимиз ва хорижий иқтисодий адабиётда «янгилик киритиш», «янгилик» ва «инновация» сингари категорияларнинг турли талқинлари учрамоқда. Баъзи ҳолларда бу тушунчалар синонимлар сифатида ишлатилмоқда. Лекин улар ўртасида тафовутлар мавжуд, бу тушунчаларни бир-биридан ажратиш лозим. Уларнинг ҳар бири инновацион менежментнинг муайян элементини ифодалайди.

«Янгилик» («новшество», «invention») тушунчасини янги маҳсулотда рўёбга чиқаралиши мумкин бўлган янги ғоя, янги технология, янги усул ва шу кабилар сифатида таърифлаш қабул қилинган. Унга катта иқтисодий харажатларни талаб этмайдиган ихтиро ёки рационал торлик таклифини киритиш мумкин. У асосан, технологик жараёни ёки ишлаб чиқариш-хўжалик фаолиятини такомиллаштиришга имкон беради.

Янгиликлар кашфиётлар, патентлар, товар белгилари, янги ёки такомиллаштирилган маҳсулот (технология, бошқарув ёки ишлаб чиқариш жараёни) ҳужжатлари, ноу-хау тушунчалари, илмий ёндашувлар ёки тамойиллар, ҳужжатлар (андозалар, тавсиялар, услубиятлар, йўриқномалар ва ҳ.к.), маркетинг тадқиқотлари натижалари кўринишида расмийлаштирилиши мумкин.

Бошқачасига айтганда, бу фундаментал, амалий тадқиқотларнинг бирон-бир фаолият соҳасидаги самарадорлигини ошириш бўйича ишланмалар ва тажриба ишларининг расмийлаштирилган натижасидир. Лотинча «invus» соҳасидан келиб чиқувчи «инновация» тушунчасини янгиликдан фойдаланиш натижасида яратилган янги ёки такомиллашган маҳсулотда ёки технологияда мужассамлашган инновацион фаолиятнинг пировард натижаси сифатида тушуниш лозим. Бу маҳсулот ёки технология бозорда сотилади ёки ишлаб чиқариш, бошқариш ва бошқа фаолиятга жорий этилади. Мазмунига кўра «инновация» ва «янгилик киритиш»га синонимлар сифатида қаралиши мумкин.

«Янгилик киритиш» атамаси «янгилик» атамаси билан ҳам яқиндан боғланган ва кўпинча бу атамаларни бир хил мазмунда деб қарайдилар. Бу

тушунчаларни бирлаштирувчи асос инновацияни (янгилик киритишни) икки маънода олиб қаралишидир: янгилик сифатида (янги маҳсулот, жараёнлар, хизматлар) ва уни амалга ошириш жараёни сифатида.

Инновация назариясининг шаклланиши В.Замбарт, В.Митчерлик ва Й.Шумпетернинг асарларида тадқиқ этилган эди.

Ўша давр тадқиқотларининг умумий хусусияти тадбиркорнинг ишлаб чиқаришнинг олға ривожланиши тизимида асосий бўғин сифатида, «техника тараққиётининг амалга оширувчиси» сифатида олға сурилишидир. Чунончи 1909 йилдаёқ В.Замбарт тадбиркорни капиталистик хўжаликнинг ҳаракатлантирувчи кучи сифатида, хўжалик тизимининг бошланғич элементини ҳаракатга келтирувчиси сифатида асослашга уриниб кўрди. Бу ҳолда муваффақият омили сифатида техника янгиликларини ишлаб чиқариш ва ёйиш ҳисобига энг катта фойда олишга ва ўзининг бозордаги мавқесини кучайтиришига интилувчи тадбиркор майдонга чиқади.

В.Замбарт тадбиркорликнинг энг муҳим тавсифларидан бири эришилган натижада тўхтаб қолмасликдадир, айниқса гап янги билим ёки ишлаб чиқариш масаласини ҳал этишнинг янги техник қоидасини ишлаб чиқариш, уларнинг янги маҳсулотлар ёки хизматлар кўринишида тарқатилиши ҳақида бораётган бўлса, -дейди. В.Замбарт фикрича, тадбиркор янгиликни яратиш ва тарқатиш функциялари билан бирга зарур масъулиятни ҳам ўз зиммасига олади.

Шундай қилиб, В.Замбарт инновацион назариянинг энг муҳим элементларидан бири бўлган техника янгиликларини тарқатишнинг бозор механизми асосларини тадқиқ этади. У ўз хулосаларини тасдиқлаш учун ўша даврнинг қатор йирик тадбиркорларининг, масалан В.Сименснинг, ҳаракатларини таҳлил қилади. В.Митчерлих ҳам ишлаб чиқаришнинг ривожланиш жараёнидаги ўрни ва вазифаларини тадқиқ этишни деярли шу йўналишда олиб борган. У тадбиркорнинг техника тараққиётини амалга оширишдаги роли ва вазифаларини асослаб беришга алоҳида эътибор қаратган.

Инновацион назариянинг энг асосий қоидалари австриялик иқтисодчи Й.Шумпетер асарларида тўла асослаб берилди. Мутахассисларнинг умумий фикрича, айнан у бу назариянинг шаклланиши ва ривожланишига энг муҳим ҳисса қўшди.

Й.Шумпетер ўз концепциясини машҳур «Иқтисодий ривожланиш назарияси» асарида (1911 й.) баён қилди. Баъзан бу концепция ривожланишини динамик (жўшқин) назария сифатида таърифланади, чунки айнан динамика, доимий тебранишлар олға ривожланишнинг сабабидир. Й.Шумпетернинг фикрича, «динамикали (жўшқин) тадбиркор» тебранишларнинг манбаидир.

Кўрсатиб ўтилган тебранишлар сабабларини таҳлил эта туриб, Й.Шумпетер иқтисодий фанда биринчи бўлиб ишлаб чиқариш омилларининг янги комбинацияларини ажратиб кўрсатди ва тавсифлади:

1. Янгилик, яъни истеъмолчиларга ҳам маълум бўлмаган неъматни ишлаб чиқариш ёки бирор неъматнинг янги сифатини яратиш.

2. Саноатнинг муайян тармоғида янги амалда ҳам номаълум ишлаб чиқариш усулини жорий этиш. Бу усулнинг асосида янги илмий кашфиёт ётади ва у тегишли товарнинг тижоратда қўлланишининг янги усулидан иборат бўлиши мумкин.

3. Сотишнинг янги бозорини ўзлаштириш, яъни бу мамлакат саноатининг мазкур тармоғи ҳозирга қадар иштирок этмаган бозори, бу бозор аввал мавжудлигидан қатъий назар.

4. Хом-ашё ёки ярим фабрикатларнинг янги манбасини олиш, бунда мазкур манба аввал мавжудлиги ёки қўлга киритилиши мумкин эмаслиги ёки уни эндигина яратиш лозимлиги аҳамиятли эмас.

5. Тегишли қайта ташкил этишнинг ўтказилиши, масалан монопол мавқени таъминлаш (трестлар тузиш йўли билан) ёки бошқа корхонанинг монопол мавқеига барҳам бериш.

Бундай классификациянинг асосига янги эканлик қўйилди, у муайян янгиликларнинг ёки уларнинг бирон-бир тўпламининг тебранишлари

амплитудаси ва давомийликни аниқлашга имкон беради. Натижада Й.Шумпетер инновациялар пайдо бўлиши сабаблари ва имкониятларини, шунингдек уларнинг ўзаро алоқаси ва ўзаро таъсирини таҳлил қилишга уриниб кўрди.

Олиб борилган тадқиқотлар Й.Шумпетер кўрсатган комбинациялардан биринчиси ва иккинчисининг устуворлиги тўғрисида хулоса қилишга имкон берди. Инновациялар пайдо бўлиши табиати ва қонуниятларини ўрганиб, Й.Шумпетер биринчи бўлиб, товар ва технологик янгиликларни ажратди ва фарқланишини асослаб берди, бунга параллел равишда уларнинг ноишлаб чиқариш характеридаги янгиликларнинг пайдо бўлишига таъсирини кўрсатиб берди.

Инновацион фаолиятнинг тенденциялари ва қонуниятлари, янгиликлар киритилишининг нотекисликлари тадқиқотлари 1970-1980 йилларда Ғарб иқтисодчилари Г.Менш, Д.Менсфильд, С.Кузнал, Х.Фримен, Я.Вадейм, А.Кляйнкцехт, Э.Мойварт ва бошқалар томонидан давом эттирилди.

Инновацион назариянинг шаклланишига рус тадқиқотчилари ҳам муҳим ҳисса қўшдилар. 1970-1980 йилларда фандаги туб ўзгаришлар натижасида инновацион ривожланиш муаммоларининг тадқиқ этилишига А.И.Анчикин, Л.М.Гатовский, Ю.В.Яковуц, Л.С.Барютин, Л.С.Бляхман, Б.З.Мильцер, А.М.Пригожин, Н.И.Лапин, Ю.А.Ушаков ва бошқалар салмоқли ҳисса қўшдилар.

Инновацияларни бошқаришнинг алоҳида муаммоларини ечишга мамлакатимиз ва хорижий амалиётдаги мавжуд ёндашувларнинг асосий ҳодисалари ва хулосаларининг танланма таҳлили қуйироқда амалга оширилади. Маълумки, муайян даврларда мавжуд бўлган узоқ муддатли тенденциялар ташқи омиллар таъсирига дуч келади, бунинг натижасида улар муҳим равишда ўзгариши, ўзига хос мазмун ва йўналиш касб этиши мумкин.

Инновация соҳасида вужудга келган вазиятни ҳозирда бир ёқлама тавсифлаш мумкин эмас. Бир томондан, у янги иқтисодий вазиятни ҳисобга олган ҳолда инновацион жараёнларни инфратузилмавий таъминоти

муаммолари мавжудлиги билан, бошқа томондан эса инновацион жараёнлар юқори фаоллигини рағбатлантириш механизмининг йўқлиги, товар ишлаб чиқарувчиларнинг инновацияларни қабул қилувчанлиги юқори эмаслиги, инновацион маҳсулотлар бозори шаклланиши сустилиги, интеллектуал меҳнат ва ишлаб чиқариш соҳасида барқарорликнинг давлат томонидан кафолатлари мавжуд эмаслиги билан характерланади.

Инновацион фаолиятнинг асосини фундаментал илмий тадқиқотлар ташкил этганлиги учун, айнан шу соҳада ишлаб чиқаришни инновацион ривожлантириш мақсадларини рўёбга чиқариш учун шарт-шароитлар яратилади. Фундаментал фаннинг фаолият соҳаси ҳар қандай даражасидаги инновацион жараёнлар чораларидан кенгроқ бўлса ҳам унинг субъектлари кейинги босқичларида ҳаракат қилувчи субъектларга нисбатан оғирроқ аҳволда бўлади.

Маҳсулотнинг муайян мақсадларга мўлжалланган нисбатан кичик партияларга талаб келтириб чиқарган бир йўналишидаги товар массасининг бир хил эмаслиги ва бозор эҳтиёжларининг хилма-хиллиги шароитларида ишлаб чиқариш фаолиятининг энг характерли хусусиятларидан бири намоён бўлади - кенг номенклатурадаги маҳсулотни уни истеъмолнинг муайян шароитларига мослаштирувчи турли ички модификацияларда кичик серияларда ишлаб чиқариш билан шуғулланиш. Ижобий бўлиб туюлган бу жиҳат ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчиларнинг манфаатлари бир-бирига ўзига хос қарши қўйилишини яратади.

Моддий маҳсулотлар сифатида инновациялар (янгиликлар киритилиши) янгилик (янги маҳсулотлар, материаллар, жараёнлар, методлар ва ҳ.к.) айнан бир деб қабул қилинадиган, жараён сифатида эса улар янгиликларни ишлаб чиқиш, ўзгартириш, тарқатиш ва фойдаланишга қаратилган ўзлаштириш, тарқатиш ва фойдаланишга қаратилган ўзгаришлар сифатида қаратилади. Иккинчи маънода янгиликлар киритилиши жараёнининг (инновацион жараённинг) натижаси сифатида талқин қилинади. Бу жараён вақтда ривожланади, аниқ ифодаланган босқичларга эга бўлади.

Ижтимоий тараққиётда инновациялар қуйидаги функцияларни бажаради:

Биринчидан, инновациялар воситасида инсон интеллектини, фан-техника натижаларини ҳаётда амалга оширади. Бу меҳнат фаолиятининг интеллектуаллашувига, унинг фан сиғими юксалишига ёрдам беради (поғонадан-поғонага ҳаракатланишда жамиятнинг ўсиб боровчи интеллектуаллашувчи қонунияти).

Иккинчидан, айнан инновациялар ёрдамида ишлаб чиқарилаётган товарлар ва хизматларнинг доираси кенгаяди, уларнинг сифати яхшиланади. Бу ҳар бир шахс ва жамиятнинг эҳтиёжлари ўсишига ва бу эҳтиёжларнинг қондирилишига қўмаклашади (эҳтиёжларнинг юксалиши ва табақаланиши қонуни).

Учинчидан, инновациялар ишлаб чиқаришга янги ишлаб чиқарувчи кучларни жалб этишга, товарлар ва хизматларни меҳнат, материаллар ва энергиянинг камроқ сарфлари билан яратилишига имкон беради (меҳнатни тежаш қонуни).

Тўртинчидан, у ёки бу соҳада инновацияларнинг тўпланиши такрор ишлаб чиқаришнинг таркибий тузилишини, эҳтиёжларнинг ўзгарган таркибий тузилиши ва ташқи муҳитнинг таркибий тузилиши билан мувофиқлаштиришга ёрдам беради (мутаносиб ривожланиш қонуни).

Бешинчидан, инновациялар тадбиркорлик фаолиятининг рағбати бўлиб хизмат қилади, айниқса кичик бизнес соҳасида, рақобат курашида ғолиб чиқиш, бозорда янги жойларни эгаллаш учун янги товар ва технологияларни ахтаришга ва ўзлаштиришга ундайди.

Инновациянинг иккиёқлама хусусиятини эътиборга олиб, унинг моҳияти ва мазмуни киритилаётган янгиликнинг яратилиши ва рўёбга чиқарилиши мобайнида намоён бўладиган асосий хусусиятлар орқали таърифланиши мумкин.

Шундай қилиб, инновацияни инновацион фаолиятнинг натижаси сифатида қаралганда, унга қуйидаги муҳим хусусиятлар хос бўлади:

-янги прогрессив натижа кўриниши намоён бўлаётган илмий ва амалий янгилиги, бу натижа ундан фойдаланаётган тизим томонидан илгари кўйилмаган;

-янги маҳсулотнинг тижоратлашуви босқичида олинган натижанинг амалда қўлланишини назарда тутиш. Тижоратлашиши уни ишлаб чиқаришга тушириш, бозорга чиқариш ва маҳсулот ҳаёт циклининг асосий босқичлари бўйича ҳаракатланишидан иборат;

-инновация иқтисодий, ижтимоий, экологик, илмий техникавий ёки бошқа кўринишдаги самаранинг, инновация пировард натижасининг олинishi ва ўлчаниши мумкинлиги;

-қайд этиш лозимки, инновациялар илмий-техника тараққиёти билан яқиндан боғланган, унинг натижасидир.

Илмий-техника тараққиёти маҳсулот ишлаб чиқаришнинг муҳим омили, фан томонидан атроф дунёнинг ҳодисалари ва хусусиятлари янги қонуниятларини кашф қилиш негизида ишлаб чиқариш воситалари ва технологияларини такомиллаштириш ҳисобига меҳнат унумдорлигининг оширилишини таъминлайди.

Инглизча атамалар луғатларида равшанки, «инновация» янгилик киритилиши ёки янгиликнинг синонимидир ва улар билан бир қаторда қўлланиши мумкин. Адабиётда инновация моҳиятини таърифлашга бир неча хил ёндашувлар учрайди. Икки нуқтаи назар энг кенг тарқалган. Биринчи ҳолда янгилик киритиш ижодий жараённинг янги маҳсулот (техник), технология, метод ва ҳ.к. кўринишидаги натижаси сифатида тасаввур қилинади, иккинчисида эса янги маҳсулотлар, элементлар, ёндашувлар, қоидаларнинг мавжудлари ўрнига киритилиши жараёни сифатида. Бизга инновацияларнинг ижодий жараённинг яратилган (ёки жорий этилган) янги истеъмол қийматлари кўринишидаги натижаси сифатида таърифланиши мақбулроқ кўринмоқда. Бу янги истеъмол қийматларининг қўлланиши улардан фойдаланувчи шахслар ёки кўникмаларини ўзгартиришларини талаб қилади. Бунда бозор муносабатлари шароитларида инновациянинг энг муҳим

хусусияти бўлиб, унинг истеъмол хусусиятлари янги эканлиги чиқиш лозим. Техник жиҳатдан янги эканлиги эса иккинчи даражали роль ўйнайди.

Инновацияни янги фойдали натижанинг пайдо бўлиши ва ишлаб чиқилиши, мослаштирилиши ва ишлатилиши жараёни сифатида қаралишида инновациянинг моҳияти унинг қуйидаги тавсифларида (хоссаларида) намоён бўлади:

- узоқлик, чунки инновация самара олиншининг максималлари билан боғлиқ барча бизнес жараёнларнинг энг узоқ давом этадиганидир;

- инновацион жараённинг комплекс характери, у ўзида тадқиқот (фан) ва бизнеснинг хоссаларини бирлаштиради;

- инновацион операцияларнинг ноаниқлиқлиги ва юқори хатар даражаси, улар бу соҳада қатъий белгилаб олинган мақсаднинг мумкин эмаслигини ва фаолият натижаларини олдиндан айтиб бера олишнинг паст даражасини вужудга келтиради.

Инновацияларнинг иккиёқламалиги, комплекс характери, ишлатилишининг кўп томонламалиги, соҳалари ва усуллари хилма-хиллиги уларни инновацион жараёнларни моделлаштириш методологиясини асослаб бериш мақсадида туркумлашнинг муҳимлигини белгилаб беради.

Турли муаллифлар томонидан инновацияларнинг кўплаб классификатлари таклиф этилган. Улар орасида Й.Шумпетер, И.Ансофф, А.Клейнкнехт, П.Друкер каби иқтисодиёт ва менежмент соҳасидаги машҳур мутахассислар бор. Россия нашрларида А.Н.Цветков, П.Н.Завшин, А.В.Василев, А.И.Пригожин, В.В.Горшков ва Е.А.Крекова, Э.А.Уткин, Г.И.Морозова ва бошқалар томонидан таклиф этилган классификацияларни ажратиб кўрсатиш мумкин.

Мамлакатимиз нашрларида инновациялар туркумланиши М.А.Маҳкамова, И.С.Тухлиев, Б.Б. Абдуллаев, Т.Хасанова асарларида тадқиқ этилган.

Инновацияларни қатор белгилари бўйича туркумлаш қабул қилинган. Радикаллик даражаси, иқтисодий ривожланишдаги аҳамияти бўйича инновацияларни қуйидагиларга бўлиш мумкин:

- базис инновациялар;
- яхшиловчи инновациялар;
- юзаки инновациялар (рационализаторлик тусидаги).

Бундай бўлиши ортида икки инновацион жараёнлар: пионер ва қувлаб етувчи инновацион жараёнлар турибди. Пионерлик тусидаги инновация жаҳонда етакчиликка эришишни ифодалайди (масалан, АҚШ) қувлаб етувчи инновация арзонроқ ва тез натижа бериш мумкин (масалан, Япония). Бу йўлда ўстирувчи деб аталадиган инновациялар яратилади, улар мавжуд ишлаб чиқариш жараёнларидаги ва маҳсулотлардаги хусусиятларнинг яхшиланиши билан боғлиқ.

Натижаларининг йўналганлиги бўйича инновациялар илмий инструментарий сифатидаги инновацияларга, инновация - жараёнларга ва инновация - маҳсулотларга бўлинади. Инновацияларнинг иқтисодий тизим ривожланишидаги ролига мувофиқ равишда инновацияларнинг бошқа классификациялари ҳам мавжуд.

Инновацияларнинг янгилиги даражаси бўйича классификацияси - инновациялар тўпламининг муҳимлиги даражасига баҳо бериш мақсадида янгилик даражаси бир хил гуруҳларга тақсимланишидир. Инновациянинг янгилиги тушунчаси унинг мутлоқ янги эканлиги ҳамда маҳсулотга ёки бутун технологик жараёнга тааллуқли бўлиши мумкин ёки фақат унинг мавжуд маҳсулот ёки жараённинг вазифалари тавсифларига ўзгартирувчи баъзи элементларига тааллуқли бўлиши мумкин. Шу нуқтаи назардан бутунлай янги маҳсулотлар берувчи базис инновацияларни мавжуд маҳсулотларни қанчалик такомиллаштирувга дахлдор яхшиловчи инновацияларни, шунингдек ишлаб чиқаришнинг янги методларини жорий этиш ёки мавжудларини такомиллаштириш билан боғлиқ инновацияларни ажратиб кўрсатадилар.

## **2. Инновацион менежментни ташкил этишнинг назарий асослари**

Инновацияларни янгилиги даражаси бўйича туркумлаш технологик ўлчамлар бўйича ҳам, шунингдек бозор нуқтаи назаридан амалга оширилади. Инновация технологик ўлчамлари бўйича қуйидагиларга бўлинади:

а) маҳсулот инновациялар- янги материаллар ва ярим фабрикатлар ҳамда бутловчиларнинг қўлланиши, прицитал янги функцияларнинг (принципал янги маҳсулотларнинг) олиниши;

б) жараён инновациялари - ишлаб чиқаришнинг янги технологияси, автоматлаштиришнинг юқорироқ даражаси, ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг янги методлари.

Бозор учун янгилиги жиҳатидан инновациялар таркибида тармоқ учун жаҳон миқёсида янги, тармоқ учун мамлакат миқёсида янги ва шу корхона учун янги инновацияларни ажратиб кўрсатиш мумкин.

Янги маҳсулот ёки янги технологияни яратиш бўйича ҳар бир муайян илмий ишда ҳаёт цикли тушунчасидан фойдаланиш мумкин. Бу тушунча инновацион лойиҳанинг алоҳида босқичларидан изчил равишда ўтишини ифодалайди. Босқичларнинг барчаси мақсадлар ва вазифаларнинг хусусиятлари, мақсадларга эришиш методлари ва воситаларининг ўзига хослиги, уларни ўтказишнинг ташкилий шакли ва харажатлари, кутилаётган натижаларнинг ноаниқлик даражаси билан характерланиши мумкин. Адабиётларда янги ғоянинг пайдо бўлишидан унинг тижоратлашуви ва амалий қўлланиши пайтигача давом этадиган жараён сифатидаги инновацион лойиҳанинг ҳаёт цикли босқичларини аниқлашнинг турли вариантлари таклиф этилди.

Янгилик киритиш жараёнларининг қуйидаги табақаланиши таклиф этилади:

- илк босқич - ғоянинг пайдо бўлиши пайтидан уни техник ишлаб чиқишгача;

- ўрта босқич - техник ишлаб чиқишдан тижорат мақсадида ишлаб чиқишгача;

- якуний босқич - оммавий ишлаб чиқаришгача.

Қатор нашрларда инновацион жараён илк босқичининг батафсилроқ классификацияси қўлланади, бунда у илмий тадқиқотлар ва ишланмаларнинг мазмунини характерловчи кичикроқ алоҳида босқичларга бўлинади: фундаментал тадқиқотлар, изланишлар, амалий тадқиқотлар ва шу кабиларни қайд этиш лозимки, босқичларнинг юқорида келтирилган классификацияси асосан терминологик характердадир.

Инновацияларни муайян гуруҳларга мансуб деб топиш қатор мезонларга боғлиқ. Бунда битта инновация классификация мезонларидан келиб чиқиб, бир неча гуруҳларга киритилиши мумкин.

Инновация жараёнларининг бу гуруҳлари бир-бирини тўлдириб, бир вақтнинг ўзида ҳар бир яратилган янгилик учун турли хусусият ва хоссаларни аниқлайди.

Хусусан инновацияларнинг қуйидаги туркумлаш белгиларини фарқлайдилар (1-жадвал).

Инновацияларнинг бу классификацияси мумкин бўлганларидан биридир, лекин у янгиликлар киритилиши жараёнлари кўп қиёфали ва ўз характери бўйича турлича, демак, уларни ташкил этиш шакллари, кўламлари ва инновацион фаолият таъсири усуллар ҳам хилма-хиллиги билан ажралиб туриши ҳақида хулоса қилишга имкон беради.

Лекин шунча қарамасдан, инновацияларни белгиловчи қатор белгилар мавжуд:

-улар ҳамма вақт оригинал ечимларнинг хўжаликда (амалий) қўлланиши билан боғлиқ;

-фойдаланувчи учун муайян хўжалик ёки ижтимоий наф беради. Бу наф инновацияни бозорга киритишга ва тарқалишига сабаб бўлади;

-илгари қаерда қўлланилганидан қатъий назар, янгиликнинг корхонада биринчи қўлланишини билдиради. Бошқачасига айтганда, алоҳида

компаниянинг нуқтаи назаридан ҳатто имитация ҳам инновация характерига эга бўлиши мумкин;

-ижодий ёндашувни тақозо этади ва хатарлар билан боғлиқ.

## 1-жадвал

### Инновацияларни туркумлаш белгилари ва уларнинг тавсифи

| Классификация белгиси                                              | Тавсифи                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| -ишларнинг турлари                                                 | <b>Инновациялар:</b> илмий, техникавий (конструкторлик ва технологик), тажриба-экспериментал, ишлаб чиқариш                                                             |
| -янгиликлар киритиш жараёнининг (инновацияларнинг) аниқ натижалари | <b>Патентлар:</b> ихтиролар, янги ва модификациялашган маҳсулотлар, прогрессив технологик жараёнлар, хизматлар, стандартлар, бошқариш ва ташкил этишнинг янги методлари |
| -янгилик даражаси                                                  | <b>Инновациялар:</b> принципиал янги, янги, модификацион (модификацияловчи), юзаки инвестициялар (юзаки янгиликлар)                                                     |
| -буюм (моддий) тури                                                | <b>Инновациялар:</b> маҳсулот, технологик, социал иқтисодий, экологик, ахборот, ташкилий, бошқарув                                                                      |
| -самаранинг тури                                                   | <b>Инновациялар:</b> илмий-техникавий, иқтисодий, ижтимоий, экологик, ахборот, сиёсий                                                                                   |
| -фаолиятнинг асосий соҳаларини қамраб олиши                        | <b>Инновациялар:</b> ишлаб чиқариш-технологик, ташкилий-бошқарув, ижтимоий-сиёсий, молиявий иқтисодий                                                                   |

Инновациялар зерикарли жараёнлар мобайнида яратилиши ва жорий этилиши мумкин эмас, балки иштирокчилардан (раҳбарлар ва ходимлардан) янгиликка эҳтиёжни равшан тушунишни ва ижодий қобилиятларни талаб қилади. Мазкур тадқиқот мақсадларида инновацияни ишлаб чиқаришда ёки

ноишлаб чиқаришда аввалги аналогдан фарқланувчи, муайян ижтимоий эҳтиёжни қондиришга кўмаклашувчи қатор самараларни (илмий-техникавий, иқтисодий, ижтимоий ва экологик самара) берувчи янгиликларни яратиш ва амалий ўзгартириш бўйича инновацион фаолиятнинг пировард натижаси сифатида олиб қараймиз.

Инновация омиллари иқтисодий тараққиёт ҳозирги босқичининг муҳим хусусиятини баҳолаб, ишлаб чиқариш соҳасининг кўплаб хусусиятларини белгилаб бермоқда. Анъанавий равишда уларнинг таъсир кўрсатиш характери бўйича бўлиб чиқиш мумкин. Масалан, иқтисодий, техник, технологик, ташкилий, ижтимоий, ҳуқуқий, экологик ва вужудга келиш соҳаси бўйича - ички ва ташқи. Асосан омиллар тўплами етарли даражада барқарор, унинг таркиби яхши маълум ва улар борасидаги муаммолар доираси кўпроқ даражада тадқиқотчиларнинг ишлаб чиқариш тизимлари фаолиятининг турли жиҳатларига таъсирини очиб бериши ва баҳолаш масалалари бўйича нуқтаи назарлардаги тафовутларни акс эттиради.

Инновацияларнинг асосий омиллари қуйидагилардир:

- ишлаб чиқариш базаси ривожланишининг моддий-техника даражаси; ташкилотнинг профили (йўналиши) ва чиқарилаётган маҳсулотнинг мақсад-вазифалари, бошқаришнинг типик ва ташкилий тузилиши;

- бошқариш услуби ва методлари, ишлаб чиқаришнинг инновационлик даражаси;

- турли тоифадаги ходимларнинг талаб этиладиган ва ҳақиқатдаги малака даражаси, ходимларни рағбатлантириш тизими, ходимларнинг инновацион фаоллиги, ташкилий маданият ва бошқалар;

- бозор тузилмалари, солиқ тизими, қонунчилик ҳуқуқ тизими, молия-кредит тизими таъсири остида вужудга келувчи ташқи омиллар: умумиқтисодий, ижтимоий ва ташқи сиёсий характердаги омиллар, тарихий, илмий омиллар ва бошқалар.

Инновацион фаолиятнинг шаклланиши ва амалга оширилиши кўпгина илмий ишларда тадқиқ этилган. Уларда инновацион фаолиятга таъсир этувчи

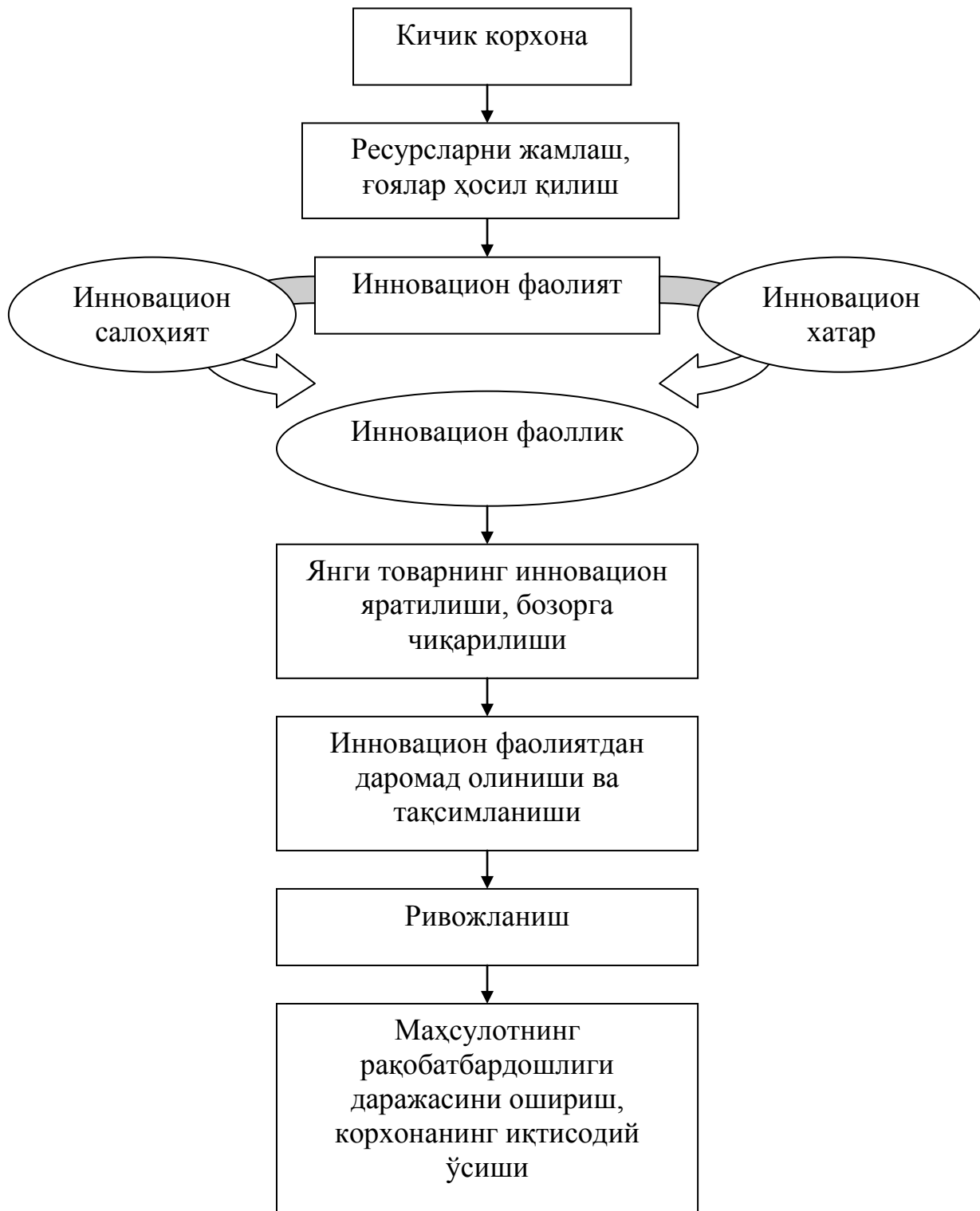
барча омиллар комплекс амал қилади ва реал ҳаётда бир - бирини ўзаро такозо этади, деган фикр асослаб берилади. «Инновацион фаолият» тушунчаси илмий билимни инновацияга айлантириш жараёни сифатида, яъни инновация ғоядан муайян маҳсулот, технология ёки хизматгача пишиб этиладиган ва амалий тадқиқотда жорий этиладиган ҳодисаларнинг тартибли кетма - кетлиги сифатида таърифланади. Бу жараён инновация жорий этилгандан сўнг ҳам тўхтаб қолмайди, чунки тарқалиши (диффузияси) давомида инновация такомиллашади, самаралироқ бўлиб боради, янги истеъмол хусусиятларига эга бўлади. Бу қўлланиши учун янги соҳаларни, янги бозорларни ва демак мазкур маҳсулот, технология ёки хизматни янги сифатида қабул қилувчи истеъмолчиларни очади.

Инновация инновацион фаолият, инновацион жараён, инновацион салоҳият, инновацион ривожланиш, инновацион фаоллик каби турдош атамалар билан характерланади. Уларга муайян ўзаро алоқалар ва ўзаро боғлиқликлар хос (1-расм).

Мамлакатимиз олимлари Г.Ҳасанова, И.С.Тўхлиевларнинг фикрича, инновацион фаолиятни амалга ошириб, корхона ўзида мавжуд инновацион салоҳиятдан фойдаланади. Маълумки, «салоҳият» тушунчаси ўз ичига муайян соҳадаги вазифаларни ҳал этиш, мақсадларга эришиш учун жисмоний ва юридик шахслар томонидан, шу жумладан, корхоналар, ташкилотлар, маъмурий - ҳуқуқий бирлашмалар, давлат томонидан ишга солиниши мумкин бўлган манбалар, имкониятлар, воситалар, захираларни олади.

Инновацион фаолият - бу янгиликларни яратиш бўйича ишларнинг турли хиллари бўлиб, уларнинг таркибига изланиш-амалий характердаги тадқиқотлар, лойиҳа - конструкторлик ва технологик ишланмалар, тажриба - экспериментал ва ишлаб чиқариш эксплуатация ишлари киради.

Корхонанинг инновацион салоҳияти турли хил ресурслар йиғиндисидан иборат бўлиб, мазмунан, корхонанинг инновацион фаолиятга қобиллигининг комплекс характеристикасидир.



**1-расм. Корхонани инновацион ривожланишининг асосий тушунчаларини ўзаро алоқаси**

Корхонанинг инновацион фаолиятини амалга ошириши билан боғлиқ муҳим омил инновацион хатардир. У умумий кўринишда янгиликларни ишлаб чиқиш ва ишлаб чиқаришга маблағлар солинишидаги йўқотишлар эҳтимолини ифодалайди. Инновацион фаолият фаолиятнинг бошқа турларига нисбатан кўпроқ даражада хатарга тортилган, чунки ижобий натижанинг тўлиқ кафолати амалда мавжуд эмас. Кичик корхоналарнинг инновацион фаолияти айниқса хатарга тортилган, бу мазкур корхоналарнинг ташқи муҳит ўзгаришларига юқори даражада қарамлиги билан изоҳланади.

Инновацион салоҳият билан инновацион хатарнинг йиғиндиси корхонанинг инновацион фаоллиги даражаси шаклланишида салмоқли роль ўйнайди. Бу фаоллик иқтисодий субъектлар томонидан янги технологияларни ёки такомиллашган маҳсулотларни ишлаб чиқиш ва хўжалик айланмасига жалб этиш бўйича фаолиятнинг амалга оширилишини билдиради, бунинг учун зарур миқдордаги ва сифатдаги салоҳиятнинг сафарбар этилишини ифодалайди.

Инновацион салоҳият самарали рўёбга чиқарилишининг, корхона инновацион фаолияти муваффақиятли амалга оширилишининг натижаси бўлиб, унинг инновацион ривожланиши (бунда биз аввало рўёбга чиқарилган янгиликлар занжирини назарда тутамиз) майдонга чиқади.

Ҳар қандай инновацион ривожланиш – бу фақатгина асосий инновацион жараён эмас, балки уни амалга ошириш учун зарур омиллар ва шарт - шароитлар тизимининг, яъни инновацион салоҳиятнинг ривожланиши ҳамдир. Бу мазкур тушунчалар ўртасида яқин ўзаро алоқалар ва боғлиқликлар мавжудлигидан гувоҳлик беради.

Инновацион ривожланиш тор соҳани эмас (масалан, деталлар ишлаб чиқариш), балки умумий натижаларга таъсир этувчи соҳаларни ҳам (бошқариш, маркетинг, ходимларни бошқариш, молия, сотиш ва ҳ.к.) қамраб олганда муваффиқиятлироқдир. Демак, инновацион ривожланиш комплекс характерда бўлиши лозим.

Инновацион фаолиятнинг натижаси бўлган инновацияларнинг яратилиши уларнинг бозорда олға сурилиши, уларни сотишдан фойда олинишини назарда тутди. Фойданинг бир қисми мазкур фаолиятни амалга ошираётган корхоналарнинг ресурсларини кўпайтиришга йўналтирилиши мумкин. Бир вақтнинг ўзида корхона томонидан инновациянинг ўзидан (янги маҳсулот, технологиядан ва ҳ.к.) фойдаланиш унинг инновацион салоҳияти даражасини, инновацион фаоллигини оширади.

Шундай қилиб, инновацион фаолиятнинг амалга оширилиши корхона инновацион салоҳиятидан самарали фойдаланилганда унинг инновацион ривожланиши даражасини у ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг (ишлар, хизматларнинг) рақобатбардошлиги юксалишини ва оқибатда, корхона иқтисодий ўсишини белгилаб беради.

Илмий-техника тараққиётининг янги босқичига ўтилиши инновацион фаолликни кучайтиришни, билимлар ва техникани бозор билан бирлаштирувчи янгиликларга янгича ёндашувни талаб этди. XXI аср эса иқтисодий муҳит билан рақобатлашувчи хўжалик субъектлари инновацион фаолияти ўзаро биргаликдаги ҳаракатига янги тенденцияларни олиб кирмоқда. Хўжалик субъектлари бу соҳада ўз саъй - ҳаракатлари стереотипларини ўзгартиришга мажбур бўлмоқдалар.

Айнан инновациялар замонавий илмий - техника инқилобининг назарий сценарийларида ва амалий рўёбга чиқарилишида бош «қахрамон»га айланмоқдалар, бу жиҳатдан улар кўп йиллар мобайнида иқтисодий ўсишнинг бош омили сифатида ҳукмронлик қилган инвестицияларни муайян равишда четга суриб қўймоқдалар. Ҳозирга қадар иқтисодчиларнинг кенгайтирилган такрор ишлаб чиқариш борасидаги назарияларида, одатда, капитал қўйилмалар ҳажмининг оширилиши илмий - техника тараққиётининг ва иқтисодий ўсишнинг асосий шарти деб қаралади. Бу ҳайратланарли иккинчи масала: марказлашган режалаштиришда такрор ишлаб чиқариш учун экстенсив ривожланиш яққол белгилари акс этади, назарий ишларда бозорда ўрин ажратилмаган эди. Лекин енгилликлар кам

принципиал тарзда юксалиш биринчи навбатда бозор вазиятининг ўзгаришидан келиб чиқмоқда. Рақобат характеридан, одатдаги «статик» рақобатдан «динамик» (жўшқин) рақобатга ўтишдан бу ҳолат ҳозирги босқичда инновациялар ва бозор ўзаро биргаликдаги ҳаракатининг хусусиятларини кўп жihatдан белгилаб берди. Бундай шароитларда инновациялар ёки янгиликларнинг моҳияти қуйидагилар билан характерланмоқда: янгилик – бу, шундай товарки, уни тўғридан-тўғри қўл билан ушлаш ёки жисман ўлчаш имкони бўлмаслиги мумкин, илмий билимларнинг (хусусан математик), касбий билимларнинг ва зарур ахборотнинг муайян минимумсиз ундан фойдаланиб бўлмайди, олдиндан тегишли тайёргарликсиз ва қайта ўргатишсиз уни руёбга чиқариш мумкин эмас. Бундай товарнинг ўзига хос хусусияти унинг даромадларини чексиз мултипликациялаш қобилиятидадир. Интеллектуал товар - у ахборот бўладими, тегишли ҳуқуқий шаклда ҳимояланган ихтироми, ноу - хауми унинг қонуний эгаси унга неча марта харидор топилса, шунча марта сотиши мумкин.

Инновацион маҳсулот - маҳсулотли инновацияларнинг жорий этилиши натижасидир ва у янги (янги жорий этилган) ёки такомиллаштирилган маҳсулотларни, шунингдек янги ёки анчагина такомиллаштирилган ишлаб чиқариш методларига асосланган маҳсулотларни қамраб олади. Бошқа инновацион маҳсулот инновация жараёнлари жорий этилишининг натижасидир. У ўз ичига янги бошқа мамлакатлар ёки корхоналарнинг ишлаб чиқариш амалиётида илгари рўёбга чиқарилган ва «технологик айирбошлаш йўли билан (патентсиз лицензиялар, ноу - хау, инженеринг) тарқатилаётган такомиллаштирилган ишлаб чиқариш методларини жорий этишдаги илғор тажриба негизидаги маҳсулотни олади.

Инновацион жараён - бу илмий, билимни инновацияга айлантириш жараёнидир, яъни бу ҳодисаларнинг тартибли кетма - кетлиги бўлиб, унда инновация ғоядан аниқ маҳсулот, технология ёки хизматгача ишлаб пишиб етилади ва амалий фойдаланишга тарқатилади. Илмий - техника

таракқиётдан фарқли равишда инновацион жараён жорий этилиши билан, яъни бозорда ёки янги маҳсулотнинг, хизматнинг биринчи пайдо бўлиши ёки янги технологиянинг лойиҳа қувватига етказилиши билан тугамайди. Бу жараён жорий этишдан кейин ҳам узилмайди, чунки тарқатилиши (диффузия) мобайнида янгилик такомиллашади, самаралироқ бўлиб боради, янги истеъмолчиларни очади. Улар мазкур маҳсулот технология ёки хизматни ўзлари учун янги деб қабул қиладилар. Шундай қилиб, бу жараён маҳсулотлар, технологиялар ёки хизматларнинг талаб қилинаётган бозорларини яратишга қаратилган ва муҳит билан яқин биргаликда амалга оширилади: унинг йўналганлиги, суръатлари, мақсадлари у ҳаракатланаётган ва ривожланаётган ижтимоий - иқтисодий муҳитга боғлиқ.

Инновацион жараённинг асоси янги техника (технологиялар)ни яратиш ва ўрнатиш жараёнидир. Техника - ишлаб чиқариш буюмий омилларнинг (меҳнат воситалари ва буюмлари) йиғиндиси бўлиб, уларда инсоннинг янги билимлари ва кўникмалари моддийлашган. Технология - маҳсулотни тайёрлашнинг, техникани қўллашнинг, табиат моддаларини саноат ва маиший маҳсулотларда қўлланадиган маҳсулотларга айлантиришнинг усуллари йиғиндисидир. Янги техникани (технологияни) яратиш ва ўзлаштириш жараёни фундаментал тадқиқотлардан бошланади. Янги билимларни олишга ва энг муҳим қонуниятларни очишга қаратилган фундаментал тадқиқотларнинг мақсади - ҳодисалар ўртасидаги янги алоқаларни очиб ташлаш, табиат ва жамиятнинг янги қонуниятларини билиб олишдир.

Фундаментал тадқиқотлар назарий ва изланиш тусидаги тадқиқотларга бўлинади. Назарий тадқиқотларнинг натижалари илмий кашфиётларда, янги тушунчалар ва тасаввурларнинг асослаб берилишида, янги назариялар яратилишида намоён бўлади. Изланиш тусидаги тадқиқотларнинг вазифаси маҳсулотлар ва технологиялар яратилишининг янги принципларини наشر этиш, материллар ва улар бирикмаларининг илгари маълум бўлмаган хусусиятларини анализ ва синтезнинг методларини кашф этиш киради.

Иزلаниш тусидаги тадқиқотларда одатда мўлжалланаётган ишнинг мақсади маълум, назарий асослари ҳам озми - кўпми равшан, лекин аниқ йўналишлар маълум эмас. Бундай тадқиқотлар мобайнида назарий тахминлар ва ғоялар ўз тасдиғини топади. Инновацион технологияларни самарали қўллашда фундаментал фаннинг устувор аҳамияти унинг ғоялар ҳосил қилувчи эканлиги ва янги соҳаларга йўл очиши билан белгиланади, лекин жаҳон фанида фундаментал тадқиқотларнинг ижобий натижасига 5 фоиз ҳоллардагина эришилади ҳолос. Бозор иқтисодиёти шароитларида тармоқ фани ёки завод - фабрика фани бундай тадқиқотлар билан шакллана олмайди. Фундаментал тадқиқотлар, коида тариқасида, давлат бюджети томонидан молиялаштирилади, шунингдек қисман бюджетдан ташқари маблағлар жалб этилиши мумкин.

Юқорида кўриб чиқилган тушунчалар уларга хос ўзаро алоқаларни очиб, бериш, инновацион ривожланиш моҳиятини тўлароқ ойдинлаштириш, корхона инновацион фаолият хусусиятларини, шунингдек унинг ривожланиши хусусиятлари ва бошқариши имкониятларни аниқлаб олишга имкон беради.

Ўзбекистон Республикасида инновацион соҳа ривожланиш суръатлари умумжаҳон суръатларига мос келмайди. Бу энг аввало республиканинг бозор муносабатларига ўтиши билан ва инновацион ривожланишга тўсқинлик қилувчи қатор омиллар билан белгиланган. Бир томондан, бу инновацион ривожланишнинг заиф ресурс базаси ва етарли бўлмаган молиявий фундаменти, турли даражадаги бюджетлар ва бюджетдан ташқари фондларга солиқлар ва йиғимларнинг юқори ставкалари бўлиб, бу ерда инновацион тадбиркорлик бўйича қонунчилик ва норматив базанинг тугал мақоми йўқлиги ва оқибатда, ижтимоий тан олинмаганлиги ва бошқалардир. Бошқа томондан, бу инновацион корхоналарнинг ва ташкилотларнинг ташқи муҳит ўзгаришларга номонанд, секин жавоб қилиши, инновацион корхонада реструктуризация ўтказилишидан бош тортиш ёки чўзиб юборилиши, корхоналар томонидан юқори малакали илмий ва бошқарув кадрларининг

бой берилиши, стратегик бошқарув ва бизнес-режалаштириш маданиятининг йўқлигидир. Бундай вазиятнинг объектив сабаби Ўзбекистон Республикасида инновацион тадбиркорлик ривожланиши ва инновацияларни бошқариш муаммоларининг методологик асослари ишлаб чиқилмаганлигидир.

### **3. Алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион менежментни ҳозирги ҳолати ва ривожланиши**

Ҳозирги даврда ахборотлашган жамиятга ўтиш жараёни ниҳоятда тезлашди. Замонавий телекоммуникацион каналлар орқали ахборот билан тезкор алмашиш имконияти давлат корхоналари ва кишилари ўртасида алоқаларни кенгайтирди, масофа сезиларли роль ўйнамай қўйди, ахборот бозори ривожланиши ва ҳаракатланишининг сифат жиҳатидан янги босқичи кириб келди. Ахборот-коммуникация технологиялари ҳозирги кунда миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишда ҳал қилувчи омил бўлмоқда. Ҳозирги жамиятда кўпчилик соҳаларнинг ривожланиши анчагина даражада ахборот таъминоти қанчалик самарали ташкил этилганлиги билан белгиланади. Янги ахборот ва коммуникацион технологиялар иқтисодиётнинг кўплаб тармоқларида ҳал қилувчи роль ўйнайди. Алоҳида компанияларнинг ва миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги, мамлакатнинг ички ва хорижий инвесторлар учун жозибадорлиги кўп жиҳатдан ахборот инфраструктураси ривожланиши даражасига боғлиқ. Сўнги йилларда «ахборотлашган жамият» атамаси кенг қўлланмоқда, унда «ахборотнинг олинishi, сақланиши, қайта ишланиши, узатилиши, тарқатилиши ва ишлатилиши, яъни интерактив алоҳида мужассамлашган ўсиб бораётган техник имкониятлар ҳал қилувчи роль ўйнайди».

Миллий ахборот ресурслари иқтисодий ва жамият ривожланишининг энг муҳим компонентларидан бирига айланди, у йил сайин алоҳида мамлакатларнинг глобал рақобатбардошлигини кўпроқ даражада белгилаб бермоқда.

Ахборот-коммуникация технологиялари имкониятлари ўсиши Ўзбекистонга ҳам тааллуқлидир. Сўнги йилларда ахборот-коммуникация технологиялари бозорларини ривожлантириш бўйича муҳим чора-тадбирлар амалга оширилди. Ҳисоблаш техникаси ва телекоммуникация воситалари импорти тез ўсмоқда, бунда арзон персонал компьютерларни стихияли олиб келиниши ўрнига комплекс ечимлар устун турадиган барқарор бозор секторлари шаклланиши кузатилмоқда. Республикада телекоммуникациялар секторлари жадал суръатларда ривожланмоқда.

Ахборот-коммуникация технологияларининг тез ривожланиши, «ахборот магистраллари» ўтказиш қувватининг ортиши туфайли йилдан-йилга ахборотнинг тобора каттароқ ҳажми корхоналар, ташкилотлар ва алоҳида кишиларнинг кенгроқ доирасида тарқатилиши мумкин бўлмоқда, лекин технологик ўлчамларнинг соф техник ўсиши ҳам маълумотларни оддий узатишдан жамиятда янги муносабатларнинг ўрнатилишига, билимларни тарқатишнинг самарали тизимига ва пировардида «ахборот иқтисодиётидан» «билимларга асосланган иқтисодиётга» тўла равишда ўтишни, таъминламайди, яъни ижтимоий - муносабатларнинг билимлар ва янги технологиялар иқтисодий ўсишнинг асосий омилига айланадиган тарзда ташкил этишига олиб келмайди. Жадал ахборот - технологик ривожланишни иқтисодий ўсишнинг ишлаб чиқариш самарадорлигини ва кишилар фаровонлигини оширишнинг реал манбаига айлантиришга қаратилган бундан ўзгаришлар, шубҳасиз, мамлакат раҳбарияти томонидан саъй-ҳаракатларни кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлашда тегишли институционал ўзгаришларни талаб қилади. Биринчи навбатда бу фанга ва инновацияларга тааллуқли бўлиб, бу соҳаларда янги билимлар ҳосил этилиши ва уларнинг ишлаб чиқариш жараёнларини самаралироқ ташкил этиш янги маҳсулотлар ва хизматлар кўринишида тўғридан - тўғри мужассамлашуви юз беради.

Ахборотлашган жамият шаклланишида инновацион жараёнларнинг ривожланиши янада муҳим аҳамиятга эга. Бунда янги технологиялар ва

техникаларнинг тури, тезкор алоқа, турли биотизимлар ва роботлашган техникаларнинг яратилиши ва уларнинг яратилиш муддатининг қисқалиги янги технологияларнинг юзага келишини ва жадаллик билан ҳаётга кириб келишини кўриш мумкин.

Бозор иқтисодиётининг такомиллашиб бориши инновацион технологияларнинг турли хўжалик фаолияти юритувчи турли касб эгалари ва турли тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириб боровчи жараёнларнинг фаолиятига шароит яратиб беради. Уларнинг самарали меҳнати учун бу фаолият эгаларини қанчалик бозор ҳақида, рақобатчилари ҳақида, истеъмолчилар ҳақида ва ниҳоят талаб ва таклиф ҳақида қанчалик ахборотга эга бўлсалар, шунчалик самарали иш олиб борадилар. Бунда инновацион технологиялардан бўлган ахборот фаолияти катта роль ўйнайди.

Инновацион технологияларнинг яққол намуналаридан бири бу – ахборот-коммуникация технологияларидир (АКТ).

Ахборот-коммуникация технологиялари – ахборотларни йиғиш ва узатиш, тўплаш, қайта ишлаш, сақлаш, тақдим этиш ва фойдаланиш услублари, усуллари тизимига айтилади.

Ахборот-коммуникация технологиялари – бошқарув вазифаларини ҳал этиш учун тизимли ташкил этилган ахборот жараёнларини амалга ошириш усули ва воситаларининг мажмуидир.

Ахборот-коммуникация технологияларининг ишлатилиши, қўлланиши ва бажарадиган вазифаларига кўра классификацияларга бўлиш мумкин.

Шундай қилиб, ахборот-коммуникация технологияларини техник нуқтаи назардан йиғувчи, қайта ишловчи, ахборотни тақсимловчи, ташкилотни бошқаришда қабул қилинадиган қарорларни қўллаб-қувватлаш учун ташкил қилинган, ўзаро боғланган компонентлар тўплами дейиш мумкин. Ахборот технологиялари қарор қабул қилишни қўллаш, координация ва бошқариш билан бирга менежерларга таҳлил қилиш, комплекс масалаларни ечиш ва янги қарорлар қабул қилишда ёрдам беради.

## Ахборот-коммуникация технологияларининг классификацияси

| АХБОРОТ<br>ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ | АКТ қўлланилишига қараб                             | Анъанавий                              |
|---------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------|
|                           |                                                     | Янги ахборот технологиялари            |
|                           | Бошқарув масалаларини қамров даражасига қараб       | Маълумотларни электрон қайта ишлаш     |
|                           |                                                     | Бошқарув функцияларини автоматлаштириш |
|                           |                                                     | Қарор қабул қилишни қўллаш             |
|                           |                                                     | Электрон офис                          |
|                           |                                                     | Эксперт қўллаш                         |
|                           | Технологик операцияларнинг қўлланилиш синфига қараб | Матнли редактор билан ишлаш            |
|                           |                                                     | Жадвалли процессор билан ишлаш         |
|                           |                                                     | МБ си билан ишлаш                      |
|                           |                                                     | График объектлар билан ишлаш           |
|                           |                                                     | Мультимедиа тизимлари                  |
|                           | Фойдаланувчи интерфейсига қараб                     | Гиперматн тизимлари                    |
|                           |                                                     | Пакетли                                |
|                           |                                                     | Диалогли                               |
|                           | Тармоқ тузилишига қараб                             | Тармоқли                               |
|                           |                                                     | Локал                                  |
|                           |                                                     | Кўп даражали                           |
|                           | Хизмат кўрсатиш соҳаларига қараб                    | Тақсимланган                           |
|                           |                                                     | Бухгалтер ҳисоби                       |
|                           |                                                     | Банк иши                               |
|                           |                                                     | Солиқ иши                              |
|                           |                                                     | Суғурта иши                            |
|                           |                                                     | Бошқалар                               |

XX асрнинг иккинчи ярмида илмий - техника тараққиёти иқтисодиёт ўсишининг белгиловчи омилига айланди. Ҳар бир янги маҳсулот ортида, асосан, инсоннинг ақлий меҳнати турибди, бу маҳсулотни яратиш мобайнида инсоният жамғарган билимлар ижтимоий қийматга айланмоқда. Илмий-техникавий ахборот илмий тадқиқотларда ҳал қилувчи роль ўйнайди. Шунинг учун ахборот билан боғлиқ фаолият фан бутун инфраструктурасининг ядросидир. Илмий-техникавий соҳасининг тез ривожланиши, унинг иқтисодиётнинг мустақил тармоғига айланиши илмий меҳнат тақсимоти зарурлигига, оқибатда фан инфраструктурасининг яратилишига олиб келди. Муайян ахборот муҳитида ишлаётган олимлар зарур нашрларни (илмий ҳисоботлар, журнал ва китобларни, шунингдек электрон кўринишда) тез олиш, ечилаётган муаммоларни Ўзбекистондаги ва хориждаги ҳамкасблари билан муҳокама қилиш, олинган натижаларни тез нашр этиш имкониятларига эга бўлишлари лозим.

Кейинги йилларда давлат томонидан илмий-техника ахбороти тизимини қайта қуриш бўйича, бозор шароитларида унинг самарали ишлаши бўйича анчагина саъй-ҳаракатлар амалга оширилмоқда. Илмий-техника соҳасида ахборот сиёсатининг асосий вазифаси, ахборот фондларининг доимий тўлдирилишини таъминлаш «Ўзбекистон фуқароларига фан, технологиялар ва таълим соҳасида ахборот ресурсларидан максимал эркин фойдалана олишларини таъминлашга қодир бўлган ахборот тизими замонавий ахборот ва коммуникацион технологиялар негизида доимий ривожлантиришдан иборатдир. Бунда қуйидаги қоида ҳал қилувчи бўлиши лозим: фойдаланувчи ахборот бошқариш имкониятига эга бўлади, лекин ахборот кишилар устидан назорат учун ишлатилмаслиги керак.

Сўнгги йилларда республикада ахборотлаштириш ва телекоммуникациянинг қонунчилик базаси яратилди. У ахборот-коммуникация технологиялари фаолиятининг иқтисодий, ҳуқуқий ва ташкилий асосларини белгилаб беради. Ахборот - коммуникация тизимлари,

тармоқлари ва маълумотлар базалари яратилди, ишлатилишини тартибга солувчи меъёрий - ҳуқуқий ҳужжатлар ишлаб чиқилди ва амалга киритилди.

Республиканинг қонунчилик базаси билан белгилаб берилаётган ахборотлаштириш ва телекоммуникациялар соҳасидаги давлат сиёсатининг асосий йўналишлари орасидан қуйидагиларни ажратиб кўрсатиш мумкин:

- давлат ва минтақавий ахборот тармоқларини ривожлантириш иқтисодиёт хўжалик секторлари илмий-техникавий фаолиятининг ахборот таъминоти;
- глобал ахборот тармоқларининг ишлаб туриши, тармоқларга тижорат режимида киришни мувофиқлаштириш, турли тармоқлардан ва улар тақдим этадиган хизматлардан фойдалана олишда биргаликни таъминлаш;
- қиммат ускуналардан узоқ фойдаланишни ташкил этиш, ёш тадқиқотчиларни масофадан ўқитишига имкониятларни таъминлаш;
- ахборот ресурсларига мулкчиликнинг барча турларини ривожлантириш ва ҳимоя қилиш.

Ўзбекистонда давлат Фан ва техника соҳасида ахборот фондлари ва тизимлари яратилишига кўмаклашмоқда. Уларнинг вазифалари илмий-техникавий ахборотни йиғиш, давлат рўйхатиغا киритиш, таҳлилий ишлов бериш, сақлаш ва истеъмолчиларга етказишдан, илмий маҳсулотнинг нашр этилишига, хориждан илмий-техникавий нашрларнинг олинishiга ёрдам беришдан иборат. Қуйидаги давлат ахборот фондлари, ҳужжатлаштирилган илмий-техникавий билимларни жамлаш лозим: илмий нашрлар, дарсликлар, ахборот материаллар, илмий ҳисоботлар, конференциялар материаллари, диссертациялар, саноат каталоглари, патент-лицензия ҳужжатлари ва бошқалар.

Давлат инновацион сиёсатининг шаклланиши ва рўёбга чиқарилишига ахборот билан кўмаклашиш давлат томонидан тартибга солишнинг ҳуқуқий, иқтисодий ва бошқа шаклларида фойдаланилган ҳолда Ўзбекистон Республикасидаги инновацион жараённинг турли бўғинларининг

мувофиқлаштирилишига қаратилган. Ахборот сиёсати ва илмий-техника сиёсати бир-бири билан яқиндан боғланган. Айни пайтда инновацион сиёсатни рўёбга чиқариш учун зарур бўлган ахборот ўзига хос хусусиятга эга. Ахборот қисми инновацион иқлимни шакллантиришда, инновация секторига инвестицияларни жалб этиш учун шароитлар яратишда энг муҳим роль ўйнайди. Инновацион фаолиятни шакллантирилишидан олдин инновацияларнинг ахборот инфраструктураси яратилиши лозим ва бу инфраструктура дастурлар рўёбга чиқарилишида ишга солинади.

Фан-техника ва инновациялар соҳасида давлат сиёсатини шакллантириш учун бир қатор мустақил блоклардан иборат бўлган комплекс ахборот, асос зарур:

- фан ва инновациялар статистикаси, тадқиқотлар ва ишланмаларни олиб боровчи ташкилотлар таркибига, кадрлар, фанни молиялаштириш, илмий кадрлар, фаннинг натижалари бўйича маълумотларни қўшган ҳолда;
- фан ва техника ривожланишининг устувор йўналишларини аниқлаш учун бошланғич маълумотлар;
- илмий-техникавий қисмига эга бўлган давлат мақсадли дастурлари доирасида илмий-техникавий лойиҳаларнинг бажарилиши тўғрисида маълумотлар;
- давлат мақсадли илмий-техникавий дастури доирасида кичик дастурлар бўйича илмий-техникавий лойиҳаларнинг бажарилиши тўғрисида ахборот, молиялаш, энг муҳим натижалар, эксперт баҳолари ҳақидаги маълумотларни қўшган ҳолда;
- давлат илмий марказлари;
- илмий-техник салоҳиятнинг ҳудудий тақсимламланиши, ҳудудий илмий-техникавий дастурлар;
- олимларнинг ижтимоий ҳимоя қилиниши (иш ҳақи, пенсия таъминоти ва ҳ.к.)
- халқаро илмий - техникавий ҳамкорлик.

Илмий ва илмий-технологик маҳсулот бозорини яратиш, соҳага жиддий инвестицияларни жалб этиш учун потенциал инвесторларга уларни кизиқтирувчи технологияларни ва илмий маҳсулотни топиш ҳамда олинадиган фойдани максимал ҳисобга олиб, қаторларни баҳолашга имкон берадиган яхлит ахборот тизимини яратишни талаб қилади. Бунда давлат илмий тадқиқот ва тажриба-конструкторлик ишлари натижаларини маваффақиятли тижоратлаштириш учун, мулкчиликнинг барча шаклларидаги корхоналар томонидан яратилган технологиялар етказиб берилиши учун шарт-шароитлар яратиш, илмий-техника соҳасининг кичик корхоналарининг кредитлар билан молияланишларига, инновацион лойиҳаларни бажариш учун кооперациялашувларига, инновацион лойиҳалар экспертизаси ташкил этилишига, ходимларни технологик менежментга тайёрлашга кўмаклашиши лозим.

Инновацион сиёсатни ахборот билан қувватлаш комплекс характерда бўлиши лозим ва инновацион фаолиятнинг барча томонларини қамраб олиши зарур: илмий-техникавий ва патент ахборотни таҳлил қилиш, аниқ технологияларни танлаб олиш, уларнинг бозор имкониятларини таҳлил қилиш ва баҳолашдан тортиб то инвесторларни ахтариш, ходимларни танлаш ва янги маҳсулотли сертификатлашгача.

Ҳозир бу фаолият минтақаларда инновацион инфраструктурали ташкил этиш йўли билан амалга оширилмоқда. Бу фаолият асосан Ўзбекистон Республикаси иқтисодиёт вазирлиги, Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги, Халқ таълими вазирлиги каби маҳкамаларда жамланган. Мазкур маҳкамалар томонидан ташкил этилган тармоқларда фан ва таълимни интеграциялаш бўйича дастурлар доирасида турли минтақавий инновацион марказлар яратилмоқда. Уларнинг мақсади кичик инновацион корхоналарни қўллаб-қувватлаш, ишлаб чиқаришнинг тармоқ фани ва олий ўқув юртлари фани билан интеграциялашувига ёрдам беришдир. Бундай марказларни ташкил этишда инновацион корхоналар учун ахборот-коммуникация инфраструктурасини шакллантиришга, уларга маслаҳат хизмати кўрсатиш ва

ходимларини ўқитишга алоҳида эътибор қаратилди. Алоҳида инновацион илмий-техника марказлари асосида илмий-техникавий маҳсулотнинг электрон биржалари ташкил этилади, патент-лицензия соҳасида хизматлар кўрсатилади.

Мамлакатимизда маълумотларни узатиш тармоғи ривожланмоқда, вазирликлар, идоралар, муассасалар ва ташкилотларнинг ахборот-коммуникация тизимларини ва тармоқларини маълумотларни узатиш миллий тармоғига бирлаштириш йўли билан ягона ахборот макони шакллантирилмоқда. Фойдаланувчиларнинг халқаро ахборот тармоқларига, интернетни ҳам қўшган ҳолда кира олишларини таъминлаш учун йўлдошли ва орадаги рақамли каналларидан фойдаланиб тўғридан-тўғри алоқалари яратилган интернет тармоғи бўйича халқаро каналларнинг умумий ўтказиш қуввати кенгаймоқда. Интернет тармоғи провайдерлари ва фойдаланувчилари сони жадал ортмоқда.

Инновацион фаолият тадқиқот объекти сифатида жуда кенг соҳадан иборат бўлиб, мураккаб ва бир хил бўлмаган жараёнлар ва ходимларни қамраб олади. Одатда, инновацион фаолият кенгроқ тушунчадир, яъни ташкилотлар ва фирмаларнинг мақсадлари, имкониятларига боғлиқ равишда инновацион жараёнларнинг йиғиндисини қамраб олади.

## **I БОБ бўйича хулоса**

Ушбу бобда алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион менежментни ташкил этишнинг назарий асослари ёритилган бўлиб, унда инновацион менежмент ва унинг моҳияти, инновацион менежментни ташкил этишнинг назарий асослари ҳамда алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион менежментни ҳозирги ҳолати ва ривожланиши баён этилган.

Юқорида келтирилган фикрлардан хулоса шуки, натижаларининг йўналганлиги бўйича инновациялар илмий инструментарий сифатидаги инновацияларга, инновация-жараёнларга ва инновация-маҳсулотларга бўлинади. Инновациялар тўпламининг муҳимлиги даражасига баҳо бериш мақсадида шу тартибда ажратилади.

Ўзбекистон Республикасида инновацион тадбиркорлик ривожланиши ва инновацияларни бошқариш муаммоларининг методологик асосларини замонавий талабларга асосланган ҳолда ишлаб чиқиш зарур.

Инновацион фаолиятнинг самараси корхоналарнинг инновацион мақсадлари ва имкониятларига, ходимларнинг инновацион фикрлаш қобилиятларига боғлиқ.

## **II БОБ. АЛОҚА ВА АХБОРОТЛАШТИРИШ СОҲАСИДА ИННОВАЦИОН МЕНЕЖМЕНТНИНГ ҲОЗИРГИ ҲОЛАТИ**

### **1. “Ўзбектелеком” АК молиявий-хўжалик ва инновацион фаолиятининг таҳлили**

2013 йил давомида “Ўзбектелеком” АК томонидан иқтисодий ислохотларни ривожлантириш, кўрсатилаётган хизматлар ҳажмини ошириш бўйича бир қатор ишлар амалга оширилган. Кўрсатилган хизматлардан олинган даромад 554,7 млрд. сўмни ташкил этиб, режа 103 фоизга бажарилган. Аҳолига 114 млрд. сўмлик телекоммуникация хизматлари кўрсатилган.

Компания томонидан хорижий телекоммуникация операторларига кўрсатилаётган телекоммуникация хизматлари ҳажмини ошириш бўйича олиб борилган чора-тадбирлар натижасида экспорт миқдори ҳисобот даврида 140,8 млн. АҚШ долларни ташкил этиб, режа 116,5% га бажарилган. Компания бўйича умумхўжалик фаолиятидан олинган фойда 23,0 млрд. сўм, соф фойда 15,1 млрд. сўмни ташкил этган. Шаҳарлараро ва халқаро телефон сўзлашувлари сони 206 млн. тани, ўсиш суръати 102% ни ташкил этган. Чет эл кредитлари бўйича жами 25,8 млрд. сўм ҳамда амалга оширилаётган лойиҳалар бўйича тўғридан-тўғри имзоланган шартномалар бўйича 98,5 млрд. сўм миқдоридаги тўловлар амалга оширилган.

Компания филиаллари бўйича мавжуд дебитор қарздорлик 94,3 млрд. сўмни ташкил этиб, мазкур қарздорлик йил бошига нисбатан 33,2 млрд. сўмга ёки 54,3 фоизга кўпайган. Дебиторлик қарзларини камайтириш мақсадида 3 574 та корхонанинг 320,7 млн. сўм миқдоридаги қарзларини ундириш учун тегишли ҳужжатлар хўжалик судларига топширилиб, натижада 571 та корхонанинг 70,8 млн. сўм миқдоридаги қарзлари ундирилган. Ҳисобот даври якунига мавжуд кредиторлик қарзлари 133,9 млрд. сўмни, йил бошига нисбатан 7 % га ёки 8,7 млрд. сўмга кўпайган. Маҳаллий телефон тармоғида асосий телефон аппаратлари сони

1 566,9 минг тани, АТСларнинг ўрнатилган сигимдан фойдаланиш коэффициенти 88,6% ни, рақамлаштириш эса 99,3% ни ташкил этган.

Ҳисобот даврида компанияда ижтимоий сиёсатни амалга ошириш, ишчи-ходимларни ижтимоий ҳимоялаш, яъни иш ҳақи миқдорини изчил ошириб бориш чоралари амалга оширилиши натижасида Компания филиаллари бўйича ўртача ишчи-ходимлар сони 13 141 тани ташкил этиб, ўтган йилга нисбатан 98% ни ташкил этди, яъни ишчи-ходимлар сони 94 тага қисқарган. Ўртача ойлик иш ҳақи 667,2 минг сўмни ташкил этди, ўтган йилнинг шу даврига нисбатан 28% га ошган. Шу билан бирга ишчи-ходимларни ижтимоий ҳимоялаш мақсадида транспорт харажатларига 827,6 млн. сўм, иш жойларида профилактик кўрикдан ўтиш харажатларига 168,1 млн. сўм, спорт харажатларига 84,6 млн. сўм, санаторийларда дам олиш учун 33,0 млн. сўм миқдорида маблағлар ажратилиб, самарали фойдаланилди.

“Ўзбектелеком” АК халқаро алоқа операторлар билан ишлаш борасида компания телекоммуникация тармоғига чегарадош давлатлари: Қозоғистон Республикаси, Туркменистон Республикаси, Тожикистон Республикаси, Қирғизистон Республикаси, Афғонистон Республикаси мавжуд халқаро алоқа линияларини кенгайтириш ва янгиларини куриш бўйича ишлар олиб борилмоқда. ақаро операторлар билан халқаро телефон трафиғи алмашуви 4 та Халқаро коммутация маркази (МЦК): ХКМ-2 (Бухоро), ХКМ-1 (Тошкент), ХКМ-3 (Қўқон), ХКМ-4 (Пахта) орқали амалга оширилмоқда. Компания бўйича 17 та давлатнинг 25 дан ортиқ операторлари билан жами 21 мингдан зиёд халқаро телефон каналлари ташкиллаштирилган.

2013 йилда валюта маблағи тушумини ошириш ва экспорт салоҳиятини мустаҳкамлаш мақсадида узоқ хорижий ва МДҲ давлатларидан Ўзбекистонга халқаро кириш трафиғи ҳажмини ошириш бўйича ишлар давом эттирилди. 2013 йил якуний ҳолатига “Ўзбектелеком” АК Халқаро пакетли коммутация марказига уланган Интернет каналларининг умумий тезлиғи 9640 Мбит/с.ни ташкил этади.

2013 йилнинг 19 августидан бошлаб ХПКМга уланган оператор ва провайдерларга Интернет хизматлари учун белгиланган тариф 1 Мбит/с. учун 347,15 АҚШ долларини ташкил этиб, 2010 йил бошига нисбатан 4,35 баробарга, 2013 йил бошига нисбатан 1,21 баробарга камайтирилган.

Жорий йилнинг якуни бўйича CDMA-450 стандартидаги мобил алоқа хизмати мижозлари умумий сони 299 756 тани ташкил этиб, ушбу кўрсаткич 2012 йилнинг якуни бўйича 153 693 тани ташкил этган. Хисобот даврида мижозлар сони 146 063 тага ортган. Ўсиш суръати 195 %. Бугунги кунда абонентлар сони 335 000 тага етди. CDMA-450 стандартидаги мобил алоқа хизматидан ҳисобланган даромад 25,12 млрд. сўмни ташкил этди. Ўтган йилда мобил алоқа хизматидан олинган ўртача ойлик даромад 1,46 млрд. сўмни ташкил этган бўлса, жорий йилда ушбу кўрсаткич 3,20 млрд. сўмни ташкил этди. Ўсиш суръати 219%. Ҳар бир мижоздан олинadиган ўртача ойлик даромад 11 162 сўмни ташкил этмоқда. Ўтган йилда ушбу кўрсаткич 10 270 сўмни ташкил этган.

Ўзбекистон Республикасида 2012-2016 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш (2012й. 10 май 1754-ПҚ-сон) мақсадида бир қатор ишлар амалга оширилган. Республиканинг барча ҳудудларида “Ягона ойна” тамойили асосида хизмат кўрсатувчи 155 та савдо офисларида сифатли хизмат кўрсатиш мақсадида техник хизмат кўрсатиш марказлари ташкиллаштирилган. Мазкур марказларда мобил ва стационар телефонлар, модемлар, тюнерлар ва хоказоларни таъмирлаш хизматлари кўрсатилмоқда.

Ҳисобот даврида техник хизмат кўрсатиш бўйича ҳисобланган даромад 103,9 млн. сўмни, режанинг бажарилиши 145%, видеотелефония хизмати бўйича ҳисобланган даромад 146,3 млн. сўмни, режанинг бажарилиши 2,6 баробарни ташкил этди.

2012 йилнинг июнь ойидан бошлаб янги IPTV юқори сифатли интерфаол рақамли телевидения хизматини тақдим этиш йўлга қўйилди.

Ҳозирги кунда ушбу хизмат имкониятларидан тўлиқ фойдаланишни йўлга қўйиш мақсадида тегишли ишлар амалга оширилмоқ, жумладан:

Video on Demand (VoD) – исталган фильм, телевизион дастурлар ва клипларни буюртма қилиш;

Time shift TV – телевединияда кўриш вақтини ўзгартириш;

Electron personal Guide – севимли теледастурлар рўйхатини кўриш имконияти мавжуд.

IPTV хизматидан фойдаланувчи миқдорлар сони 3150 тани, ҳисобланган даромад 718,1 млн. сўмдан ортди.

Компания маҳаллий телекоммуникация тармоғини янги авлод тармоғи (NGN) технологиялари асосида модернизация қилиш ва ривожлантириш лойиҳаси доирасида кенг полосали мультисервис хизматларни кўрсатиш мақсадида кенг полосали уланиш тармоқ портлари сонини 500 мингтага етказиш учун 91 936 портга тенг DSLAM ускуналарини монтаж қилинди.

Бундан ташқари Zuxell компанияси томонидан келтирилган 34 704 портга тенг DSLAM ускуналари, “Telecom Innovations” ҚҚдан томонидан ишлаб чиқарилган 40 000 портга тенг DSLAM ускуналари ва FTTx технологияси асосида 49 600 кенг полосали портлари тўлиқ ўрнатилди ва ишчи қабул қилиш комиссиясига топширишга тайёргарлик ишлари олиб борилмоқда. Шунингдек, FTTB тармоғини ривожлантириш мақсадида 38400 портга тенг ускуналар келтирилган ва вилоятларга етказилган бўлиб, бугунги кунда монтаж ишлари амалга оширилмоқда. Мазкур қурилмаларнинг ўрнатилиши натижасида кенг полосали портлар жами 400 000 портга кенгайтирилиши кутилмоқда.

“Ўзбектелеком” АК тармоқларида ўрнатилган кенг полосали тармоқ портлари сифими 2012 йилга нисбатан 92 850 тага оширилиб, 272 402 портга етказилди. Ўсиш суръати 151,7 фоизни ташкил этди. Фойдаланилаётган сифим эса 62 516тага ошиб, 171 245тани ташкил этди.

Жорий йилнинг якуни бўйича xDSL ва FTTx технологиялари бўйича кенг полосали уланиш хизмати миқдори умумий сони 161 761 тани

ташкил этди, ушбу кўрсаткич 2012 йил якуни бўйича 98 333 тани ташкил этган. Абонентлар сони 63 428 тага ортган, ўсиш суръати 164,5%. Бугунги кунда абонентлар сони 167 166 тани ташкил этмоқда.

2013 йилнинг якуни бўйича xDSL ва FTTx технологиялари бўйича ҳисобланган даромад 41,9 млрд. сўмни ташкил этди. Ўтган йилда кенг полосали интернет хизматларидан олинган ўртача ойлик даромад 2,8 млрд. сўмни ташкил этган бўлса, жорий йилда ушбу кўрсаткич 4,8 млрд. сўмни ташкил этди. Ўсиш суръати 171%. Ҳар бир миждан олинган ўртача ойлик даромад 31 963 сўмни ташкил этмоқда. Ўтган йили ушбу кўрсаткич 29 553 сўмни ташкил этган.

Компания томонидан тақдим этилаётган янги алоқа хизматлари бозорини чуқур тадқиқ қилиш, жорий қилинаётган хизматларнинг тарғибот ва ташвиқот ишларини жадаллаштириш, аҳолининг замонавий хизматларга бўлган талаб ва эҳтиёжларини қондириш, йирик ва корпоратив миждларга алоҳида хизматлар туркумларининг тақдим қилиш механизмининг жорий қилиш, компаниянинг устувор йўналишларига эришишни таъминлаш бўйича чора-тадбирлар амалга ошириш мақсадида, 2013 йил феврал ойидан реклама агентлигига аутсорсинг шартномаси асосида берилди.

“Ягона ойна” тамойили асосида хизмат кўрсатувчи UZTELECOM савдо офисларида миждларга хизмат кўрсатиш ҳажми ва самарадорлигини ошириш мақсадида DIAL WORLD CO ваколатхонаси билан навбатни бошқариш тизимини (НБТ) йўлга қўйиш бўйича ишлар, яъни ускуналар ўрнатилиши ва фойдаланишга топширилиши амалга оширилмоқда. Миждлар томонидан тушган мурожаатларни ўз вақтида ва марказлашган ҳолда ўрганиш ва тегишли чораларни кўриш мақсадида “Тошкент шаҳар телефон тармоғи” филиали таркибида миждларни сақлаш гуруҳи ташкил этилган, ҳозирда ушбу гуруҳ фаолиятини белгиловчи ҳужжатлар тасдиқланди ва Республика бўйича барча UZONLINE хизматидан фойдаланувчи миждларнинг мурожаатлари қисқа муддатларда кўриб чиқилмоқда.

UZMOBILE савдо белгиси остида кўрсатилаётган мобил алоқа хизмати мижозлари сонини ошириш мақсадида савдо тармоғини ривожлантириш ва агентлик савдо офисларини ташкил этиш бўйича тегишли ишлар амалга оширилмоқда.

Компания реклама фаолиятини янада ривожлантириш ва мижозларни янги хизматлардан фойдаланишга янада жалб этиш мақсадида мавжуд рақамли телевиденияси “StarsTV”, ҳудудий телевединияларда, шу билан бирга реклама кампаниялари радио “Гранд”, “Пойтахт”, “Ўзбегим Таронаси” “ORIAT DONO”, “ORIAT FM” ва бир қатор ҳудудий радио каналлар орқали янги хизматларни тарғибот этиш ишлари амалга оширилмоқда.

Мижозларни телекоммуникация хизматларидан фойдаланишга янада жалб қилиш мақсадида Компания тариф сиёсатига алоҳида эътибор берилмоқда. 2013 йил 1 мартдан юридик шахслар учун кенг полосали Интернет хизматларига «Business Unlimited» тариф режалари нархи пасайтирилди ҳамда оператор ва провайдерларга ажратилган Интернет хизматлари тарифлари кўриб чиқилди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 25 декабрдаги ПҚ-1887-сон қарорига мувофиқ мобил алоқа хизматларини кўрсатувчи юридик шахслар томонидан абонент рақамидан фойдаланганлик учун тўловларни ўсиши муносабати билан, 2013 йил 1 мартдан “ЎзМобайл” филиали тариф режалари қайта кўриб чиқилди. 2013 йил 5 мартдан SIP-trunk протоколи бўйича виртуал канални фойдаланиш тарифлари амалга киритилди. 2013 йил 15 мартдан “БРМ” филиали томонидан кўрсатиладиган телефония тариф режалари юридик шахслар учун амалга киритилди. 2013 йил 1 майдан IPTVнинг янги хизмат тарифлари амалга киритилди - Video on demand (бадий фильмлар, сериаллар, кўнгил очар ва спорт кўрсатувларини кўриш). Юридик шахслар томонидан бир вақтни ўзида 10 дан ортиқ нуқтани FTTB технологияси асосида битта адрес бўйича IPTV хизматига уланганда ҳар бир нуқта учун 12 000 сўм миқдорида абонент тўлови ўрнатилди, олдин 18 000 сўмни ташкил қилган.

Бундан ташқари, FTTB технологияси асосида кенг полосали абонентлар учун «Active» ва «Night-Life» тариф режаларига уланиш имконияти очиб берилди, ҳамда «Record» ва «Life» сериясига янги тариф режалари амалга киритилди. 2013 йил 1 сентябрдан “ЎзМобайл” филиалининг махсус “Дилер” тариф режаси амалга киритилди. Ушбу тариф режаси ҳимояланган VPN канали орқали биллинг тизимига кириш ва дилерлар билан ишлаш гуруҳини ўзаро ҳамкорлигини янада ошириш имкониятини яратди.

Ўзбекистон Республикаси мустақиллигининг 22 йиллиги муносабати билан “VIP MOBILE” тариф режасига улаш бўйича акция ўтказилди ва 220 Мб Интернет трафик бепул тақдим этилди. Молиявий аҳволни барқарорлаштириш мақсадида 2013 йил 1 октябрдан 125-1/1-сон “Телекоммуникация универсал хизматларига тарифларнинг чегаравий даражалари” нархномасига ўзгартириш киритилди. Умумтаълим мактаблари, академик лицейлар, касб-хунар коллежлари, олий таълим муассасалари, ёшлар ташкилотлари, ахборот-кутубхона муассасалари, музейлар ва бошқа таълим, илмий ва маданий-маърифий муассасаларнинг “ZiyoNet” тармоғига кириш учун базавий кафолатланган хизматлар тарифлар миқдорини аниқлаш бўйича Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги билан ишлар олиб борилди. “Ўзбектелеком” АКнинг “ZiyoNet” тармоғига кириш базавий кафолатланган хизматлар тарифлари 2013 йил 3 октябрдан Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги томонидан декларация қилинди.

FTTB технологияси бўйича абонентлар сонини кўпайтириш, уларни фаол жалб қилиш ва телекоммуникация хизматларини сотиш ҳажмини ошириш мақсадида, 2013 йил 1 августдан 30 сентябрга қадар FTTB технологияси бўйича кенг полосали Интернет хизматларига рўйхатдан ўтказиш тўлови жисмоний шахслар учун ва телефон тармоғига улаш тўлови юридик ва жисмоний шахслар учун бекор қилинди. 2013 йил 1 сентябрдан “БРМ” филиали томонидан оператор ва провайдерларга ажратилган

Интернет хизматлари тарифлари 10 фоизга камайтирилди, яъни 1 Мбит/с тезликдаги Интернет хизмати 925 000 сўмдан 832 500 сўмга туширилди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 21 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг 2013 йилги Инвестиция дастури тўғрисида”ги ПҚ-1855-сон қарори ҳамда Вазирлар Маҳкамасининг 2013 йил 3 январдаги 02-02/1-190-сон баёни ҳамда Ўзбекистон Республикаси алоқа, ахборотлаштириш ва телекоммуникация технологиялари давлат қўмитасининг 2013 йил 10 январдаги 5-Ғ-сон фармойишини бажарилишини таъминлаш мақсадида, қуйидаги лойиҳаларни амалга ошириш белгиланган:

1. CDMA-450 мобил тармоғини EVDO технологияси қўллаган ҳолда Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида ривожлантириш;
2. “Ўзбектелеком” АК магистрал тармоғини Ўзбекистон Республикаси туман марказларигача захиралаш ва кенгайтириш;
3. АКТ ва бошқа соҳа коллежларини Ўзбекистон Республикаси “Электрон таълим” Миллий тармоғига улаш;
4. FTTx технологияси асосида кенг полосали оптик тармоқларни ривожлантириш.

Юқорида келтирилган лойиҳалар бўйича бугунги кунда:

- лойиҳаларнинг техник топшириқлари ва дастлабки техник-иқтисодий асослари ишлаб чиқилган;
- ускуналарни етказиб берувчи компания томонидан тақдим этган қурилмалар рўйхати Компания мутахассислари томонидан келишилган;
- қурилмалар рўйхатлари консалтинг компанияси (OMIC) томонидан таннарх экспертизасидан ўтказилган;

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2013 йил 18 сентябрдаги ПФ-4131-сон фармойишига асосан бугунги кунда юқоридаги лойиҳаларни молиялаштириш ва кредит масалалари Ўзбекистон Миллий банки NBU ва EXIMBANK томонидан амалга оширилиши белгиланган ва лойиҳалар бўйича заём келишувини имзолаш ишлари олиб борилмоқда.

Мазкур лойиҳалар амалга оширилиши билан 2014-2015 йилларда:

- CDMA-450 мобил тармоғини EVDO технологияси асосида қўшимча 201 та база станциялари ўрнатилади, 118 та база станцияларини модернизация қилинади, натижада 10 040 та аҳоли масканларининг CDMA-450 симсиз тармоғи билан камров даражаси 84% га етказилади;

- “Ўзбектелеком” АК мавжуд магистрал ва зонаичи транспорт тармоқлари заҳираланади, халқаро йўналишларга чиқиш тезлигини 100 Гбит/сек.га, вилоят марказларигача магистрал тармоқ ўтказувчанлигини 40 Гбит/сек.га, зонаичи магистрал тармоқ ўтказувчанлигини 10 Гбит/сек.га етказилади;

- Республика бўйлаб FTTx тармоғи 110 минг портга кенгайтирилади;

- 200 та касб хунар коллежлари “Электрон таълим” Миллий тармоғига уланади.

Шунингдек, “Халқаро коммутация марказларини янги авлод тармоғи (NGN) технологияси асосида модернизация қилиш ва кенгайтириш” лойиҳаси доирасида 2013 йилда Тошкент, Бухоро ва Фарғона ХКМларини IMS технологиясини қўллаган ҳолда кенгайтириш белгиланган. Ҳозирда зарур телекоммуникация ускуналарини етказиб бериш учун “Inverson Technologies SA” (Швейцария) компанияси билан умумий қиймати 9 348 228, 4 АҚШ доллариға тенг шартнома имзоланди ҳамда “Ўзбектелеком” АК томонидан 8 млн. АҚШ доллариға тенг бошланғич тўлов амалга оширилди.

Юқорида келтириб ўтилган лойиҳалар Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2013 йил 27 июндаги ПҚ-1989 - сон “Ўзбекистон Республикасида миллий ахборот коммуникация тизимини янада ривожлантириш тўғрисида”ги Қарорига мувофиқ Қўмита томонидан белгиланган 2020 йилга қадар телекоммуникация технологиялари, тармоқлар ва алоқа инфратузилмасини ривожлантириш бўйича мақсадли кўрсаткичларни амалга оширишга қаратилган.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2013 йил 18 январдаги 1-сон мажлис баёни билан 2000 км.дан зиёд оптик толали алоқа

линиялари қурилиши белгиланган бўлиб, бугунги кунда умумий узунлиги 1750 км оптик толали алоқа линиялари қурилди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2013 йил 18 июндаги “Ангрен-Поп” электрлаштирилган темир йўл линиясини қурилишини ташкил этиш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-1985-сон қарорига мувофиқ темир йўл линияси қурилишини тегишли алоқа каналлари билан таъминлаш, шунингдек видео кузатув тизимини ташкил этиш ва алоқа хизматларини кенгайтириш, мавжуд кабелларни кўчирилиши бўйича “Ўзбектелеком” АК томонидан Ангрен ТТБ - Қўқон РТС йўналишидаги 27 км. магистрал алоқа кабелли хавфсиз жойга кўчирилди темир йўл объектлари ва қурилиш штаблари ҳудудида қўшимча база станциялар ўрнатилган ҳолда алоқа сифати яхшиланди, тезкор штабларга стационар телефон аппаратлари ўрнатилиб узлуксиз ишлаши назоратга олинди, қурилиш олиб борилаётган ҳудудда видеокузатув камералари ўрнатилди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 21 ноябрдаги ПҚ-1855-сон Қарори билан тасдиқланган “Ўзбекистон Республикасининг 2013 йилги Инвестиция дастури” Вазирлар Маҳкамасининг 2013 йил 16 январдаги 5-сон баёнига мувофиқ “Навоий” ЭИИХда “Telecom Innovations” ва “Olive Telecom” қўшма корхоналари томонидан 2013 йил ҳолатига 12,8 млрд. сўм миқдорида телекоммуникация махсулотлари ишлаб чиқарилган бўлиб, шундан:

-“Telecom Innovations” қўшма корхонаси томонидан 28 500 дона рақамли телевидение сигналларини қабул қилувчи Set-Top-Box ускуналари, 48 000 дона ADSL модемлари, 23 680 портли DSLAM ускуналари ишлаб чиқарилиши режалаштирилган бўлиб, ҳисобот даврида 30 855 дона Set-Top-Box ускуналари (режа 108%), 54 286 дона ADSL модемлари (режа 113%), 23 680 портли DSLAM ускуналари ишлаб чиқарилди (режа 100%);

-“Olive Telecom” қўшма корхонаси томонидан 6 000 дона стационар (режа 21%) ва 15 000 дона мобил телефонлар (режа 54%), 1 010 дона компьютер планшетлар (режа 10%) ишлаб чиқарилди. Режанинг

бажарилмаганлиги сабаблари чет эл мол етказиб берувчи ҳамкорлар томонидан бутловчи материаллар ўз вақтида етказиб берилмаганлигидир.

“Жиззах” МИЗ Маъмурий кенгашининг 2013 йил 20 апрелдаги 1-сон баёнига асосан, “Жиззах” махсус индустриал зонасида амалга оширилиши мўлжалланган истикболли инвестиция лойиҳалари рўйхатига “Ўзбектелеком” АК томонидан 4 та лойиҳани амалга оширилиши белгиланган бўлиб, бугунги кунда мазкур лойиҳалар бўйича:

2013 йил 9 апрелда Пекин шаҳрида (Хитой) ўтказилган инвестиция форуми доирасида тегишли ҳамкорлик меморандумлари имзоланган;

2013 йил 3-4 июль кунлари Тошкент шаҳрида бўлиб ўтган “Хитой компаниялари учун “Жиззах” махсус индустриал зонасининг имкониятлари” форуми доирасида “ZTE”, “ZTT”, “Азия Телко” ва “Huawei” компаниялари ҳамда “Ўзбектелеком” АК ўртасида телекоммуникация ускуналарини ишлаб чиқариш/йиғишни йўлга қўйишга қаратилган тегишли келишув битимлари имзоланган;

“Жиззах” махсус индустриал зонаси ҳудудида 2 Гектар ер майдонини захиралаш бўйича дирекцияга мурожаат йўлланган;

тармоқ жадваллари тегишли вазирликлари билан келишилиб, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига тасдиқлаш учун тақдим этилган;

2013 йил давомида Компания томонидан телекоммуникация тармоғидаги станция ва линия иншоотларини таъмирлаш, магистрал ва станциялараро кабелларини ДХБОга қўйиш ҳамда уларнинг қобиғини бутлигини сақлаш ва бошқа ишлар олиб борилди. Умумий узунлиги 210 км маҳаллий телекоммуникация тармоғидаги кабелларни капитал таъмирлаш бўйича ишлар амалга оширилган.

“ЎзМобайл” филиалининг “Хисорак” (Қашқадарё вилояти) ва “Дуоба” (Жиззах вилояти) қишлоқларида ўрнатилган CDMA-450 база станцияларини узлуксиз электр таъминот билан таъминлаш мақсадида қуёш электростанцияларини харид қилиш бўйича “MAX POWER” МЧЖ билан

шартнома имзоланган ва 2013 йил август ойида барча монтаж, созлаш ишлари тугатилиб электростанциялар ишга туширилди. Республика чеккаларидаги қишлоқ АТСларини узлуксиз электр таъминот билан таъминлаш мақсадида 3 комплект қуёш электростанцияларни харид қилиш бўйича “АТЕТМ” МЧЖ билан 2013 йил сентябр ойида шартнома имзоланди.

Ҳисобот даврида жами малака оширганлар ҳамда қайта тайёрланган ходимларнинг сони 4 177 нафарни, шундан маъмурий бошқарув персонали бўйича 296 таси раҳбарлар, 476 таси мутахассислар, 201 таси техник ходимлар, ишлаб чиқариш персонали бўйича 281 та раҳбар, 1874 та мутахассис-муҳандислар ва 1049 таси ишчиларни ташкил қилмоқда.

“Ўзбектелеком” АК томонидан замонавий хизматларни тақдим қилиш бўйича истиқболли мутахассисларни тайёрлаш юзасидан:

- компаниянинг бизнес ва хизматлар сотувини ривожлантириш йўналишидаги ўқув курси бўйича жами 109 нафарлик;

- ахборот технологиялари йўналишидаги 77 нафарлик малака ошириш ва бевосита қайта тайёрлашда қатнашди.

“Ўзбектелеком” АКда Ўзбекистон Республикасининг 2004 йил 29 апрелдаги “Электрон ҳужжат айланиши тўғрисида”ги 611-II Қонуни, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 8 июндаги “Ахборот-коммуникация технологияларини янада ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-117-сон қарори, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2010 йил 22 июлдаги “Республикада қоғозни тежаш ва ундан оқилона фойдаланишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 155-сон қарори асосида Ўзбекистон Республикаси алоқа, ахборотлаштириш ва телекоммуникация технологиялари давлат қўмитаси томонидан белгилаб берилган тегишли топшириқлар ижроси юзасидан “Ўзбектелеком” АК ижро аппарати ва унинг филиалларида қоғозни тежаш ва ундан оқилона фойдаланишга доир бир қатор чора-тадбирлар амалга оширилди.

Хизмат фаолиятларини тизимли асосда олиб боришда, ишга танқидий нуқтаи назардан ёндашишда, мавжуд муаммоларни объектив ва чуқур таҳлил этишда, камчиликларни аниқлаш ва уларнинг ечимларини топишда, топширилган вазифаларни бажаришда шахсий жавобгарлик кучайтирилди, таклиф ва ташаббус асосида иш юритишга устувор вазифа сифатида ёндошилишига эришилди.

## **2. Алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион менежментни бошқариш самарадорлиги**

2013 йилда соҳа корхоналари томонидан 3,7 трлн. сўмлик хизматлар кўрсатилди, ўсиш суръати 22,4%, жумладан аҳолига 2,4 трлн. сўмлик алоқа хизматлари кўрсатилди, ўсиш суръати 21%. Экспорт ҳажми 187,9 млн. АҚШ долларни ташкил этди, режа 103,8% бажарилди. Дебитор қарздорлик Қўмита тизимидаги корхоналарда 93,9 млрд. сўмни ташкил этмоқда ва 2013 йил бошига нисбатан 163,0 млрд. сўмга камайган, шу жумладан алоқа хизматлари учун қарз 14,6 млрд. сўмни ташкил этди ва 2013 йил бошига нисбатан 1,0 млрд.сўмга камайди. Кредитор қарздорлик 136,9 млрд.сўмни ташкил этди ва 2013 йил бошига нисбатан 128,5 млрд.сўмга камайди.

2013 йилги Инвестиция дастурига Қўмита бўйича киритилган лойиҳаларга асосан корхоналарнинг ўз маблағлари ҳамда тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар ҳисобига жами 242,5 млн. АҚШ долл. ўзлаштирилиб, режа 213 фоизга бажарилди. “Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида CDMA-450 мобил тармоғини EVDO технологияси ёрдамида ривожлантириш” ва “FTTx технологияси асосида кенг полосали оптик тармоқларни ривожлантириш” лойиҳалари Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2013 йил 18 ноябрдаги ПҚ-2069-сон Қарори билан тасдиқланган “Ўзбекистон Республикасининг 2014 йилги Инвестиция дастури”нинг манзилли қисмига киритилди.

Телекоммуникация технологиялари, тармоқлари ва алоқа инфратузилмасини 2013-2020 йилларда ривожлантириш дастурига асосан 2013 йилда бир катор лойиҳалар амалга оширилди. Хусусан:

1. Коммутация марказлари, жумладан, Қўқон ва Бухоро шаҳарларидаги халқаро коммутация марказлари сиғими 1 386 Е1 портга (5 баробар) кенгайтирилди ва халқаро коммутация марказлари умумий сиғими 3 262 Е1 портга етказилди. Халқаро коммутация марказини IMS янги авлод тармоғи технологиялари асосида модернизация қилиш лойиҳаси доирасида умумий қиймати 9,3 млн. АҚШ доллариға тенг қурилмалар келтирилди ва халқаро коммутация марказларида ускуналарни монтаж қилиш ишлари олиб борилмоқда.

2. Магистрал, зонаичи ва маҳаллий тармоқларни захиралаш ва кенгайтириш, шунингдек абонент тармоқларини FTTx архитектураси асосида модернизация қилиш мақсадида умумий узунлиги 2,1 минг км оптик алоқа линиялари қурилди.

3. Кенг полосали маълумотлар узатиш тармоғини кенгайтириш мақсадида, бир вақтнинг ўзида 128 минг кенг полосали уланишларни амалга ошириш имконига эга қурилма ўрнатилди.

4. 2013-2014 йилларда Ахборот-маълумот хизматлари марказини (Call-center) яратиш лойиҳаси бўйича қурилмаларни келтириш ва ўрнатиш учун умумий қиймати 1,45 млн.АҚШ доллариға тенг шартнома имзоланди ва ҳозирги кунда ҳудудларда қурилмаларни ўрнатиш учун жойлар тайёрланмоқда.

5. Кўп фойдаланиладиган маълумотларни сақлаш мақсадида 2013 йилда қуввати 4 Гбит/с маълумотни сақлаш ва қайта ишлаш имконига эга Кэшлаш маркази ўрнатилди ва ишга туширилди. Кэшлаш самарадорлиги 35% - 42% ташкил этади ва ҳозирги кунда умумий интернет канални 500 Мбит/с гача тежаш имконини бермоқда.

Тизимнинг ўтказувчанлик қобилиятини 16 Гбит/с гача кўтариш имконияти мавжуд. Халқаро ахборот тармоқларидан фойдаланиш умумий

тезлиги 10,3 Гбит/с ташкил этди ва 2013 йил бошига нисбатан 132 фоизга ўсди. Бугунги кунга келиб, ХПКМга уланган оператор ва провайдерларга Интернет-хизматлари учун белгиланган тариф 1 Мбит/с учун 312,58 АҚШ долларни ташкил этиб, 2013 йил бошига нисбатан 26 фоизга камайтирилган.

Кенг полосали технологиялар асосида, жумладан FTTx архитектураси ҳамда xDSL технологиясини ривожлантириш асосида фойдаланувчилар сонини ошириш бўйича амалга оширилаётган ишлар натижасида, умумий ўрнатилган портлар сони 575 мингтани, фойдаланилган портлар сони эса 289 мингтани (2013 йил бошига ўрнатилган портлар сони 378 мингтани, фойдаланилган портлар сони эса 202,7 мингтани) ташкил этган. 2013 йилнинг бошига нисбатан ўсиш мос равишда 152,2%, 142,6%ни, 2012 йил бошига нисбатан эса 2,4 баробар, 1,96 баробарни ташкил этди.

### 3-жадвал

#### Оператор ва провайдерларнинг кенг полосали қурилмалари умумий сиғими (вилоятлар кесимида)

| №  | Вилоятлар                       | 2014 йил 01.01.2014<br>ҳолати |                       | 2013 йил 01.01.2013<br>ҳолати |                       | Ўтган йилнинг<br>шу даврига нисбатан ўсиш |        |                       |        |
|----|---------------------------------|-------------------------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------|--------|-----------------------|--------|
|    |                                 | Мавжуд<br>сиғим               | Фойдалан<br>ган сиғим | Мавжуд<br>сиғим               | Фойдалан<br>ган сиғим | Мавжуд сиғим                              |        | Фойдалан ган<br>сиғим |        |
|    |                                 | порт                          | порт                  | порт                          | порт                  | порт                                      | %      | порт                  | %      |
| 1  | Қорақалпоғистон<br>Республикаси | 16 817                        | 11 606                | 12654                         | 8172                  | 4 163                                     | 132,9% | 3 434                 | 142,0% |
| 2  | Андижон вилояти                 | 28 110                        | 11 473                | 20394                         | 9311                  | 7 716                                     | 137,8% | 2 162                 | 123,2% |
| 3  | Бухоро вилояти                  | 23 175                        | 13 560                | 15249                         | 10342                 | 7 926                                     | 152,0% | 3 218                 | 131,1% |
| 4  | Жиззах вилояти                  | 12 722                        | 5 548                 | 8042                          | 3904                  | 4 680                                     | 158,2% | 1 644                 | 142,1% |
| 5  | Қашқадарё вилояти               | 23 562                        | 7 052                 | 10413                         | 5959                  | 13 149                                    | 226,3% | 1 093                 | 118,3% |
| 6  | Навоий вилояти                  | 27 505                        | 14 003                | 22965                         | 11009                 | 4 540                                     | 119,8% | 2 994                 | 127,2% |
| 7  | Наманган вилояти                | 25 809                        | 11 057                | 19895                         | 8431                  | 5 914                                     | 129,7% | 2 626                 | 131,1% |
| 8  | Самарқанд вилояти               | 28 986                        | 14 020                | 15878                         | 8934                  | 13 108                                    | 182,6% | 5 086                 | 156,9% |
| 9  | Сирдарё вилояти                 | 19 758                        | 7 202                 | 8884                          | 5290                  | 10 874                                    | 222,4% | 1 912                 | 136,1% |
| 10 | Сурхондарё вилояти              | 15 980                        | 5 024                 | 11937                         | 3848                  | 4 043                                     | 133,9% | 1 176                 | 130,6% |
| 11 | Тошкент вилояти                 | 26 392                        | 20 218                | 25083                         | 13418                 | 1 309                                     | 105,2% | 6 800                 | 150,7% |
| 12 | Тошкент шаҳри                   | 271 195                       | 139 376               | 179639                        | 95146                 | 91 556                                    | 151,0% | 44 230                | 146,5% |
| 13 | Фарғона вилояти                 | 37 857                        | 15 169                | 15121                         | 10103                 | 22 736                                    | 250,4% | 5 066                 | 150,1% |
| 14 | Хоразм вилояти                  | 17 277                        | 13 689                | 11823                         | 8862                  | 5 454                                     | 146,1% | 4 827                 | 154,5% |
|    | Жами:                           | 575 145                       | 288 997               | 377977                        | 202729                | 197 168                                   | 152,2% | 86 268                | 142,6% |

**Вилоятлардаги ҳар минг уй хўжалигига тўғри келадиган кенг полосали  
фойдаланувчилар сони**

| №  | Вилоятлар                       | Уй хўжаликлар<br>сони, минг<br>хўжалик | Кенг полосали<br>фойдаланувчилар<br>сони, абонент | Ҳар минг уй<br>хўжалигига кенг<br>полосали<br>фойдаланувчилар сони,<br>абонент |
|----|---------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Қорақалпоғистон<br>Республикаси | 354,1                                  | 11 606                                            | 33                                                                             |
| 2  | Андижон вилояти                 | 499,2                                  | 11 473                                            | 23                                                                             |
| 3  | Бухоро вилояти                  | 342,1                                  | 13 560                                            | 40                                                                             |
| 4  | Жиззах вилояти                  | 216,1                                  | 5 548                                             | 26                                                                             |
| 5  | Қашқадарё вилояти               | 545,3                                  | 7 052                                             | 13                                                                             |
| 6  | Навоий вилояти                  | 184,5                                  | 14 003                                            | 76                                                                             |
| 7  | Наманган вилояти                | 469,8                                  | 11 057                                            | 24                                                                             |
| 8  | Самарқанд вилояти               | 644,0                                  | 14 020                                            | 22                                                                             |
| 9  | Сирдарё вилояти                 | 132,3                                  | 7 202                                             | 54                                                                             |
| 10 | Сурхондарё вилояти              | 397,2                                  | 5 024                                             | 13                                                                             |
| 11 | Тошкент вилояти                 | 522,3                                  | 20 218                                            | 39                                                                             |
| 12 | Тошкент шаҳри                   | 615,1                                  | 139 376                                           | 227                                                                            |
| 13 | Фарғона вилояти                 | 649,0                                  | 15 169                                            | 23                                                                             |
| 14 | Хоразм вилояти                  | 259,7                                  | 13 689                                            | 53                                                                             |
|    | Жами:                           | 5830,7                                 | 288 997                                           | 50                                                                             |

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 17 апрелдаги “Ўзбекистон Республикасида рақамли телерадиоэшиттиришга техник ва технологик ўтиш давлат дастури тўғрисида”ги ПҚ-1741-сон Қарорига асосан рақамли телевидениега ўтиш 2018 йил январигача амалга оширилиши белгиланган. Шунга кўра 2013 йилда Хоразм (Питнак РТС), Фарғона (Сох РТС), Тошкент (Ангрен РТС ва Бекобод РТС) ва Жиззах (Қўйтош РТС) вилоятларида рақамли телевидение узаткичлари монтаж қилинди ва тест режимида ишга туширилди.

Соҳада ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш ва ривожлантириш бўйича бир қанча ишлар амалга оширилди, жумладан аҳолига ва тадбиркорларга интерактив давлат хизматларини кўрсатиш сифатини яхшилаш мақсадида Интерактив давлат хизматларининг ягона портали ишга туширилди. Бу портал орқали тақдим этилаётган интерактив хизматларнинг ҳолати ва сифати бўйича марказлашган мониторинг ва таҳлил қилиш имконияти яратилди. Бугунги кунда Ягона интерактив давлат хизматлари Портали орқали 5800 дан зиёд мурожаатлар келиб тушган.

Шу билан биргаликда, жорий йилнинг 17 январиди Вазирлар Маҳкамасида бўлиб ўтган йиғилишда Давлатимиз Раҳбари томонидан 2013 йилда иқтисодиётнинг барча тармоқларида ва кундалик ҳаётимизда АКТни кенг жорий этиш масаласига ўта муҳим эътибор қаратилганлиги ҳақида таъкидлаб ўтилиб, эътибор қаратишимиз лозим бўлган масалалар ҳам белгилаб берилди, хусусан “Электрон ҳукумат” тизими доирасида ахборот тизимларини босқичма-босқич ривожлантириш. Шу билан бирга, давлат органлари томонидан кўрсатилаётган интерактив хизматлар сони 612 тага етказилган бўлсада (ўсиш 136 фоиз), уларнинг деярли 80 фоизи ахборот тусидаги хизматлардан иборат. Ўтказилган ўрганишлар натижасида, хўжалик бошқаруви органларида бошқарув жараёнларига ахборот тизимларини жорий қилинганлик даражаси ўртача ҳисобда 10,6 фоизни, ишлаб чиқариш жараёнига эса 27,9 фоизни ташкил этиши маълум бўлди.

Компьютер дастурлаш бўйича хизматлар ҳажми республика бўйича 30 фоизга ошди ва 120 млрд. сўмни ташкил этди. Ушбу йўналишни янада ривожлантириш мақсадида тегишли вазирлик ва идоралар билан биргаликда Дастурий таъминот воситалари ишлаб чиқувчиларининг миллий реестри тўғрисида ҳамда Дастурий таъминот воситалари экспорти ва импорти тўғрисидаги низомлар тасдиқланди. Software.uz порталида Дастурий таъминот воситалари ишлаб чиқувчиларининг миллий реестри электрон шаклда яратилди.

2012-2016 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш Дастурига мувофиқ алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида бир қатор янги хизматларни жорий этиш ва ривожлантириш кўзда тутилган. Янги хизматлар бўйича 2013 йил давомида жами 7 083,8 млн. сўмлик даромад олинди, йиллик режа 276 фоизга бажарилди, жумладан “Телекоммуникация корхоналарида техник сервис хизматларини кўрсатиш” хизмати бўйича 141,75 млн. сўм, режа 144 %, Интерактив телевидение (IPTV) хизматлари бўйича 1 228,1 млн. сўм, режа 105,0 %, Видеотелефония хизматлари бўйича 319,7 млн.сўм, режа кўрсаткичи 412 %, Почта алоқаси объектларида компьютер, мобил алоқа воситалари ва бошқа электротехника турларини таъмирлаш хизмати бўйича 24,5 млн. сўм, режа 143 % бажарилди, “UZPAYNET” тизими орқали тўловларни қабул қилишни ташкил этиш бўйича почта корхоналари томонидан 50,1 млн. сўмлик хизматлар кўрсатилди, режа 174 % бажарилди, электрон пул жўнатмалари хизмати бўйича 5319,7 млн.сўмлик хизмат кўрсатилиб, режа 450 % бажарилди.

Соҳада ишлаб чиқаришни ривожлантириш борасида “TELMAX ELEKTRONIKS” МЧЖ ИЧК, “Telecom Innovations” ҚК ҳамда “Навоий” ЭИИХда “Olive Telecom” ҚК МЧЖлар томонидан жами 17 851,2 млн. сўмлик маҳсулотлар ишлаб чиқарилган, ўсиш 1,8 баробар, 17 311,3 млн.сўмлик маҳсулот сотилган бўлиб, ўсиш 3,2 баробар.

## **II БОБ бўйича хулоса**

Ушбу бобда алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион менежментнинг ҳозирги ҳолати келтирилган бўлиб, унда “Ўзбектелеком” АК молиявий-хўжалик ва инновацион фаолиятининг тахлили ҳамда алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион менежментни бошқариш самарадорлиги ҳақида маълумотлар берилган.

Диссертация ишининг иккинчи бобида келтирилган тахлиллардан шундай хулоса қилиш мумкинки, алоқа ва ахборотлаштириш соҳасини миллий иқтисодиётдаги ўрни ва аҳамияти кундан-кунга ортиб бормоқда. Ушбу соҳани ривожлантириш учун жалб этилаётган инвестициялар миқдорининг ошиб бориши бу йўналишдаги инновацион менежментга бўлган алоҳида эътиборни кўрсатмоқда.

Юқорида келтирилган тадбирларни амалга ошириш орқали Компанияда инновацион менежмент самарали ривожланади. Бу эса ўз навбатида телекоммуникация объектларини модернизация қилиш ва замонавий хизмат турларини жорий этишга олиб келади. Пировард натижада эса “Ўзбектелеком” АК нинг инновацион салоҳияти ортади ҳамда рақобат муҳитида мустаҳкам ўринни эгаллашига замин яратади.

“Ўзбектелеком” АК бозор талабларидан келиб чиққан ҳолда истеъмолчиларнинг истиқболдаги талабларига мос равишда инновация жараёнларини бошқаришни такомиллаштириши ва ривожлантириши мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Бошқача қилиб айтганда, мавжуд хизматлар ёки технологик жараёнларни ривожлантиришда истеъмолчиларнинг келгуси талабларини инобатга олиш лозим бўлади. Бу эса ўз навбатида телекоммуникация ва маълумот узатиш соҳаси бўйича миллий операторнинг инновация фаолиятини ривожлантиришнинг асосий вазифаси ҳисобланади.

### **III БОБ. АЛОҚА ВА АХБОРОТЛАШТИРИШ СОҲАСИДА ИННОВАЦИОН МЕНЕЖМЕНТНИ САМАРАЛИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ**

#### **1. “Ўзбектелеком” АК инновация фаолиятини ривожлантириш йўллари**

Компанияни ривожлантиришнинг маркетинг ва тижорат стратегияси тижорат ва маркетинг инструментларини ҳамда чора-тадбирларини киритиш, оптималлаштириш ва ривожлантириш йўллари орқали компаниянинг мақсад ва вазифаларига етишишга қаратилган бўлиши керак.

Тадқиқотлар натижасида телекоммуникация корхоналарини инновация фаолиятини ривожлантириш ҳамда корхонанинг инвестицион жалб қилувчанлигини ошириш концепцияси ўз ичига қўйидаги стратегияларни олиши лозим:

- тижорат ва маркетинг;
- ташкилий-бошқарув;
- технологик янгилаш;
- валютавий тушумини кўпайтириш;
- хизмат кўрсатишга янгича ёндашув;
- дилерлик тармоғини ривожлантириш.

Шу билан биргаликда Компаниянинг бу стратегиялари ривожланишнинг технологик стратегиясининг асосини ташкил қилади, бошқача қилиб айтганда, у бошчилик қиладиган стратегиялардир. Тижорат ва маркетинг стратегиясининг асосий вазифаси асосий йўналиш ва кўрсаткичлар бўйича юқори динамикани таъминлаш ва уни белгиланган муддат давомида қўллаб-қувватлаб туришдир. Бу стратегия кўпчилик лойиҳаларда муваффақиятли амалга оширилиши, сотиш ва даромад динамикасига тўғридан-тўғри ва минимал муддатларда таъсир қилиши сабабли, улар кўпчилик ҳолларда биринчи даражали ишлар сифатида қабул қилинади.

Тижорат стратегиясининг асосий вазифаларидан бири – “Компанияни мижоз томонга ўтиши ва мижозга яқинроқ бўлишдир”, бу эса ўз-ўзидан

абонент база ва даромадни кўтариш омилларини таъминлайди. Шу сабабдан, бу стратегия доирасида катор концептуал лойиҳаларни амалга ошириш режалаштирилган.

Аҳолига “Ягона ойна” тизими орқали хизмат кўрсатишни ташкил этиш бўйича комплекс лойиҳасини амалга ошириш айнан шу вазифага қаратилган. Бугунги кунда Компания барча операторлар орасида энг кенг ва республика ҳудуди бўйича ёйилган абонентлар бўлими тармоғига эга. Шу билан бирга, бугунги кунда Компания ишлаб чиқариш тармоғи ва ҳудудий қамраб олинганлиги бўйича энг кучли технологик потенциалга, телекоммуникация хизматларининг энг кенг спектрига ва умуман олганда рақобатбардош тарифларга эга. Аммо бу омилларнинг ҳаммаси абонент бўлимлари ишларининг ҳаддан ташқари паст унумдорлиги (сотув вертикалининг шартлилиги), мижозларга хизмат кўрсатишнинг паст даражадалиги ва сотувларни бошқаришнинг аниқ вертикалининг йўқлиги минимал даражага олиб борилмоқда. Бундай муаммолар Компанияга ўзининг техник параметрлар жиҳатидан анча кучсиз рақобатдошлари билан рақобат қилишга имконият бермаяпти. Бундан ташқари, компаниянинг деярли барча филиаллари сотувнинг бир тизимига тўлақонли интеграциялашмасдан ва мижозлар билан ўзаро муносабатларни бошқариш бир бутун тизимсиз ўзининг сотув офислари тармоғини ўзлари ривожлантирадилар. Шу тариқа, мижоз Компания филиаллари хизматларини ўзаро тасаввур қила олмайди, уланиш, тўлаш ва бу хизматларини бошқариш мижоз учун қийинлашиб боради. Ягона ойна тизими орқали хизмат кўрсатишни ташкил этиш сотув бўлимларининг анча унумдор ва самарали ишлашини, бозор талабларига жавоб берувчи хизмат кўрсатишнинг ягона стандартини киритишни таъминлайди ва энг асосийси – Компанияни мижоз томонга ўгиришга, уни мижозга яқинроқ бўлишига имкон яратади ҳамда мижоз билан Компания ўртасидаги ўзаро муносабатларни енгиллаштиради.

Бизнинг фикримизча компанияни инновацион ривожлантиришни маркетинг стратегиясини самарали амалга ошириш учун авваламбор

қўйидаги йўналишларда амалий ишларни ташкил этиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

1. Абонент бўлимларини такомиллаштириш, у ягона корпоратив стандартга мувофиқ бўлиши, бозорнинг эстетик талабларини ҳисобга олган ҳолда бўлиши керак, у ўз ичига фасаднинг таъмирланиши ва биноларнинг интерьерларини ҳам, интерьер нарсалари ва жиҳозларининг ҳамда компьютер ва ташкилот техникаларини янгилашни ҳам ўз ичига олиши керак.

2. Бизнес-жараёнлар ва уларнинг автоматлашувини янгилаш билан филиаллар абонентлари билан ишлашнинг ягона умумлашган жараёнини киритиш.

3. Мижозларга хизмат кўрсатиш стандартлари ва ишларига тамомила янги талабларни киритиш – Компания барча Фронт-офиси бўлинмалари (филиаллари) нинг кадрлар таркибида комплекс ислохотлар олиб бориш, яъни бу бўлинмаларга абонент бўлимлари (Ягона ойна тамойилига асосан), марказлаштирилган телефон қилиш маркази (ягона рақамларга эга ахборот хизмати ва техник ёрдам кўрсатиш хизмати), жойига чиқиб техник ёрдам кўрсатиш маркази (монтер ва бошқалар) киради. Бошқа сўзлар билан айтганда – ислохотлар миждозлар билан тўғридан-тўғри муносабатга киришиш функциясига эга ҳар бир ишчи ва бўлинмани ўз ичига олиши даркор.

4. Компания аппаратида бошлаб сотувларни оператив бошқаришнинг аниқ ва тушунарли вертикалини киритиш. Ушбу қуйи лойиҳа сотувларни марказлаштирилган бошқаришнинг аниқ ва мустаҳкам вертикалини ташкил этишни ўз ичига олади, бунда ушбу вертикал бирламчи маъно ва мазмунга эга бўлиши керак ва бошқа барча бўлинмаларга ишлаш жадаллиги ва йўналишини кўрсатиб бериши керак. Шу билан биргаликда, ушбу лойиҳа доирасида сотув вертикали ишчиларини рағбатлантирувчи тамоман янги, тушунарли ва асосийси тўғри ишловчи модел киритилиши даркор. У қимматли ишчиларни жалб қилиш ва ушлаб туришнинг асосий омили бўлиб

колади (бозорда тўлов даражасининг рақобатбардошлилиги) ва аксинча, вертикал кучсиз ишчилардан тозаланади.

Хулоса қилиб айтганда, Компания умумлашган сотув тизими ва тармоғига эга бўлади. У ўз ичига Компания барча филиалларининг аҳолига кўрсатаётган ҳамма хизматларини қамраб олади. У территориал чегараларга эга бўлмайди, яъни хоҳлаган сотув офиси компаниянинг исталган мижозига хизмат кўрсатиши мумкин, бунда у махсус талаб ва чекловларга эга бўлмайди.

Кейинги маркетинг стратегиянинг асосий босқичи реклама қилишнинг янги стратегияси ва компаниянинг сотув маркаларини тўлиқлигича ребрендинг қилишдир. Бугунги куннинг ўзида компания 2 млн. дан ортиқ абонентларга эгаллигини ва кейинги беш йил ичида абонентлар сонини сезиларли даражада оширишни ўзига мақсад қилганлигини ҳисобга олган ҳолда биринчи мижоз реклама ва реклама маҳсулоти орқали Компанияга келганлигини эътибордан четда қолдириш керак эмас.

Бу эса ўз – ўзидан компаниянинг битта ёки бир нечта сотув маркаларини профессионал тақдим этишни талаб этади. Бундай ёндашиш куйидагиларни эътиборга олиши керак:

А. Юридик омил – брэнд ва суб-брэндларни ҳуқуқий ҳимоялаш ва легаллаштириш;

Б. Брэнд ва суб-брэндларни қабул қилиш онгли омили – фалсафий, яхшилик ва юқорилик рамзи сифатида қабул қилиш;

В. Қабул қилишнинг эстетик омили – яъни яхши (гармоник) эшитилиши ва чиройли визуал кўриниши;

Г. Қабул қилишнинг онгсиз омили – брэнд ва унинг элементларининг эсда қолиши ҳамда уларнинг ижобий маъно ва ижобий ҳиссиётлар билан боғланиши ҳамда суб-брэндларнинг ўзаро боғланиши;

Д. Иқтисодий омил – тўлақонли номоддий актив сифатида брэндни капиталлаштириш имконияти, яъни уни стандартлаштириш ва тизимлаштириш;

Е. Рекламанинг унумдорлиги омили – рекламага сарфланган ҳар бир сўмнинг оператив қайтарилишини максималлаштириш.

Бугунги кунда санаб ўтилган омилларнинг биттаси ҳам Компаниянинг брэндлари ва суб-брэндларини тақдим этишда тўлақонли ишлаб чиқилмаган ёки ҳал қилинмаган. Кейинги беш йил учун Компания олдида қўйилган мақсадлар ва режалаштирилган ривожланиш динамикаси Компания бошқарувини ушбу лойиҳани биринчилар қаторига қўшишга ва Компания ривожланишида брэндингга профессионал ва тизимли ёндашишнинг йўқлиги сабабли вужудга келадиган рискларни тамоман бартараф этишга мажбур қилади.

Бизнинг фикримизча Компанияда инновацион фаолиятни ривожлантириш учун қуйидагиларга эътибор бериш керак:

1. Брэнднинг янги стратегияси ва фалсафасини (ва суб-брэндларни, агар улар кўзда тутилган бўлса) ва сифат стандартларини ҳамда брэндларнинг тушунарли дарахтини – асосийдан бошлаб хизматнинг ҳар бир сегментигача ишлаб чиқиш.

2. Янги стратегияга асосан янги визуал ва товуш элементларини ишлаб чиқиш ва халқаро талабларга асосан уларни ҳужжатлаштириш.

3. Ҳамма реклама материаллари, ҳужжат шаблонлари ва брэнднинг визуал ва товушли элементларини бошқа ташувчиларни тўлиқ ўзгартириш, шулар қаторида Компания хизматларига олдиндан тўлаш карталарини битта универсал картага ўтказиш.

4. Аҳоли учун тамоман янги тариф пакетларини ишлаб чиқиш ва бозорга олиб кириш – улар соддалаштирилган, барчага тушунарли ва қайсидир маънода “агрессив” бўлиши керак. Бундай омилда алоҳида бир нарсани эътиборга олиш керак, тариф сиёсатининг баъзи бир тарифларнинг пасайтирилиш тарафига тубдан ўзгартирилиши берилган хизматлар бўйича абонентлар сонини кўпайтиришга ва даромадларни оширишга нисбатан қўйилган мақсадларга эришиш учун асосий омил сифатида намоён бўлади. Бунга яқин ва узоқ хорижий мамлакатларнинг тажрибаси ҳамда

Ўзбекистонда яқинда мобил алоқа бозорининг ривожланишининг янги тўлқини далил бўлади.

5. Янги маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва тадбиқ этиш, у янги брэндни бозорга киритиш, унинг кейинги мустаҳкамланиши, брэнд ва суб-брэнд билан боғланган маълум бир хизматлар рекламаси бўйича ҳар йилги медиарежани ўз ичига олади.

6. Компанияда PR компонентларини кучайтириш – Компания веб-сайтлари форматини ва тузилишида ислохот ўтказиш (форматни филиаллардан хизматлар ва бозор сегментларига ўтказиш), корпоратив блокни ишлаб чиқиш ва тадбиқ этиш.

Компания рекламасининг асосий йўналиши имидж рекламасидан аҳоли учун маълум бир хизмат ёки тариф рекламасига қаратилади, шу билан ўзининг асосий функциясини бажаради – маълум бир хизматларга янги мижозлар жалб этилади.

Корпоратив секторда хизматлар сотуви тузилишини ривожлантириш ва модернизациялаш лойиҳасини амалга ошириш йирик корпоратив мижозларга (яъни давлат ташкилотларига) диверсификациялашган, эътиборлироқ ёндашувни таъминлашга ёрдам беради. Ушбу лойиҳа доирасида битта тор ихтисослашган филиал таркибида корпоратив сотувни бошқариш аниқ тузилмасини киритиш назарда тутилади. Бу филиаллар ўртасида бир хил корпоратив мижозлар учун бўлган ички рақобатни муаммосини бартараф этишга ҳамда Компанияга корпоратив сотувлар бозорида рақобатбардошликни оширишга ёрдам беради. Аҳолига Ягона ойна лойиҳасига ўхшаб ушбу лойиҳани ягона филиал тузилмасидан корпоратив фойдаланувчилар учун барча хизматларга Ягона ойна ва Ягона келишув сифатида тавсифлаш мумкин.

Лойиҳани амалга ошириш вақтида қуйидаги компонентлар ҳал этилиши ва тадбиқ этилиши зарур:

1. Бир тузилмали бўлинма доирасида корпоратив мижозлар учун барча телекоммуникация хизматларини ягона тариф пакетларига интеграциялаш.

2. Корпоратив сотувлардан келадиган ҳажм ва даромадларни биргаликда ишлатиш бўйича филиал ва бошқа қолган филиаллар ўртасида аниқ муносабатларни расмийлаштириш, ҳужжатлаштириш ва ташкил этиш.

3. Кадр компоненти – унумдор ва ишчан тузилмани ишлаб чиқиш, филиал менежерлари малакасини танлаш ва ошириш, мотивациялашнинг тушунарли ва самарали тизимини киритиш. Алоҳида эътибор сотиш департаменти менежерлари тузилмаси ва таркибига қаратилмоғи даркор.

4. «Кафолатланган хизмат кўрсатиш даражаси» (SLA) стандарти ва ёндашувини ташкилий жиҳатдан ишлаб чиқиш ва тадбиқ этиш.

5. Маркетинг компоненти – мос ва интеграллашган, корпоратив секторга нисбатан маркетинг сиёсатини комплекс кўриб чиқиш ва манзилли ҳамда индивидуал маркетингнинг самаралироқ каналлари ва воситаларини тадбиқ этиш.

6. Корпоратив сектор учун хизмат ва тарифлар пакетини модернизациялаш ҳамда корпоратив сектор учун тамомила янги хизмат турларини киритиш бўйича таклифлар ишлаб чиқиш.

Лойиҳани корпоратив бозорда амалга ошириш натижасида Компания номидан рақобатчиларга жавоб қайтара оладиган, ҳар бир йирик корпоратив миқдор билан ишнинг эгилувчан усули билан ишлай оладиган, телекоммуникация хизматларини корпоратив сотиш бозорининг асосий улушини ўзига жалб қиладиган ва бу сегментда етакчи бўла оладиган янгиланган муносиб ва жиддий ўйинчи пайдо бўлиши лозим. Корпоратив сотувнинг вертикалини модернизациялаш лойиҳаси биринчилар қаторига қўшилиши, ушбу тузилма янги хизмат турларини тезда киритиш ёки ривожлантириш ҳамда уларни интеграллаштириш орқали республикада корпоратив хизмат бозори ривожланишига янги ривожланиш суръатларини бериши керак. Шунга мувофиқ, берилган филиалнинг кейинги ривожланиши корпоратив сектор учун тамомила янги хизмат турларини киритиш суб-лойиҳаларини ўз ичига олиши ёки киритилган хизматларни бутунлай янги

даражага олиб чиқиши керак. Бундай хизматларга қуйидагилар мисол бўлиши мумкин:

А. Бутун дунё бўйлаб ёйилиб бораётган - «Telepresence» асосида видеоконференция хизмати. Бу хизмат тўлақонли бизнес келишувларни олиб боришга қаратилган.

Б. Йирик ташкилот ва идораларнинг ички корпоратив алоқага бўлган барча талабларини тўлиқ кондираладиган тўлақонли виртуал корпоратив коммуникация тизими (овоз, матнли хабарлар, электрон почта, видео). Шу йўл билан ушбу ташкилотлар ўзларининг АТС ва коммуникация тизимларини ташкил этиш ва киритишнинг мақсадга мувофиқлигини минималлаштириш.

В. Ахборот хавфсизлигининг халқаро талабларига жавоб бера оладиган маълумотларни сақлашнинг виртуал тизимлари.

Г. Вируслар ва тўғридан-тўғри тармоқдан ташланишлари ва киришлари (Intrusion Prevent Systems) дан корпоратив ва идоралар тармоқларини марказлаштирилган ҳимоя қилиш хизмати. Хизматнинг ушбу тури тармоқнинг ахборот хавфсизлиги (Managed Security Services) хизматининг нисбатан янги тури ҳисобланади. Бу хизматнинг маъноси шундаки, корпоратив миждоз, давлат идораси ёки суб-оператор тармоғига келувчи барча трафиклар тармоқларнинг ахборот хавфсизлиги маркази комплекс аппарат дастуридан ўтказилади. Унда трафик замонавий таҳлил технологиялар асосида филтрланади ва унда вирус бўлиши ёки ахборот хужуми бор ёки йўқлиги аниқланади. Шу билан биргаликда филтрлаш каналлар сифатига таъсир қилмайди ва трафикнинг қўшимча ушланиб қолинишига деярли таъсир қилмайди.

Д. Йирик корпоратив миждозлар ва давлат идоралари ишлатиши мумкин бўлган кўп томонлама видеоконференция хизмати. Бу хизмат оммага тақдим этилмайди, ундан фақат рўйхатдан ўтган корпоратив тузилмалар фойдаланиши мумкин. Улар маҳаллий ёки хорижий бўлиши мумкин, асосийси улар керакли бўлган видео-терминалларга эга бўлишлари керак.

Е. Йирик идораларнинг махсус ихтисослашган телекоммуникация хизматларига бўлган индивидуал талабларини тижорат асосида таъминлаш.

Корпоратив секторга тақдим этиладиган хизматлар турларини кенгайтириш ва ривожлантириш каби бу ва бошқа суб-лойиҳалар ривожланишнинг инвестициявий ва технологик стратегиясида эътиборга олинishi керак.

Қўшимча хизматлар спектрини ривожлантириш ва кенгайтиришни жадаллаштириш ҳамда уларнинг ёйилиб бориши аҳолига хизмат сотувларини ривожлантиришнинг ажралмас қисмига айланиши керак. Аҳоли учун барча телекоммуникация хизматларини тақдим этишда ҳеч шубҳасиз етакчилик қилиш ва даромадларни диверсификациялаш мақсадлари берилган муддатларда амалга оширилиши кераклигини ҳисобга олган ҳолда ҳамда жаҳонда оммавий хизматларнинг ривожланиш майллигини эътиборга олган ҳолда қуйидаги лойиҳаларни амалга ошириш керак:

1. Юқори сифатли (жумладан HD) IP телевиденияларига уланиш имконини берувчи хизматлар пакетини кенгайтириш ва бу билан бир келишувда (ва керак бўлса бир тармоқда) уй фойдаланувчилари учун тўлақонли Triple Play пакети хизматларини кўпроқ тақдим этиш (Телефон, Интернет, Телевидение).

2. Хизматларни ёйдириш, аҳолига IP телефония/видео-телефония (NGN) хизматлари анъанавий телефонияга тамомила муқобил йўл сифатида оммавий талабни ҳосил қилиш ва таъминлаш. Бу эса ўз навбатида қўзғалмас алоқа хизматидан бир абонентга тўғри келадиган ўртача даромадни оширишга ва қўзғалмас алоқа хизматини янада янгироқ, жозибадорроқ ва функционалроқ қилиб, унга янги талабларни вужудга келишига имконият беради. Ушбу лойиҳада асосий ўринни бу хизматни тақдим этиш ва маркетинг усули асосий ўринда туради. IP телефония бизнес-классни ҳаётда қўшимча интерфаол функцияларни қўлламаган ҳолда анъанавий ва IP телефония ўртасидаги фарқни аниқлаш қийин.

3. CDMA-450 стандарти асосида оммавий талаб учун қишлоқ хуудларига қўзғалмас алоқа хизматлари тарифларининг пакетларини кенгрок ёйиш. Унинг муваффақияти таклиф этилган тарифлар даражасига боғлиқ бўлади. Улар анъанавий қўзғалмас алоқа тарифларига яқин бўлиши даркор.

4. Аҳоли учун Интернетга мобил кириш хизматига оммавий талабни таъминлаш. Жаҳон тажрибасини ўрганган ҳолда айтиш мумкинки, симли кенг полосали кириш (КПК) га ҳеч қачон ўриндош ёки муқобил (рақобатбардош технология) бўла олмайди, у қўшимча хизмат тури бўлади. Ва шу билан кенг полосали кириш абонентидан ўртача даромад олиш кўрсаткичини кўтаришга рухсат беради.

5. Оммавий WiFi хот-спотлари – Интернетга симсиз кириш пуллик хизматини кенгайтириш. Ушбу хизмат ҳам худди шундай қўшимча даромад келтириш ва абонентлар содиқлигини оширишга қаратилган.

6. Dial-UP хизмати ривожланган дунёда “ўлик” ҳисобланишига қарамай, ушбу хизматни келажакда КПК га талабни рағбатлантирувчи сифатида кўришимиз мумкин ва унинг сезиларли даражада арзонлаштирилгани таклиф этилиши мумкин. Dial-UP га кўтарилган талаб ўз навбатида автоматик равишда қўзғалмас алоқа хизматларига қўшимча талабни таъминлайди.

7. Нархларни тушириш билан биргаликда телекоммуникация хизматлари (КПК, IPTV, Мобил Интернет ва бошқалар) га талабни оширишни рағбатлантирувчи иккинчи омиллардан ва асосий лойиҳалардан яна бири бу – мос келувчи хизматни тақдим этишнинг бутун даврида абонент қурилмаларини ижарага ёки узок муддатга (14-20 ойга) лизингга бериш ишчан ва барча фойдаланиши мумкин бўлган бизнес моделини кенгрок тадбиқ этиш. Баъзи бир истеъмолчилар сегментлари учун хизматга уланиш тўсиғи бўлиб абонент тўлови эмас, балки уланиш ва қурилмалар учун бўлган бир марталик тўлов бўлади. FTTx (кабель), IPTV (Set-Top-Box), мобил Интернет (EV-DO модем), CDMA орқали стационар ва мобил телефония (стационар ёки мобил CDMA телефон), NGN-телефония (IP-телефон ёки IP-

видеотелефон) каби хизматларига уланишда абонент қурилмаларни сотиб олиши учун сезиларли даражада катта маблағ сарфлашига тўғри келади. Ушбу инновацион лойиҳалар муваффақиятли амалга оширилса, Компания нафақат талаб динамикасини сифатли рағбатлантиради, балки юридик жиҳатдан ҳимояланган келишувлар асосида абонентлар фаоллигини оширади.

Юқорида келтирилган маркетинг стратегиялари асосида компанияни ривожлантириш бевосита инновация жараёнларини бошқаришни самарали ташкил этиш ҳамда кучли рақобат салоҳиятига эга бўлишга замин яратади. “Ўзбектелеком” АК инновация фаолиятини самарали ривожлантириш натижасида ўзининг стратегик мақсадига эришади ва мавқеини янада мустаҳкамлайди.

## **2. Янги хизмат турларини жорий этиш асосида инновацион фаолиятни ривожлантириш истиқболлари**

Бугунги кунда телекоммуникация технологиялари жадал ривожланиб бормоқда. Жумладан замонавий хизмат турлари сифатида КПК хизматлари, шу жумладан FTTx технологиясининг динамик ривожланиши аниқловчи омил бўлиб арзон ва долзарб контент бўлиши ҳисобланади. Компания йирик миллий оператор бўлиб, у белгиланган муддатларда миллий контентни ривожлантириш ва рағбатлантиришни олдиндан кўриб чиқиши даркор.

Ташкил этиладиган ресурслар маълум даражада йирик жаҳон аналоглари билан рақобатлаша оладиган бўлиши керак. Лекин бунда ташкил этиладиган ресурсларнинг асосий мақсадли аудиторияси бу Ўзбекистон ҳудудидаги фойдаланувчилар ҳамда Ўзбекистон билан ижтимоий алоқага эга бўлган (иммигрантлар ёки вақтинчалик чет элда яшаётган Ўзбекистонлик фуқаролар) фойдаланувчилардир. Бошқа ўзининг аналоглари олдидаги бундай ресурсларнинг асосий рақобатбардош ютуғи Ўзбекистон фойдаланувчиларига нархи жиҳатдан қулай бўлиши керак.

Буни муваффақиятли амалга ошириш натижасида Компания куйидагиларга эга бўлади:

1. Ташки трафик нисбатан республика ички трафиклари ишлатилиши улушининг сезиларли даражада ошиши, бу эса Интернет каналлари импортга кетадиган валюта ресурсларининг тежалишини таъминлайди.
2. Ўз тармоғи ичида ва ундан ташқарида (суб-операторлар) трафикни сотишдан келадиган қўшимча даромад.
3. Ихтисослик бўйича бўлмаган даромадларни келтириб чиқариш имконияти (масалан, он-лайн реклама).

Муаллиф томонидан таклиф этилаётган яна бир долзарб масала бу Дата-марказ ресурслари ва хизматларини ривожлантириш бўйича ишларни амалга ошириш ҳисобланади. Ушбу инновация Компания тармоғига (Дата-марказнинг виртуал тармоғига) мамлакатдан ташқарида ёки бошқа маҳаллий операторлар тармоғида жойлаштирилган энг машҳур миллий ресурсларнинг максимал қисмини фаол жалб этишни назарда тутди. Инновациянинг амалга оширилиши бирламчи даражали ҳисобланади ва асосан маркетинг воситалари орқали амалга оширилиши керак. Бунда ҳатто бепул хостинг бериш ва трафикларни сотишдан келган даромадни бўлишдай энг қулай шартлар яратиб бериш йўлидан кетилади. Ушбу инновациянинг иккинчи босқичидаги тамомила муҳим компоненти – ички трафикни сотиш тизимини ишлаб чиқиш (юридик, маркетинг ва назорат қилиш аспекти) ва киритиш, бошқача қилиб айтганда тижорат асосида операторлараро пирингни ташкил қилиш. Шубҳа йўқки, ушбу компонент Tas-IX га қарама-қарши бўлиб чиқади ва бозорда кўпчилик иштирокчилар орасида резонанс ва қаршиликларни келтириб чиқаради. Лекин операторлараро трафикларни алмашишнинг тижорат усулига ўтилиши – миллий контентни ривожлантиришнинг ягона йўлидир. Чунки акс ҳолда потенциал инвесторлар ва операторларда ушбу йўналишни фаол ривожлантиришга тижорат рағбати бўлмайди.

Инновация муваффақиятли амалга оширилган тақдирда Компания ўз тармоғи доирасида энг машҳур бўлган миллий ресурсларнинг аксарият

қисмини жамлай олади ва шу билан республика ичида трафиклар айланишининг асосий ишлаб чиқарувчисига айланади.

Тижорат ва маркетинг стратегиянинг асосий стратегик йўналишларидан бири бутун республика бўйича Компаниянинг ихтисослаштирилган дилерлик тармоғини ривожлантиришдир. Ҳаммага маълумки, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликка асосланган бизнес-модел тор мижозлар сегменти доирасида тўлиқлигича давлат ёки йирик акционер компанияларига асосланган бизнес моделдан кўра самаралироқдир.

Дилерлик тармоғини ривожлантириш айнан ҳар бир дилернинг тор ҳудуд доирасига қаратилганлигига йўналтирилган. Инновациянинг муваффақиятли ишлаши учун қуйидагилар таъминланиши керак:

- Компания сотув офисларининг барча талаблари (ишчилар кийимларининг тузилишидан бошлаб мижозлар билан ишлаш талабларигача) га жавоб беришини таъминлаш йўли билан қаттиқ рақобат асосида дилерларни сертификатлаш ва авторизациялашнинг самарали моделини ишлаб чиқиш.

- Дилерларни маълум ҳудудлар доирасида авторизациялаш, бунда дилерларнинг ўзлари ўртасида сунъий рақобатни ҳосил қилмаслик керак. Аммо бунда бир ҳудуд доирасида барча хизматлар билан (FTTxга уланиш бундан мустасно) дилер ва Компаниянинг тўғридан-тўғри сотув офиси ўртасида очик, назорат қилиб бўладиган рақобатга рухсат берилади.

- Авторизациялашган ҳудудларда FTTx хизматларига уланиш бўйича дилерларнинг эксклюзив ҳуқуқлари, бунда максимал қайтимни таъминлаш кераклигини ва берилган технология бўйича тармоқлар қурилишининг манзилли методикасини ҳисобга олиш керак.

- Муддатли асосда дилерларни назорат қилиш ва ресертификатлашнинг самарали тизими.

- Дилерларни рағбатлантиришнинг самарали тизими – яъни 12 ойгача бўлган муддатда дилерларнинг қўйилмаларини тўлиқлигича қайтариб олишга ва кейинги чекланган вақт давомида соф фойда олишга имкон

берадиган маълум бир муддат ичида турли хил хизматларни сотишдан келган даромаднинг диверсификациялашган улуши.

Инновацияни муваффақиятли амалга ошириш натижасида Компания бутун республикада қўшимча ўзининг сотув офислари тармоғига эга бўлади. Бу шу микдорда сотув офисларини ташкил этиш ва қуришга тенглаштирилган, ҳаммаси бир мартада амалга оширилиши керак бўлган инвестицияларсиз, хусусий ташаббус асосида амалга оширилади. Абонентлар нуқтаи назаридан Компаниянинг дилерлик офислари Компаниянинг ўзи билан тўғридан-тўғри боғланади, бу бошқа операторлар билан ишлаганда умумлаштирилган талаблар ва каттиқ чекловлар ёки шу офиснинг ўзида ихтисослаштирилмаган иш олиб борилганда бўлади. Бошқа томондан қараганда, дилерлар Компаниянинг сотув офисларида ташкилий сабабларга кўра ташкил қилиб бўлмайдиган баъзи бир қўшимча долзарб хизматларни истеъмолчиларга таъминлаб беришлари мумкин.

Ихтисослаштирилган дилерлик тармоғини ривожлантириш ғоясининг давоми сифатида иккиламчи даражали инновация сифатида – Компания тармоғи асосида Виртуал операторлар ва мобил оператор (VNO/MVNO) ларга дастлабки шароитларни яратиш. Бу хориж телекоммуникация бозорида нисбатан янги бўлган тенденция катта миллий оператор ёки мультимиллий оператор тармоғи асосида виртуал операторларни ташкил этишни назарда тутди. Қоидага биноан, виртуал операторлар умуман технологик тармоқлар ҳосил қилмайдилар, улар ўзларининг кучларини мижозлар билан ишлашнинг тижорат ва маркетинг ташкил этувчиларига қаратадилар, яъни тор истеъмолчилар доираси (асосан корпоратив истеъмолчилар учун, масалан, саноат сектори) учун конвергентланган (масалан бир неча операторларники) хизмат ва тарифлар ихтисослаштирилган пакетларини яратадилар. Ушбу инновация кўпроқ даражада технологик компонентни ривожланишини назарда тутди. Лекин тижорат стратегияси доирасида – Компания белгиланган муддатларда потенциал виртуал операторлар билан ўзаро тижорат, ўзаро фойдали ва ҳимояланган муносабатларнинг моделини ишлаб

чиқиши ва жорий этиши керак. Бундай ишлаш модели бир томондан виртуал операторлар фойдасига аниқ бир фойдаланувчилар сегментидан келадиган даромаднинг бир қисмидан «ҳохишига кўра воз кечиш» бўлса, лекин иккинчи томондан Компанияга асосий рақобатбардошлик ютуғи бўлган универсал ва магистрал кириш тармоқларини ривожлантиришга бор кучини қаратишга ва бу билан капиталлашув даражасини оширишга имкон беради. Қоидага кўра, катта компанияларнинг ресурслари ва эгилувчанлиги телекоммуникация хизматларининг ўзига хос талабларини тез ва сифатли қаноатлантиришга етмайди, мана шундай бозорларда виртуал операторлар модели энг муваффақиятли ҳисобланади. Шу билан бирга Компания ўз тузилмаси доирасида ихтисослаштирилган оператор (шўъба корхона сифатида) ни тузиши ҳам мумкин, инкор этилмайди. Бундай ёндашувнинг асосий модели олдин тарифланган корпоратив сотувнинг вертикалини модернизациялаш доирасида ишга туширилиши мумкин. Бунда ихтисослаштирилган филиал ўзининг муқобил тармоғини ҳосил қилмасдан, балки ўзининг хизматларини фақат жорий магистрал тармоқлар ва Компаниянинг ҳудудий филиаллари тармоқлари доирасида сотиши кўзда тутилган.

Компаниянинг бирламчи даражадаги кейинги муҳим стратегик инновацион ривожланиш йўналишларидан бири бу «Операторлар оператори» шартли номидир. Бугунги кунда Компания республикада «Операторлар оператори» сифатида кўп ҳолларда тўғри келмаяпти, лекин бу кўпчилик операторлар учун мажбурий ҳолатлигидан келиб чиққан. Мисол тариқасида, ўзларининг ташкилий ва инвестиция имкониятлари доирасида йирик операторлар (Билайн, Ист-Телеком) Республика бўйича ёки шаҳарлар ичида физик тугунларни ёки ўзларининг магистрал тармоқларини ўйлаб қўйганлар ёки қураяптилар. Компаниянинг кейинги беш йилга вазифаси – ўша нозик тижорат моделини қуриш ва ишга туширишдир. Бунда Компания бир томондан бозорда улушларни ўзгартириш мақсадида телекоммуникация хизматлари бозорларини эгаллаш учун ҳужумкор сиёсатни қўлласа, иккинчи

томондан ўз инфратузилмасини ишлатишнинг шундай кенг ва қулай шароитларини таклиф этиши керакки, операторлар бу нуқтаи назардан Компанияни ўз ихтиёрлари билан ва онгли равишда сўзсиз шериклари сифатида кўришлари ва кўпчилик ҳолларда ўзларининг магистрал тармоқларини қуришдан мақсадга мувофиқ эмаслиги туфайли воз кечишлари керак. Бу билан бирга гап айнан магистрал тармоқлар устида кетмоқда, кириш тармоқлари тўғрисида эмас (кириш тармоқларида сиёсат аксинча қаттиқлаштирилиши керак. Тижорат стратегияси доирасида ушбу инновация қўйидагиларни кўзда тутиши керак:

1. Операторлар учун сотув вертикалининг аниқ кўрсатилиши, яъни бошқа сўзлар билан айтганда, бугунги кунда операторлар Компаниянинг деярли барча филиаллари (каналлар ижараси, бинолар ижараси ва бошқалар) билан турли хил йўналишларда ишлашларига мажбур бўлиш муаммоси бўлиб, деярли ҳар доим манфаатлар қураши зиддияти келиб чиқмоқда. Компания доирасида операторлар учун сотув хизматлари вертикалини шундай қуриш керакки, операторлар ишлайдиган ягона тузилмавий бўлинма ҳосил қилиниши лозим ва бу тузилмавий бўлинма тўғридан-тўғри операторлар рақобатдоши бўлиши керак эмас.

2. Операторлар учун хизматлар кўрсатишнинг янгиланган тарифларини модернизациялаш ва киритиш, операторларга кўрсатиладиган барча хизматларни ягона прејскурантга киритилиши (халқаро каналлардан то Компания биноларида хоналар ижарасигача).

3. «Операторлар оператори» мақомини ушлаб турилиши ва сўзсиз қучайтирилиши Компанияга инвестицион жозибадорлигини сезиларли даражада ўстиришга ва шу билан бирга операторлик сегментидан даромадлиликни барқарор оширишга имкон беради.

4. Тижорат ривожланишининг асосий йўналиши – Компаниянинг валютавий тушумини кўпайтириш. Бу эса самарали инвестициялар учун асосий стратегик ресурс ҳисобланади. Ушбу бирламчи лойиҳа доирасида Компания халқаро операторлар билан ишлайдиган менежерлар таркибининг

ишлаш самарадорлигини ошириши ва кучайтириши керак, бу билан эса транзит ва портларни сотишдан келадиган валюта тушумлари динамикасини юқори даражада ошириш таъминланади. Бу билан бирга, суб-компонент сифатида Ўзбекистон ҳудудида телекоммуникация хизматларини ишлатаётган ёки молиялаштираётган норезидентларга телекоммуникация хизматлари сотилиши моделини ишлаб чиқиш ва бунга алоҳида эътибор қаратиш (масалан вакиллик ва консулликлар, БМТ лойиҳалари ва тузилмалари, хорижий вакилликлар ва бошқалар). Корпоратив сотувлар тузилмасини ажратиб олинган доирасида бундай мижозларнинг тўпланиши валюта ресурсларини сезиларди даражада кириб келишини таъминлайди (тахминий баҳолашларга қараганда компаниянинг умумий инвестицион потенциалининг 10-20 фоизига тенг).

5. Ҳар қандай инновация турли хил ташқи рисклар таъсирига тушиши мумкинлиги даражаси борлигини ҳисобга олган ҳолда оператив бошқариш ва тўғрилаш йўллари, ресурслар ва бошқа элементларнинг эгилувчан сиёсатини қўллаш керак.

Шунинг учун ҳам, Компания ривожланишнинг тижорат ва маркетинг стратегияси даврий (бошланғич босқичларда ҳар чораклик) профессионал маркетинг тадқиқотлари ва таҳлиллар билан бирга олиб борилиши керак. Бу жараён қуйидагиларга имкон беради:

- маълум бир аниқ ҳудудларда режалаштирилаётган лойиҳаларнинг таъсири бўйича огоҳлантирувчи башоратларни таъминлаш;

- тадбиқ этилаётган лойиҳаларнинг таъсирини тезлик билан баҳолаш ва таъсирни максималлаштириш учун ажратилаётган ресурслар ва тадбиқ этиш усулини тўғрилаш;

- ташқи муҳит ўзгаришини тезкор баҳолаш ва ҳимояга олиш (талаб динамикаси, мавсумийлик, рақобатчилар ҳаракати ва бошқа омиллар);

- лойиҳаларни амалга ошириш ва уларни ҳудудий даражада кенгайтириш вақтида нуқтали усулни қўллаш.

«Ўзбектелеком» АК мисолида янги хизмат турларини жорий этиш натижасида инвестицион жалб қилувчанликни ошириш асосида инновацион фаолиятни ривожлантириш истеъмолчиларнинг истиқболдаги талабини қондиришга замин яратади. Бу эса компаниянинг рақобат салоҳиятини ошишига ва инновация фаолиятини ривожланишига олиб келади.

### **III боб бўйича хулоса**

Ушбу бобда алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион менежментни самарали ривожлантиришнинг асосий йўналишлари баён этилган бўлиб, унда “Ўзбектелеком” АК инновация фаолиятини ривожлантириш йўллари ва янги хизмат турларини жорий этиш асосида инновацион фаолиятни ривожлантириш истиқболлари келтирилган.

Диссертация ишида муаллиф томонидан “Ўзбектелеком” АК инновация фаолиятини ривожлантириш бўйича таклиф этилаётган фикрларини амалга ошириш натижасида Компания ўзининг стратегик мақсадига эришади ва мавқеини янада мустаҳкамлайди.

Ушбу бобда таклиф этилган инновацион лойиҳалар бевосита “Ўзбектелеком” АК инновация фаолиятини ривожлантириш истиқболларини белгилашга замин яратади. Бу эса пировард натижада Компаниянинг инновация фаолияти самарадорлигини ҳамда инвестицион жалб қилувчанликни оширишга асос бўлади.

«Ўзбектелеком» АК мисолида янги хизмат турларини жорий этиш натижасида инвестицион жалб қилувчанликни ошириш асосида инновацион фаолиятни ривожлантириш истеъмолчиларнинг истиқболдаги талабини қондиришга замин яратади. Бу эса компаниянинг рақобат салоҳиятини ошишига ва инновация фаолиятини ривожланишига олиб келади.

## ХУЛОСА

Ушбу диссертацияда алоқа ва ахборотлаштириш соҳаси корхоналарининг хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда “Ўзбектелеком” АК мисолида инновация фаолиятини ривожлантириш истикболлари таҳлили ва унинг самарадорлигини ошириш йўллари кўриб ўтилган. Республикамиз мустақилликка эришгандан сўнг миллий иқтисодиётни ривожлантиришни таъминлаш имконини берувчи инновация лойиҳаларини амалга оширишга кенг аҳамият берилди. Иқтисодиётнинг устивор соҳаларига хорижий инвестиция ва кредитларини жалб қилиш ишлари жадаллаштириб юборилди. Шу ўринда инновация лойиҳаларининг самарадорлигини баҳолаш, уларни таҳлил қилиш долзарб масалалардан бирига айланди. Чунки инновация фаолиятининг самарадорлигини баҳолаш ва пухта таҳлил этиш уларнинг муваффақиятли амалга оширилишини кафолатлайди.

Инновация тўғрисидаги таҳлиллар ва берилган таърифга асосланиб ҳамда иқтисодиёт ривожланишига ҳар томонлама ижобий таъсирини ҳисобга олиб, унинг қуйидаги вазифаларини белгилаш мақсадга мувофиқдир:

-иқтисодиётда ишлаб чиқариш кучлари ва ишлаб чиқариш воситаларини оптимал жойлаштириш билан кенг тармоқли бозор инфратузилмаларини шакллантиришга имконият яратиш;

-иқтисодиётдаги такрор ишлаб чиқариш жараёнига ижобий таъсир кўрсатувчи барча йўналишларни ва имкониятларни амалиётга тадбиқ этиш;

-мамлакатнинг миллий хусусиятларини ҳисобга олган ҳолдаги қонуний кафолатланган инвесторларни қониқтирувчи улушини яратадиган ва молиявий ўсишни таъминлайдиган инфратузилмаларни фаоллаштириш;

-иқтисодиётнинг барча соҳаларини фаоллаштириш орқали мамлакатнинг барқарор ўсишини ва жаҳон иқтисодий тизимига интеграциялашувини тезлаштириш.

Ушбу диссертацияда хулоса сифатида Ўзбекистон шароитида алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновация фаолиятини ривожлантиришни янада

жадаллаштиришни инобатга олган ҳолда қуйидаги таклиф ва тавсияларни кетма-кетлигини амалга ошириш тавсия қилинади:

1. “Ўзбектелеком” АК Ўзмоби́л филиали тақдим этаётган стандарт бу янги замонавий ва истиқболли стандарт эканлигини ҳисобга олган ҳолда хизмат кўрсатиш сифатини ошириш бўйича амалий ишларни олиб бориш.

2. Тошкент шаҳрида мавжуд кучли рақобат муҳитини ҳисобга олган ҳолда замонавий интернет хизматларини кўрсатишни таъминлаш мақсадида технологик жараёнларни янгилаш учун инновация сиёсатини устувор йўналишларини аниқлаш. Агар “Ўзбектелеком” АК Тошкент шаҳрида рақобатни бой берадиган бўлса, бу ҳолат вилоятларга ҳам ўз таъсирини ўтказди ва пировард натижада интернет хизматлари бозор улушини пасайишига олиб келиши мумкин.

3. Мобил алоқа хизматларини кўрсатувчи операторлар ҳам интернет хизматларини кўрсатиш жараёнидан фаол иштирок этаётганлигини ҳисобга олган ҳолда вилоятларда ҳам барқарор бозор улушига эга бўлишини таъминлаш чора тadbирларини ишлаб чиқиш.

4. “Ўзбектелеком” АК тармоғини ривожлантириш ва такомиллаштириш ҳамда истеъмолчиларнинг истиқболдаги талабларини тўлиқ қондириш мақсадида HDSL, ADSL, FTTH, Wi-Fi, Wi-Max, 3G каби илғор технологияларни қўллаган ҳолда кенг полосали абонент тармоқларини тараққий эттириш лозим.

5. “Ўзбектелеком” АК тармоғи орқали рақамли ТВ ҳамда радиоэшиттиришларни кенг жорий қилиш ва такомиллаштириш, интеллектуал ва бошқа хизматлар (Triple play, IP-TV, видеохизматлар ва ҳоказо) ни ривожлантириш бўйича истиқболли режалар ишлаб чиқиш.

Диссертацияда таклиф этилган инновацион лойиҳалар бевосита “Ўзбектелеком” АК инновация фаолиятини ривожлантириш истиқболларини белгилашга замин яратади. Бу эса пировард натижада Компаниянинг инновация фаолияти самарадорлигини ҳамда инвестицион жалб қилувчанликни оширишга асос бўлади.

“Ўзбектелеком” АК мисолида янги хизмат турларини жорий этиш натижасида инвестицион жалб қилувчанликни ошириш асосида инновацион фаолиятни ривожлантириш истеъмолчиларнинг истиқболдаги талабини қондиришга замин яратади. Бу эса компаниянинг рақобат салоҳиятини ошишига ва инновация фаолиятини ривожланишига олиб келади.

Умуман олганда телекоммуникация хизматлари бозорида “Ўзбектелеком” АК истеъмолчиларининг истиқболдаги талабларидан келиб чиққан ҳолда инновация фаолиятини ривожлантириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Бошқача қилиб айтганда, мавжуд хизматлар ёки технологик жараёнларни ривожлантиришда истеъмолчиларнинг келгуси талабларини инобатга олиш лозим бўлади. Бу эса ўз навбатида телекоммуникация ва маълумот узатиш соҳаси бўйича миллий операторнинг инновация фаолиятини ривожлантиришнинг асосий вазифаси ҳисобланади.

## **АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:**

### **Ўзбекистон Республикасининг қонун, фармон ва қарорлари**

1. Ўзбекистон Республикасининг “Алоқа тўғрисида”ги Қонуни. 1992 йил.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Кадрлар тайёрлаш миллий дастури тўғрисида”ги Қонуни. 1997 йил.
3. Ўзбекистон Республикасининг “Инвестиция фаолияти тўғрисида”ги Қонуни. 1998 йил
4. Ўзбекистон Республикасининг “Телекоммуникациялар тўғрисида”ги Қонуни. 1999 йил.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Электрон ҳужжат айланиши тўғрисида”ги Қонуни. 2002 йил.
6. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги Қонуни. 2003 йил.
7. Ўзбекистон Республикасининг “Электрон рақамли имзо тўғрисида”ги Қонуни. 2004 йил.
8. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1997 йил 31 мартдаги 165-сонли “Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида”ги Қарори.
9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил 28 январдаги 48-сонли “Таълим хизматларини кўрсатиш бозорини шакллантиришни ва кадрлар тайёрлаш соҳасида маркетингни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори.
10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2000 йил 27 ноябрдаги 458-сонли “Телекоммуникациялар ва почта алоқаси соҳасида бошқарув тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони.
11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2001 йил 23 майдаги 230-сонли “2001-2005 йилларда компьютер ва ахборот технологияларини ривожлантириш, “Интернет” ахборот тизимларига кенг кириб боришни таъминлаш дастурини ишлаб чиқишни ташкил этиш чора-тадбирлари

тўғрисида”ги Фармони.

12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2002 йил 6 июндаги 200-сон “Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори.

13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 17 апрелдаги “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги Қарори.

### **Президент И.А.Каримовнинг маърузалари ва асарлари**

14. И.А. Каримов. Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида. Т.: -"Ўзбекистон", 1995 й. 270 бет.

15. И.А. Каримов. Ўзбекистон XXI аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари. Т.: - "Ўзбекистон", 1997 й. 276 бет.

16. И.А. Каримов. Бизнинг бош мақсадимиз—жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир. –Т.: “Ўзбекистон”, 2005 й. 165 бет.

17. И.А.Каримов. Мамлакатимиз тараққиёти ва халқимизнинг ҳаёт даражасини юксалтириш—барча демократик янгиланиш ва иқтисодий ислохотларимизнинг пировард мақсадидир. -Т.: "Ўзбекистон", 2007 й. 200 бет.

18. И.А.Каримов. Асосий мақсадимиз – юртимизда эркин ва обод, фаровон ҳаёт барпо этиш йўлини қатъият билан давом эттиришдир. // Халқ сўзи, 2007 йил 8 декабрь.

19. И.А.Каримов. Ватанимиз ва халқимизга садоқат билан хизмат қилиш - олий саодатдир. -Т.: Ўзбекистон, 2007.

20. И.А.Каримов. Инсон манфаатлари устуворлигини таъминлаш – барча ислохот ва ўзгаришларимизнинг бош мақсадидир. -Т.: Ўзбекистон, 2008 й. 17 бет.

21. И.А.Каримов. Юксак маънавият – енгилмас куч. -Т.: Ўзбекистон, 2008 й. 58 бет.

22. И.А.Каримов. Ватанимизни босқичма-босқич ва барқарор ривожланишини таъминлаш – бизнинг олий мақсадимиз.//Халқ сўзи, 2008 йил 7 декабрь.

23. И.А. Каримов. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари //Т: Ўзбекистон, 2009 й. – 56 бет.

### **Асосий қўлланма ва адабиётлар**

24. Белокнов А.В. и др. Менеджмент организации; современные технологии, Ростов на Дону, “Феникс”, 2002.

25. Голубецкая Е.А. и др. Экономика связи. М. РиС 2006 г.

26. Горелик М.А. Экономика связи. М.: "Радио и связь", 2000 г.

27. Демина Е.В. и др. Менеджмент предприятий электросвязи. М.: «Радио и связь», 2001 г.

28. Дракер П.Ф. Инновации и предпринимательство. М., 1992. 234 с.

29. Максимцев М.М., Комарова М.А. Менежмент. М., “Единство”, 2002

30. Ўзбекистон алоқа ва ахборотлаштириш агентлигини 2008 йил 3 сентябрда 258-сонли “Алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновацион лойиҳаларни ва технологияларни ишлаб чиқаришга тадбиқ этишни раҳбатлантириш чора тадбирлари тўғрисида”ги буйруғи.

31. Ўзбекистон алоқа, ахборотлаштириш ва телекоммуникация технологиялари давлат қўмитасининг 2012-2013 йиллар учун молиявий ва статистик маълумотлари.

32. “Ўзбектелеком” АКнинг 2012-2013 йиллар учун молиявий ва статистик маълумотлари.

33. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг 2012-2013 йиллар учун статистик маълумотлари.

## **Мақола ва маърузалар**

34. Кадыров А.М., Шакирова К., Инновационный потенциал повышение конкурентоспособности национальной экономике. // Сбор. трудов. Мировой финансово-экономический кризис: национальные интересы и инновационная политика, том 2, 2009 г.

35. Kadirov A.M., Nuriddinov A.G. Information technologies in improvement of system relations with clients.//The opportunities for Application of Information and Modern Technologies for Development of education and Economic Growth. T.: 2003, pp. 161-163 (TSTY Korean Association of Logos Management Ustoz Republican Foundatiion).

36. Махмудов М.М. Роль отрасли связи и информатизации. Ж. “Экономический вестник Узбекистана”, №6.2003 г. стр. 17-20.

37. Нарзакулова М.П. Миллий иқтисодиётнинг инновацион ривожланиш омиллари//“Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози: миллий манфаатлар ва инновацион сиёсат” Республика илмий-амалий конференция материаллари – Т.: Ўзбекистон Республикаси Фанлар Академияси, 2009 й. 2 жилд.

38. Турсунов Ш.А. Особенности формирования инвестиционной привлекательности предприятий телекоммуникации в условиях либерализации экономики // Ўзбекистон алоқа ва ахборот технологияларини ривожлантиришнинг ҳолати ва истикболлари. Халқаро илмий-техника анжумани тўплами. – Тошкент, 2005. – Б. 200-201.

39. Турсунов Ш.А. Активизация инвестиционной деятельности как важный фактор экономического роста // Актуальные проблемы экономического развития в современных условиях. Двадцатые международные Плехановские чтения. – Москва, 2007. – С. 312-313.

40. Турсунов Ш.А. Роль телекоммуникационной сферы в развитии экономики Узбекистана // Воспроизводственный потенциал региона. Материалы III международной научно-практической конференции. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2007. – С. 215-218.

41. Турсунов Ш.А. Ўзбекистонда ахборот технологияларининг ривожланиши ва унинг инновацион хусусияти // Фуқаролик жамиятини шакллантиришда давлат ахборот-коммуникатив функциясини такомиллаштириш муаммолари. Республика илмий-амалий анжумани. – Тошкент, 2011. – Б. 165-168.

42. Исмаилова Н.Б. Ўзбекистонда инновацион иқтисодий шакллантиришда юқори технологияларга асосланган кичик бизнесни ривожлантириш // “Юқори технологияларга асосланган ишлаб чиқаришни шакллантириш ва ривожлантиришнинг замонавий концепциялари” Республика илмий-амалий анжумани, Т: 2013, 229-232 бетлар.

43. Исмаилова Н.Б. Юқори технологияларнинг амалда қўлланилиши – таракқиёт гарови // “Юқори технологияларга асосланган ишлаб чиқаришни шакллантириш ва ривожлантиришнинг замонавий концепциялари” Республика илмий-амалий анжумани, Т: 2013, 88-90 бетлар.

44. Исмаилова Н.Б. Инновацион фаолиятни шакллантириш механизмлари // “Ахборот технологиялари ва телекоммуникация тизимларини самарали ривожлантириш истиқболлари” Республика илмий-техник анжумани, Т: 2014, 329-331 бетлар.

### **Монография ва авторефератлар**

45. Арипов А.Н., Иминов Т.К. «Ўзбекистон ахборот-коммуникация технологиялари соҳаси менежменти масалалари» Монография -Т.: «Фан ва технология», 2005.

46. Мухитдинов Х.А., Иминов О.К. Проблемы повышения финансово-экономической эффективности инфокоммуникационных услуг в Узбекистане. Диссертация на соис. уч.ст. к.э.н. Ташкент “Академия”-2007 г.

47. Шибаршова Л.И. «Развитие сферы почты и телекоммуникаций Республики Узбекистан в период рыночных преобразований (макроэкономические аспекты)» автореферат диссертационной работы. Ташкент.; АН РУз, 2001 г.

**Алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида инновация фаолиятини ривожлантиришга таъсир кўрсатувчи омиллар**



