

АХБОРОТ-КОММУНИКАЦИЯ ХИЗМАТЛАРИНИНГ ИНТЕГРАЛЛАШГАН АХБОРОТ ТИЗИМЛАРИНИ СТАТИСТИК ТАҲЛИЛИ

Тошкент Амалий фанлар университети
«Молия ва бухгалтерия ҳисоби» кафедраси
ўқитувчиси **Абдуллаев Илём Ахмадович**

Аннотация: мақолада ахборот коммуникация технологияларини жорий қилишнинг мавжуд функция ва тамойилларини такомиллаштириш масалаларига бағишланган. Мамлакатимиз корхоналарида ахборот коммуникация технологияларини жорий этиш ва улардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш бўйича амалий тавсия ва таклифлар ишлаб чиқилган.

Таянч сўзлар: ахборот, технология, функция, тамойил, ахборот технологиялари, коммуникация, корхона, ривожлантириш, жорий қилиш, давлат, бошқариш, телекоммуникация, хизмат кўрсатиш, шартнома, истеъмолчи, абонент, фойдаланувчи, оператор, провайдер.

Abstract: the article is devoted to the issues of improving the existing functions and principles of the introduction of information communication technologies. Practical recommendations and suggestions on the introduction of information and communication technologies and increasing the efficiency of their use in the enterprises of our country have been developed.

Key words: information, technology, function, principle, information technology, communication, enterprise, development, implementation, state, management, telecommunication, service, contract, consumer, subscriber, user, operator, provider.

Кириш

Рақамлаштириш ахборот технологияларини жорий этиш кўлами билан чамбарчас боғлиқ бўлсада, ташкилий ва стратегик ўзгаришларни ҳам тақозо этади. Шунинг учун ҳам айни пайтда, рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда янги иш услубига ўтиш, янги ахборот ва коммуникацион технологиялар ёрдамида ташкилий жиҳатдан янгилашга катта эътибор қаратилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти таъбири билан айтганда, “Тараққиётга эришиш учун рақамли билимлар ва замонавий ахборот технологияларини эгаллашимиз зарур ва шарт. Бу бизга юксалишнинг энг қисқа йўлидан бориш имкониятини беради. Зеро, бугун дунёда барча соҳаларга ахборот технологиялари чуқур кириб бормоқда.”

Бундан ташқари, 2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясида “Рақамли иқтисодиётни асосий «драйвер» соҳага айлантириб, унинг ҳажмини камида 2,5 баравар оширишга қаратилган ишларни олиб бориш” мақсади қўйилган бўлиб, унинг доирасида иқтисодиётнинг реал секторида ҳамда молия ва банк соҳаларида ишлаб чиқариш ва операцион жараёнларни рақамлаштириш даражасини 2026 йил якунига қадар 60 фоизгача ошириш вазифаси белгиланган¹.

МАВЗУГА ОИД АДАБИЁТЛАР ШАРХИ

Ахборот ва коммуникация технологиялари соҳасида 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.Муҳитдинова, Х.А.Мамажанов, И.А.Тўхлиев, М.Л.Турсунхўжаев, О.Ҳ.Ҳикматов, М.Ш.Шарифхўжаев, Л.И.Шибаршова, А.Н.Арипов, Х.А.Муҳитдинов, Т.З.Тешабаев ва бошқаларнинг асарларида тадқиқ этилган. Академик М.Т.Ўрозбоев ташаббуси билан фанга киритилган бўлиб, биринчи марта В.И. Романовский номли математика институти қошида Ҳисоблаш техникаси бўлими очилган. Академик С.С.Ғуломов ҳам ахборот технологияларини ривожланишида қатор тадқиқот ишларини олиб борган. Академик В.Қ.Қобулов фикрига кўра “Иқтисодий кибернетика-машина технологияларига асосланган ҳолда ижтимоий-иқтисодий жараёнларни ўрганадиган янги фанга айланмоқда”². Корхоналарда ахборот технологияларини ривожлантириш юзасидан Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги қонунида³, “Электрон ҳукумат тўғрисида”ги қонунида⁴, “Электрон рақамли имзо тўғрисида”ги⁵ қонунларида ҳам алоҳида тўхталиб ўтилган. Ҳозирги пайтда мамлакатимиз иқтисодчи олимлари ахборот-коммуникация соҳасида инновация ва инновацион фаолиятни бошқариш ҳамда янада такомиллаштириш бўйича иқтисодчи олимлар А.Н.Арипов⁶, А.М. Кадиров, К. Шакирова⁷, М.А.Маҳкамова⁸ ва бошқа олимларнинг илмий-тадқиқот ишларида

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022 – 2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида” ПФ-60-сон Фармони.

² Арипов М., Бегалов Б., Бегимқулов У., Мамаражабов М. “Ахборот технологиялари” Ўқув қўлланма. Т.: “NOSHIR”-2009.

³ Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги қонуни.

⁴ Ўзбекистон Республикасининг “Электрон ҳукумат тўғрисида”ги қонуни.

⁵ Ўзбекистон Республикасининг “Электрон рақамли имзо тўғрисида”ги қонуни.

⁶ Арипов А.Н., Иминов Т.К. «Ўзбекистон ахборот-коммуникация технологиялари соҳаси менежменти масаллари» Монография -Т.: Фан ва технология, 2005.

⁷ Кадиров А.М., Шакирова К., Инновационный потенциал повышение конкурентоспособности национальной экономике. // Сбор.

⁸ Маҳкамова М.А. Развитие и управление инновационной деятельностью предприятий. Т.: ALOQACHI HMM, 2006.

ёритилган. Умуман олганда, келтириб ўтилган мутахассис олимлар томонидан корхоналарга ахборот-коммуникация технологияларини жорий қилиш устида иш олиб борилган бўлиб, корхоналарда ахборот-коммуникация технологияларини самарали ривожлантириш мавзуси доирасида тадқиқотлар олиб бориш зарурлигини тақозо этади. Бу эса ўз навбатида танланган мавзунинг долзарблигини белгилайди.

ТАДҚИҚОТ МЕТОДОЛОГИЯСИ

Мақола мавзуси доирасидан келиб чиққан ҳолда илмий ва назарий ёндашувлар ўрганилиб, мушоҳада қилинган. Тадқиқотда қўйилган мақсадга эришиш учун йўналиш танлаб олинган. Бирламчи ҳамда иккиламчи маълумот манбаларини чуқур ўрганиш ва асослаш учун тадқиқот стратегияси белгилаб олинган. Мақола ёзишда тадқиқот методологиясининг экспериментал, умумлаштириш каби усулларидан фойдаланилди.

НАТИЖА ВА МУХОКАМА

Иқтисодий ўсиш сусайганда компаниялар чиқимни камайтиришга ва фойдани кўпайтиришга ҳаракат қилади. Гарчи, АКТга кўпинча корхона харажатларининг кичик улуши тўғри келса-да, одатда, раҳбарият қийин вақтларда биринчи навбатда АКТ бюджетини қирқади. Аслида компаниялар айнан АКТга инвестиция киритиш туфайли кўп даромад олади ва юқори тежамкорликка эришади.

Кейинги йилларда АКТ ривожланишида катта сакраш юз берди. Интернет компаниялар шиддат билан кўпайган даврда АКТ бюджетлари оша бошлади, лекин кейинроқ, “совун пуфаги” ёрилганда эса кескин қисқарди. Кейинги йилларда АКТ директорлари бизнес-бирликлари раҳбарлари ёрдамида ўз бўлимлари самарадорлигини ошира бошлади: иловалар порт-фелини оптималлаштирди, инфратузилмалар яратиш харажатларини камай-тирди, етказиб беришни консолидациялади ва жуда кўп иш турларини аутсорингга узатишди.

Электрон бизнес мода бўлган ғоядан корпоратив ҳақиқатнинг бир қисмига айланди. АКТ туфайли компаниялар сотиш бўйича янги каналлар, истеъмолчиларнинг янги бўғимларини топади ва ҳатто янги бизнес-моделларни шакллантиради.

Шунинг учун ҳам ҳозирги пайтда АКТ харажатларини қисқартириш ҳар қачонгидан ҳам қийинроқ. АКТ-бюджетнинг барча моддаларини қисқартириб, компаниянинг асосий иш йўналишлари – сотишдан тортиб, истеъмолчига хизмат кўрсатишгача бўлган соҳаларга тузатиб бўлмас зарар келтиради. Битта зарбада муаммоларни ҳал этишга сабри етмайдиган раҳбарлар, яхшиси, аввало, яхши ва ёмон томонларни чамалаб кўргани маъқул.

АКТ бўлимлари бошлиқлари шубҳасиз, операция самарадорлигини оширишлари ва чиқимларни, айниқса, харажатлар асосиз ошириб кўрсатилган соҳаларда чиқимларни камайтиришлари лозим. Охирги бир неча йиллардаги каби харажатлар узоқ вақт кўпайганда, тартиб-интизом бўйича мақсадли кўрсаткичлар пасаяди. Агар компания барча самарасиз харажатларни камайтиришга эришса, у ҳолда улар у харажатлар бўйича мақсадли кўрсаткичларга эришади.

Лекин, ҳар қандай ҳолатда – агар вазият фалокат ёқасида бўлмасагина – АКТ-инвестицияни инқироз пайтида тўхтатиш бизнес учун ҳавфли. Чунки, иқтисодий ўсиш бошқатдан юксалса, компаниянгиз керакли малакани йўқотиб қўяди ва унинг замонавий технологияси бўлмайди. Бундан ташқари, инвестиция туфайли юқори технологияларда кўпинча қисқа ва ўрта муддатли фойда ошади.

Агар компания ва АКТ-хизмати раҳбарлари биргаликда бизнес-жараёнларни бошидан охиригача таҳлил қилиб чиқса ва оқилона инвестициявий қарор қабул қилса, у ҳолда самарадорлик одатий иқтисодни АКТ харажатларидан ўн баровар ошириши мумкин. Асосийси, ривожланиш учун янги имкониятларни топиш лозим. Масалан, мижозлар талабини қондиришни ошириш, киримлар йўқотилишини тўхтатиш, маҳсулот таннархига кирадиган доимий харажатлар улушини камайириш керак.

Биринчи навбатда, жуда тез кўтариш мумкин бўлган ишлаб чиқариш соҳаларини, даромад келтиришни ва самарадорликни топиш зарур. Турли тармоқлардаги ўз иш тажрибаларига таянган ҳолда, АКТга инвестиция киритиш сезиларли самара берадиган бир неча йўналишларни айтиб ўтамиз:

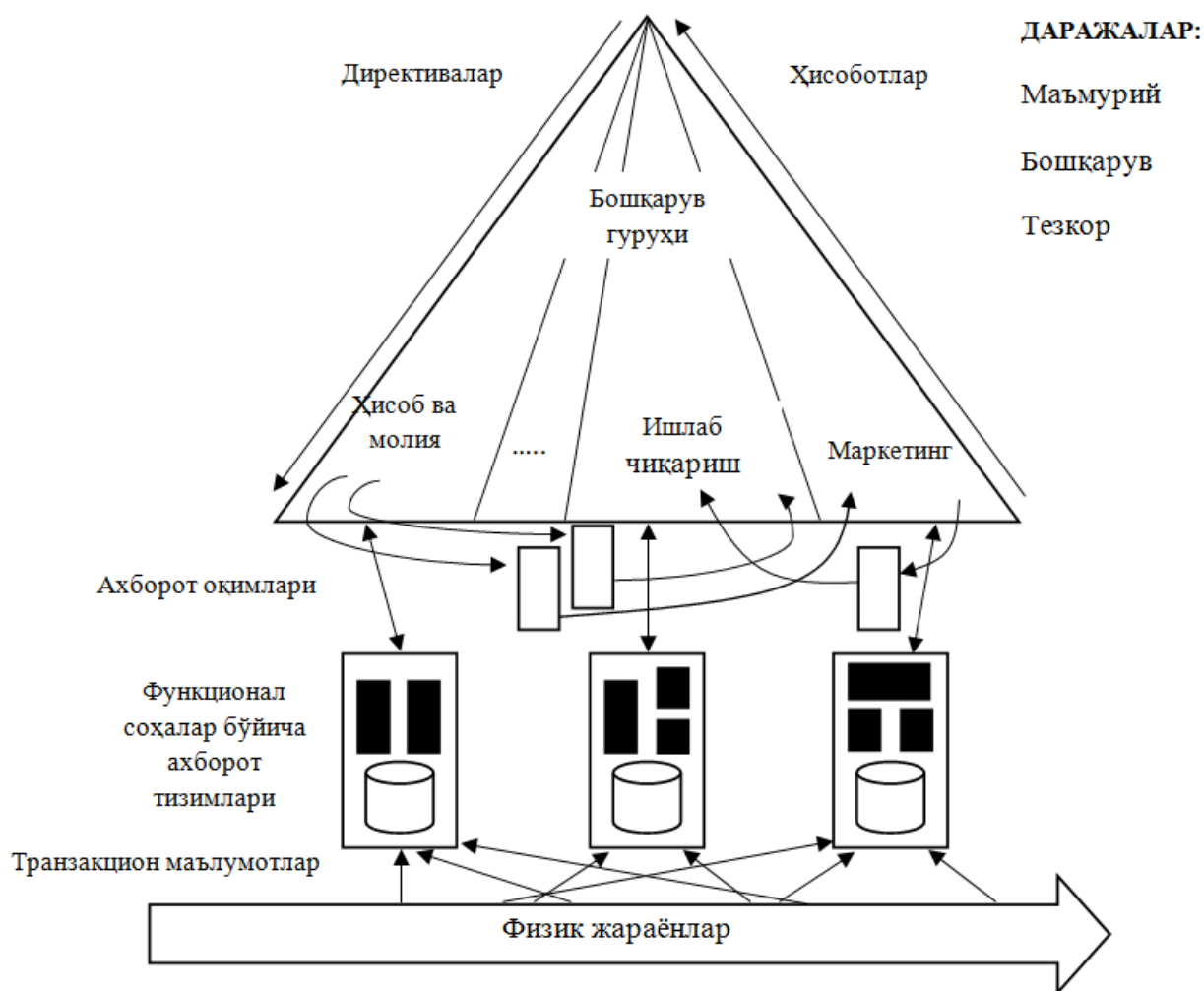
- *сотув ва нархни шакллантириш.* Нархни оширмасдан кўпроқ даромадга эришиш учун истеъмол доирасини чуқур таҳлил қилиш ва нархни шакллантириш тизимини такомиллаштириш керак;
- *таъминот ва ишлаб чиқариш.* Маҳсулот етказиб бериш тармоғини қайта тузиш ва логистика тизими тўғриланса ва мол етказиб бериш жадвалига аниқ риоя қилинса, захирани яхши бошқариш имкони туғилади;
- *кўмакчи жараёнлар.* Мижозлар билан бевосита ишлайдиган мутахассислар ишини мақбуллаштириш зарур;
- *юк хати харажатлари ва самарадорлик.* Таваккалчиликни янада синчиклаб ўлчаб кўриш, қарор қабул қилиш ва самарадорликни бошқариш жараёнларини такомиллаштириш даркор.

Санаб ўтилган чораларни амалга ошириш учун икки соада бошқарув ўзгаришлари керак.

Кейинги йилларда маълумотларнинг мисоли селдек кўпайиши айрим компанияларгагина наф берди. Уларнинг кўпчилиги тўпланган ахборотларни умуман ўрганиб чиқмайди, даромаднинг янги манбааларини топишга уринмайди

(1-расм). Қуйидаги расмдан кўриниб турибдики, ахборот тизимлари функционал жиҳатдан ишлаб чиқилган, яъни улар ҳисоб ва молия, ишлаб чиқариш, маркетинг каби бўлимлар алоҳида маълумотлар базасидан иборат.

Бўлимлар ортасидаги ахборот оқимлари қисман автоматлаштирилган усулда амалга оширилиши мумкин. Лекин, бундай ёндашув ахборотларни бир нечта маълумотлар базасида такрорланиши натижасида кўзланган натижага эришиб бўлмайди. Аслида бу оптималлаштиришни бизнес-бўлимлар ва АКТ-бўлимлар ходимларининг жамланган гуруҳи амалга оширса бўлади. Бизнес-жараёнлар ва тўпланган маълумотларни синчиклаб таҳлил қилган ҳолда улар турли минтақалардаги илғор тажрибаларни, қайси истеъмолчиларга етарлича хизмат кўрсатилмаётгани ёки аксинча, ҳаддан зиёд ҳолатларни қиёслашлари мумкин. Шу тариқа компания қайси ўринларда маблағни йўқотаётгани аниқ бўлар эди.



1-расм. Ахборот тизимларининг функционал жиҳатдан ишлаб чиқилиши⁹

⁹ Илмий тадқиқотлар асосида муаллиф ишланмаси.

АКТ бизнес-жараёнлар билан тобора кўшилиб кетмоқда. Шунинг учун ахборот тизимларида компания самарадорлигига путир етказувчи нуқталар – ишлаб чиқаришдаги барча тўхталишлар, камчиликлар ва бўшлиқлар акс этади.

Бундай бўш жойларни бирданига иккита – ишлаб чиқариш ва АКТ– нуқтаи назардан аниқлаган ҳолда, компания эскирган жараёнлар, операцияларни кўлда бажариш, ортиқча ишлар ва турли тарқоқ нуқталар туфайли юзага келадиган муаммоларни аниқлайди.

Баъзан, янги АКТлар ўрнатишга тўғри келади, лекин кўпинча дастурий таъминот иш имкониятларини кенгайтириш ёки тизимнинг айрим блоklarини модернизациялашнинг ўзи етарли бўлади. Масалан, кредит буюртмадаги хатоларни кўшимча текшириш маълумотларни қайтадан киритиш заруриятини бартараф қилади.

Баён этилган ёндашишларни айниқса, иқтисодий ҳолатни яхшилаш имконияти юқори бўлган йўналишларга қўллаган ҳолда, нафақат даромад ўсишига тез эришиш, шунингдек, узоқ истиқболли юқори кўрсаткичларга эришишнинг дастлабки шартини мустаҳкамлаш ҳам мумкин.

Даромадларни кўпайтириш ҳар доим, шунингдек, инқироз пайтида ҳам муҳим. Бунинг устига бунга нархни оширишмасдан эришиш мумкин бўлса. Кўплаб компанияларда нархни шакллантириш амалиётини яхшилаш талаб қилинади. Ҳамонки, нархни шакллантириш жараёнларни ва операциялар кетма-кетлигини бошқарувчи АКТга боғлиқ экан, даромадлар пасайишининг олдини олишга эришишда ҳам бу ахборот тизимига жуда кўп нарса боғлиқ.

Битта телекоммуникация компанияси кўп сонли маълумотлар базасини бирлаштирган ўта муҳим ва қиммат бўлмаган иловани татбиқ этган ҳолда ушбу муаммоларни ҳал эта бошлади. Илгари компания маҳсулотлари тўғрисидаги ахборотлар шартномалар, сотиш каналлари, иш ҳақи тизимлари, CRM ва бошқа алоҳида тизимлар тўғрисидаги турли маълумотлар базасида сақланган. Компания барча маълумотларни марказлашган ва ҳамма кира оладиган сақловга йиғиб, олдга қатта қадам ташлади. Ушбу ҳамма ахборотларни таҳлил қилган ҳолда, у кераксиз нарх туширишдан воз кечди, турли маҳсулотлар ва минтақалар бўйича нарх сиёсатини тартибга солди ва даромадларни кўпайтиришга эришди. Буларнинг барига биргина чора – асосий ахборотлар оқимини интеграллаштириш орқали эришилди. Янги тизим-ларни яратишга ҳожат қолмади.

2-расмда интеграллашган ахборот тизимига бир мисол келтирилган. Ундан кўриниб турибдики, корхона бўлимлари бўйича ахборотлар битта ягона маълумотлар базасига мужассамланади. Лекин, корхонанинг ўзи эса функционаллик асосида ташкил қилинган. Битта ягона маълумотлар базаси бўлганлиги учун бўлимлар ўртасидаги ахборотлар оқими жиддий камаяди.

Ишчи гуруҳининг кучи билан ҳамма жараёнлар янада ошкора тус олди ва компания нима ва унда қандай рўй бераётгани тўғрисида аниқ тасаввурга эга бўлди. Бу эса сотув бўлими ходимлари кўз ўнгидида ишчи гуруҳининг обрўсини кўтариб юборди. Ахборот оқими яхши ташкиллаштирилса, сотиш услуби қандай ҳолатларда бозор кучи билан шаклланиши-ю, қандай ҳолатларда савдо вакиллари қарорига боғлиқ эканлиги бир зумда кўриниб туради.

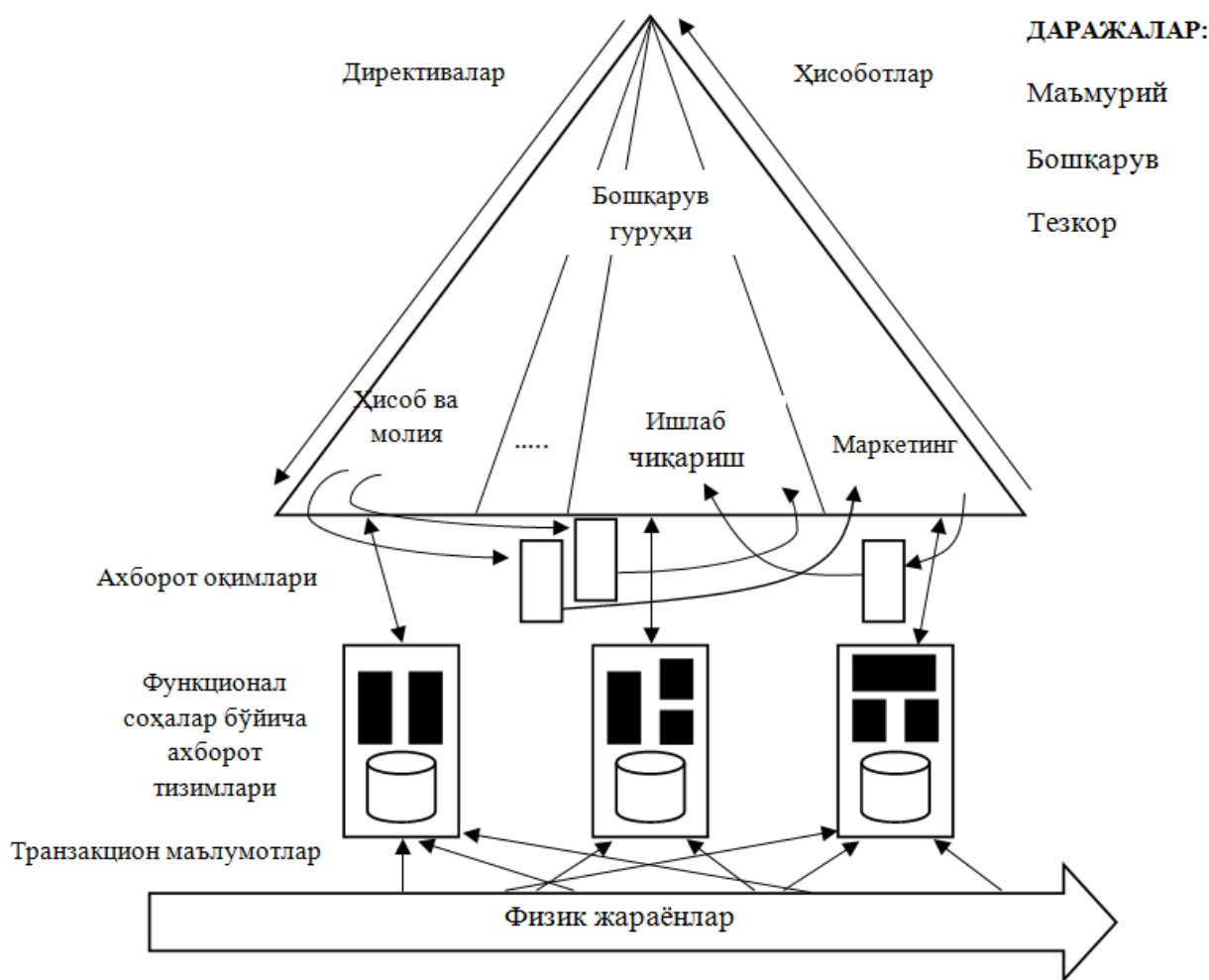
Компания нархни шакллантиришдаги камчиликларни тузата бошлади: биринчи галда у янги процедураларни ишлаб чиқди ва синаб кўрди, сўнгра янги кўрсаткичларни, самарадорликни ва иш ҳақини бошқариш тизимини тасдиқлади. Эндиликда янги процедуралар ташкилотда ҳамма учун – оддий сотувчидан сотув бўйича директоргача мажбурий бўлиб қолди.

АКТ бунда асосий роль ўйнади. Ишчи гуруҳи бир неча ахборот тизимидан ягона маълумотлар базасига турли маҳсулотлар тўғрисида ахборотларни, нархни шакллантириш учун балансланган кўрсаткичларни тўплади. Натижада турли сотув гуруҳлари бўйича маълумотлар нисбатан равшан ва тушунарли кўринишга эга бўлди. Савдо вакилларининг иш ҳақи нархни шакллантириш соҳасидаги муваффақиятга боғлиқ бўлиб қолди. Бу муваффақиятлар эса савдо вакилларининг нарх ва арзонлаштирилган нархларни ўртача кўрсаткичлар билан қиёслаш орқали аниқланди. Сотув бўйича директоргача бўлган ҳар бир даражада иш унумдорлиги борасидаги маълумотларни кўриш мумкин.

АКТ сиёсатидаги бу ўзгаришлар компанияга нархни нотўғри шакллантириш туфайли йўқотишларни пасайтириш ва янги шартномалардан келадиган даромадларни 3-5% ошириш имконини берди. Бу эса, ўз навбатида фойданинг 15-20% ва ундан кўп ўсишига олиб келди.

Инқироз пайтидаги бошқа яна бир муҳим вазифа – ойликни оширмасдан ходимларнинг юқори иш унумдорлигига эришиш. Масалан, ишлаб чиқариш ҳажмини кўпайтириш, қилинган ишни камроқ қайта ишлаш учун жараёнларни тўғрилаш ва бунда АКТ муҳим роль ўйнаши мумкин.

АКТга сармоя киритишни пухта режалаштириб, улгуржи банк ўз бўлимларида савдо самарадорлигини оширади. Бунда янги мижозларни жалб этиш ва сотув ҳажмини оширишга комплекс ёндашувни топиш керак эди. Янги АКТ туфайли маркетинглар имконияти кенг мижозлар оқимини кенгайтиришга эришди. Бундан ташқари банк мижозларнинг операциялардан тушадиган мурожаатини автоматик тарзда қайта ишлашни йўлга қўйди. Энди у янги мижозларни тезроқ жалб этиб, ходимлар даромадини оширди.



2-расм. Интеграллашган ахборот тизимлари¹⁰

Илгари янги аризаларни кўриб чиқиш, яқка таклифларни тайёрлаш ва битимлар тузиш тарикасидаги бундай операциялар том маънода қўлда– қоғозда амалга оширилган. Сотув жараёнининг қайсидир босқичи автоматлаштирилган, бироқ ҳеч кимда жараён ҳақида тўлиқ ягона тасаввур бўлмаган ва АКТ ёрдамида уни қандай такомиллаштиришни билмаган.

Бизнес-бўлимлар ва АКТ-хизмати мутахассислари банк бўлимлари ишини ўрганишди ва тез орада мақсадга йўналтирилган қандай ўзгаришлар муҳим натижа бериши мумкинлигини тушунишди. Энди имкониятли мижозларни автоматик тарзда сотув бўлимига “ўтказишган”. Бунда биринчи навбатда имконият ўтган кампания пайтида энг яхши натижаларга эришганларга берилган. Шунингдек, имкониятли мижозларни кузатиш жараёни автоматлаштирилган ва уларни жалб этиш бўйича самарали тажрибани бойитишган. Натижада сотув бўлими самаралироқ ишлай бошлади, компания эса таҳлил қилмасдан туриб мижозларга бир хил маҳсулотларни таклиф қилмай қўйди.

¹⁰ Илмий тадқиқотлар асосида муаллиф ишланмаси.

Имкониятли мижозлар базасини СРМ ахборот тизим билан бирлаштиришди ва энди савдо вакиллари битта тугмачани босиб, мижознинг банк билан ўзаро муносабатлари тўлиқ тарихини кузатиши мумкин. Янги тизим ҳар бир мижоз учун “захира таклиф”ни, шунингдек, мижозга янги маҳсулотни таклиф этувчи сотув бўлими ўз ходимлари суҳбатини яратиш имконини берди. АКТ-хизмати ҳар бир битим тугаллангач, маълумотларни киритишни тартибга солди. Шу туфайли мижозларни жалб этиш стратегиясини ишлаб чиқишда ҳисобга олиш ўта муҳим ҳисобланган барча ахборотлар янада тўлиқ ва аниқ акс этди.

Шу ўзгаришлардан сўнг барча бўлимлар томонидан имкониятли мижозларга бир кунда қилинган қўнғироқлар сони икки барабар ошди. Шунингдек, жалб этилган мижозлар сони кўпайиши ва иш унумдорлиги ошгани қайд этилди. Бутун тизим доирасидаги сотиш бўйича айрим жараёнлар самарадорликнинг бундан буён ҳам ошишидан дарак беради.

Иқтисодий пасайиш пайтида одатий нуқсонлардан воз кечган компания АКТга инвестициялар киритишни кенгайтириши мумкин. Тажрибаларимиз шуни кўрсатадики, АКТга мақсадли инвестициялар киритиш кўпгина йўналишларда иш унумдорлигини ва даромадни ошириш имконини яратади. Бу ҳаражатларни сийқаси чиққан шаклда қисқартиришдан кўра кўпроқ самара беради.

Муваффақиятли лойиҳа белгиланган муддатида тугалланади, режалаштирилган бюджет билан ёпилади ва айни пайтда кўзланган натижаларга эришилади. Бошқа лойиҳаларнинг аҳволи нима бўлади? Улар ёки янги ва яна янги молиялаштиришни талаб қилиб, қутилганидан биров чўзилади ёки ҳеч кимга керак бўлмаган ва ҳеч ким хоҳламаган ёки у билан ишлаб бўлмайдиган КААТ тузилади.

Муваффақиятсиз лойиҳалар бир-бирига жуда ўхшаш. Улар гўё бир-биридан нусха олиб, битта ва айнан ўша сценарийни такрорлайвериб, ютқа-заверади. Кўп йиллик кузатиш компания раҳбарларни бир неча қоидаларни ёзишга ундайди. Бу қоидалар корхонани бошқаришни автоматлаштиришда анча одатий хатоларга йўл қўймасликнинг олдини олишга ёрдам беради. Улар бюджетлаштиришни автоматлаштириш, бошқарувга оид ҳисоб-китобни юритиш, ишлаб чиқаришни бошқариш ва корпоратив бошқаришнинг бошқа соҳалари лойиҳалари учун бир хилдек яхши мос келади.

ХУЛОСА

Хулоса қилиб айтганда, АКТга илмий асосланган ҳолда инвестицияларни кенг жалб қилиш, корхоналар молиявий-иқтисодий жиҳатдан ривожланишининг асосий омилларидан ҳисобланади.

АКТнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишга таъсири натижасида макро ва микро даражада меҳнат унумдорлиги ўсишига эришилади, янги иш ўринлар

сони кўпаяди, ишлаб чиқилган маҳсулот ва хизматларни истеъмолчига етказиб бериш ҳаражатлари камаяди, инновацияларни кенг жорий қилишга кўмак беради ва локал бозорлардан бошқа ҳудудлар ва мамлакатларга кириб бориш ҳисобига рақобатбардошликни жиддий юксалтиради.

ФЙДАЛАНГАН АДАБИЁТЛАР РЎХАТИ

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022 – 2026 йилларга мўлжалланган
2. Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида” ПФ-60-сон Фармони.
3. Арипов М., Бегалов Б., Бегимкулов У., Мамаражабов М. “Ахборот технологиялари” Ўқув қўлланма. Т.: “NOSHIR”-2009.
4. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги қонуни.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Электрон ҳукумат тўғрисида”ги қонуни.
6. Ўзбекистон Республикасининг “Электрон рақамли имзо тўғрисида”ги қонуни.
7. Арипов А.Н., Иминов Т.К. «Ўзбекистон ахборот-коммуникация технологиялари соҳаси менежменти масалалари» Монография -Т.: Фан ва технология, 2005.
8. Кадиров А.М., Шакирова К., Инновационный потенциал повышение конкурентоспособности национальной экономике. // Сбор.
9. Махкамова М.А. Развитие и управление инновационной деятельностью предприятий. Т.: ALOQASHI НММ, 2006.