



www.isft.uz

“ISFT” ILMIY-USLUBIY JURNAL
“ISFT” НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
“ISFT” SCIENTIFIC-METHODOLOGICAL JOURNAL

ISSN: 3030-329X

2024/4-son



www.jurnal.isft-ilm.uz

ALOQA XIZMATLARI SAMARADORLIGIGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI

Ortiq ERNAZAROV¹

¹ISFT instituti Samarqand filiali “Iqtisodiyot va axborot texnologiyalari” kafedrasi mudiri, PhD, dotsent

Nigina NURULLAYEVA²

²ISFT instituti Samarqand filiali 1-bosqich talabasi

KALIT SO‘ZLAR

Aloqa xizmati, aloqa tarmog‘i, raqobat, iqtisodiy, sotsial, samaradorlik, talab, mehnat resurslari.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Услуги связи, сеть связи, конкуренция, экономический, социальный, эффективность, спрос, трудовые ресурсы.

KEY WORDS

Communication service, communication network, competition, economic, social, efficiency, demand, labor resources.

ANNOTATSIYA

Ushbu ilmiy maqolada aloqa xizmatlari faoliyati samaradorligiga ta’sir etuvchi tashkiliy iqtisodiy omillar tahliliga alohida e’tibor qaratilgan. Aloqa korxonalarining iste’molchilarga taqdim etayotgan xizmatlar hajmi, xarajatlari va yakuniy, ijobiy moliyaviy natijasi hisoblangan foydaning shakllanishiga qator tashkiliy-iqtisodiy omillar ta’sir ko’rsatadi. Bu omillarning natijaviy ko’rsatkichlarga ta’siri nuqtai nazaridan, ichki va tashqi, shuningdek, bevosita va bilvosita ta’sir etuvchi omillarga ajratish bo’yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan va formulalar orqali ifodalangan.

АННОТАЦИЯ

В данной научной статье основное внимание уделено анализу организационно-экономических факторов, влияющих на эффективность услуг связи. На формирование объема услуг, предоставляемых потребителям предприятиями связи, их себестоимости и конечный положительный финансовый результат влияет ряд организационно-экономических факторов. С точки зрения влияния этих факторов на результаты были разработаны предложения и рекомендации, выраженные через формулы по разделению их на внутренние и внешние, а также на факторы прямого и косвенного влияния.

ABSTRACT

This scientific article focuses on the analysis of organizational economic factors affecting the effectiveness of communication services. A number of organizational and economic factors affect the formation of the volume of services provided to consumers by telecommunication enterprises, their costs and the final positive financial result. From the point of view of the impact of these factors on the results, suggestions and recommendations were developed and expressed through formulas for dividing them into internal and external, as well as direct and indirect influencing factors.

Kirish Mamlakatimizda aloqa xizmatlari rivojiga yanada ko‘proq ahamiyat berilmoqda. 2021–2023-yillarda xizmatlar sohasini rivojlantirish dasturini amalga oshirish natijasida 2022-yilda xizmatlar ko‘rsatish hajmi qariyb 22 foizga o‘sdi. Shu bilan birga, xizmatlar sohasini rivojlantirishga yangicha

yondashuvlarni joriy etish orqali bozor xizmatlari hajmini 2023-yilda 1,5 baravarga oshirish hamda qo‘shimcha 1,5 million yangi ish o‘rinlarini yaratish imkoniyatlari yaratildi.

Hududlarning o‘ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib, alohida yondashuvlar asosida xizmatlar sohasini rivojlantirish, tadbirkorlik



www.isft.uz

“ISFT” ILMIY-USLUBIY JURNAL
“ISFT” НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
“ISFT” SCIENTIFIC-METHODOLOGICAL JOURNAL

ISSN: 3030-329X

2024/4-son



www.jurnal.isft-ilm.uz

subyektlarini moliyaviy resurslar va infratuzilma bilan ta'minlash hamda ularga qulay yashash sharoitlari va aloqa xizmatlarini taqdim etish bugungi kunning muhim vazifalaridan biridir. Aholida ma'lumotlarni qanchalik o'zlashtirib olishga bo'lgan ehtiyoj tezlashayotgan bo'lsa, ma'lumotlarni to'g'ri va sifatli taqdim etishga bo'lgan ehtiyoj ham shu qadar yuksalib bormoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.

Axborotlarni tez yetkazishga imkoniyat yaratadigan yangi aloqa usullariga katta ehtiyojni yuzaga keltirdi. Natijada XVIII asr oxiriga kelib optik aloqa paydo bo'ldi, XIX asrga kelib, axborotlarni sim orqali katta tezlikda uzatishning elektr usullari kashf etildi. P.L.Shilling 1832-yilda elektr telegrafni yaratdi [8]. S.Morze 1837-yilda elektromagnit telegraf apparatini yaratgan bo'lsa, 1876-yilga kelib, shotland ixtirochisi A.G.Bell telefonni kashf etdi [8].

Rus olimi E.A.Golubitskaya unga quyidagicha ta'rif beradi: “Aloqa iqtisodiyoti – iqtisodiyot fanining bir tarmog'i bo'lib, uning predmeti bozor munosabatlari sharoitida ishlab chiqaruvchi kuchlar bilan bog'liq holda aloqa sohasida ishlab chiqarish munosabatlari va ularning rivojlanish qonuniyatlari hisoblanadi”, – deb ta'rif bergan [2].

E.A.Golubitskayaning boshqa bir kitobida: “Aloqa xizmati – aloqa operatorlari (tashkilotlari)ning ma'lumotlarni uzatish bo'yicha ishlab chiqarish faoliyatining yakuniy foydali natijasidir (masalan, bo'lib o'tgan shaharlararo telefon suhbatlari; telegrammalar yoki pochta jo'natmalari uzatilgan va qabul qiluvchiga etib kelgan)”, – degan fikr ham ilgari surilgan [3].

G.G.Brown maqolasida aloqa xizmati xususida shunday deyilgan: “Aloqa xizmati – ishonch hosil qiladimi yo'qmi, ma'lumotni bir kishidan ikkinchisiga o'tkazishdir” [4].

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot jarayonida tizimli tahlil, analiz va sintez, induksiya va deduksiya, mantiqiy yondashuv, tanlab kuzatish, iqtisodiy-matematik, statistik va iqtisodiy tahlil uslubi qo'llanildi.

Tahlil va natijalar. Mamlakatimizda iqtisodiyotni raqamlashtirish jarayonining shiddat bilan ilgarilab borishi – aloqa xizmatlariga bo'lgan talabni yuqori pog'onaga olib chiqdi. Shu sababdan, ko'pgina fuqarolarimizda bu sohada tadbirkorlik bilan shug'ullanishga bo'lgan motivatsiyani yanada kuchaytirdi va axborot-kommunikatsiya tarmog'i milliy iqtisodiyotning yetakchi subyektlaridan biriga aylanib bormoqda.

Ma'lumki, tadbirkor foyda bermaydigan ishga xarajat qilmaydi. Xo'jalik yurituvchi subyektlar, jumladan, aloqa xizmatlari korxonalari faoliyat yuritish jarayonida moddiy va pul xarajatlarini amalga oshirishadi. Xarajat – foyda ko'rishning asosiy shartidir.

Korxonalarining xarajatlar qila olish qobiliyati ularning mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish layoqatini belgilab beruvchi asosiy omil hisoblanadi.

Shu sababdan ham tadbirkorlar mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlari, ular bilan bog'liq xarajatlar hamda foyda to'g'risida to'la ma'lumotlarga ega bo'lmasdan turib o'z faoliyatini tashkil qilishmaydi. Ular bo'yicha to'liq ma'lumotlarga ega bo'lish ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlarini samarali boshqarishda qo'l keladi.



www.isft.uz

“ISFT” ILMIY-USLUBIY JURNAL
“ISFT” НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
“ISFT” SCIENTIFIC-METHODOLOGICAL JOURNAL

ISSN: 3030-329X

2024/4-son



www.jurnal.isft-ilm.uz

Aloqa tarmog‘ida raqobatning avj olgan paytida, undagi har bir korxonaning asosiy vazifasi samarali faoliyat yuritish, ya’ni ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmini oshirish va iste’molchilar talabini to‘liqroq qondirish orqali foyda olishga erishish hisoblanadi.

Korxonalar faoliyatining yakuniy natijasi, natural (mahsulot) shaklda ishlab chiqarish, pul shaklida esa iqtisodiy samarani tavsiflaydi.

Shuni alohida ta’kidlash lozimki “samaradorlik” tushunchasi nihoyatda keng. U olingan samaraning sarflarga nisbatini aks ettiradi.

Aloqa korxonalarining bosh maqsadi – tavakkalchilik va tashabbuskorlik hamda o‘z mulkiy javobgarligi ostida turli subyektlar talabini qondirish orqali iqtisodiy va ijtimoiy (sotsial) samaradorlikka erishishdir.

“Iqtisodiy va sotsial samaradorlik bevosita korxonalarining o‘zida – ishlovchilarning mehnati tufayli, ular o‘rtasidagi munosabatlarda vujudga keladi. Ular bir-birini to‘ldiradi. Qaysi korxonada sotsial samaradorlik yuqori bo‘lsa, shunga munosib ravishda, iqtisodiy samaradorlik ham yuqori bo‘ladi. Bu aksiomadir” [7].

Aloqa korxonalarida iqtisodiy samaradorlik – iqtisodiy faoliyatning (boshqaruv, yangi texnika va texnologiyani joriy etish, mehnat sifatini oshirish va hokazolarning) natijasidir.

“Ijtimoiy samaradorlik” insonning har tomonlama kamol topishiga yordam beradigan

tadbirlar orqali namoyon bo‘ladi. U mehnat va turmush sharoitlari yaxshilanishida, xodimlar malakasini oshirishda aks etadi.

Shuningdek, sotsial samaradorlik aholi jon boshiga tovar (ish va xizmat)lar iste’mol qilinishi, ijtimoiy iste’mol fondlaridan beriladigan nafaqa va imtiyozlar, kadrlar tayyorlash uchun sarflanayotgan mablag‘larning o‘shida ham o‘z ifodasini topadi [7].

Demak, samaradorlik – aloqa korxonalari faoliyatining “ko‘zgusi” bo‘lib, unda xizmat ko‘rsatishning barcha natijalari aks etadi.

Aloqa korxonalari faoliyati samaradorligini oshirish orqali turli resurslar (elektr energiyasi, xomashyo va boshqalar) va aholi vaqti tejaladi, bozor infratuzilmalari o‘rtasidagi munosabatlar rivojlanadi hamda mamlakat g‘aznasi boyiydi. Bunga erishish uchun, tabiiyki, mamlakatda tegishli tashkiliy-iqtisodiy muhit yaratilgan bo‘lishi zarur.

Aloqa korxonalarining iste’molchilarga taqdim etayotgan xizmatlar hajmi, xarajatlari va yakuniy, ijobiy moliyaviy natijasi hisoblangan foydaning shakllanishiga qator tashkiliy-iqtisodiy omillar ta’sir ko‘rsatadi.

Bu omillarning natijaviy ko‘rsatkichlarga ta’siri nuqtayi nazaridan, ularni ichki va tashqi, shuningdek, bevosita va bilvosita ta’sir etuvchi omillarga ajratishimiz mumkin (1-rasm).



1-rasm. Aloqa korxonalarining mahsulot (xizmat) hajmi va foydasiga ta’sir etuvchi omillar

| Bevosita ta’sir etuvchi omillar | Bilvosita ta’sir etuvchi omillar |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> Aholi soni, daromadi va xarid fondi Iste’molchi yuridik shaxslar soni Xizmat turlari Xizmat ta’rifi (narxi) Milliy iqtisodiyotning prognozlar (iste’mol va jamg’arma fondlari elastiklik koeffitsienti) Boshqa bevosita omillar | <ol style="list-style-type: none"> Davlatning xalqaro munosabatlari Mamlakatda huquqiy bazaning ahvoli (jumladan, korxonalar faoliyatining huquqiy jihatdan kafolatlanganligi) Aholining madaniyat darajasi Mamlakat va mintaqadagi ilmiy-texnik taraqqiyot darajasi Xizmatlar ko’rsatish saviyasi Boshqa bilvosita omillar |

Yuqoridagi omillarning ayrimlari aloqa tarmog’i subyektlarining mahsulot (xizmat) hajmiga, foydasi va samaradorligiga ijobiy ta’sir ko’rsatib, ushbu ko’rsatkichlarning o’sishiga xizmat qilsa, ayrimlari buning aksi – iqtisodiy ko’rsatkichlarning pasayishiga olib kelishi mumkin.

Korxonalarining iqtisodiy-moliyaviy holatini tahlil qilishda omillar ta’siri darajasini son va sifat jihatdan o’rganish samarali qarorlar qabul qilishga xizmat qiladi.

Aloqa korxonalarini samaradorligi bir qator ichki va tashqi omillarga bog’liq. Ko’p jihatdan korxonaning samaradorligi aynan tashqi muhitda shakllanadigan talabga bog’liq.

Aloqa xizmatlariga bo’lgan talabning shakllanishi esa, tarmoq korxonalarida yuritilayotgan siyosatlar (narx, reklama va hokazolar)ga bog’liq. To’g’ri tashkil etilgan xizmat siyosati aloqa xizmatlariga bo’lgan ichki va tashqi talablarning shakllanishiga va aloqa korxonalarini faoliyatining samradorligini oshirishga ko’maklashadi.

Reklamaning aloqa xizmatlari bozorida o’rni yuqori. Shuning uchun ham reklama siyosatiga samaradorlikni oshirish omili sifatida qarash maqsadga muvofiq.

Aloqa korxonalarini faoliyati samaradorligi tizimidan kelib chiqqan holda, ular

samaradorligini ifodalovchi ko’rsatkichlar tizimi shakllanadi. Aloqa xizmatlari korxonalarini faoliyat samaradorligi oldinga qo’yilgan maqsadga kam mablag’ sarflab erishishni ifodalaydi. Ularda samaradorlik quyidagi ko’rsatkichlar tizimlari orqali aniqlanadi:

- ishlab chiqarish-texnologik samaradorlik – moddiy va mehnat resurslaridan foydalanish darajasini ifodalaydi va fondlar qaytimi, fond sig’imi, mehnat unumdorligi kabi ko’rsatkichlar orqali aniqlanadi;

- ishlab chiqarish-iqtisodiy samaradorligi ishlab chiqarishning umumiy natijaviy ko’rsatkichlari bilan o’lchanadi: yalpi mahsulot (xizmat) qiymati, foyda, rentabellik, xarajatlarning qoplanishi.

- Ushbu tizim ko’rsatkichlari o’zida quyidagi guruhlarini ifoda etadi:

1. Umumxo’jalik samaradorligi ko’rsatkichlari (yalpi mahsulot (xizmat) qiymati, xarajatlar samaradorligi, xarajatlar rentabelligi);

2. Resurslar samaradorligi ko’rsatkichlari;

- asosiy fondlar samaradorligini ifodalovchi ko’rsatkichlar (fondlar qaytimi, fondlar sig’imi, fondlar rentabelligi va foyda);



- aylanma mablag‘lar samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar (aylanma mablag‘lar aylanish tezligi – kunlarda, martalarda, aylanma mablag‘lar rentabelligi);

- mehnat resurslari samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar (mehnat unumdorligi, har bir xodimga to‘g‘ri keladigan foyda, ish haqi fondining har bir so‘miga to‘g‘ri keladigan foyda).

Aloqa korxonalarida samaradorlik holatiga baho berishda mahsulot (xizmat)lar hajmi va xarajatlar tarkibiga baho berish alohida o‘rin tutadi. Chunki xizmatlar hajmi va xarajatlar tarkibini o‘rganish orqali qaysi moddalar bo‘yicha xarajatlarni qisqartirish va samaradorlikni oshirish mumkinligi ko‘rsatib o‘tiladi: soliqlarning o‘sishi va hokazolar.

Aloqa korxonalarida samaradorlikni aniqlashda natija ko‘rsatkichi sifatida yalpi mahsulot (xizmat) qiymati, ya‘ni asosiy faoliyatdan olingan daromad olinadi. Shuning uchun ham uning tarkibiga kiruvchi elementlarni aniqlashtirib olish maqsadga muvofiqdir.

Aloqa xizmatlarini ishlab chiqarish jarayoni ularni iste‘mol qilish jarayoni bilan uzviy bog‘liq bo‘lganligi sababli aloqa korxonalarida yalpi mahsulot qiymati va ko‘rsatilgan xizmatlar qiymatiga teng. Aloqa xizmatlarini ishlab chiqarishning o‘ziga xos xususiyatlari tufayli taqdim etilgan har bir mahsulotning tannarxini hisoblash deyarli mumkin emas, ammo narxi ularga munosib bo‘lishi kerak.

Iqtisodiy tahlilning muhim bosqichlaridan biri trafikning umumiy miqdorini baholash hisoblanadi. Trafik – bu tahlil qilingan davrda barcha faol tijorat abonentlari foydalanadigan daqiqalarning umumiy sonidir. Ish kunlari va

dam olish kunlarini hisobga olgan holda o‘rtacha kunlik abonent uchun daqiqalar soni almashuv birligi sifatida qabul qilinadi. Quyidagicha oy boshiga almashuv (daqiq)ning umumiy soni (U_s) aniqlanishi mumkin:

$$U_s = D * A * O$$

Bu yerda,

D – o‘rtacha kunlik abonent uchun daqiqalar soni;

A – abonentlar soni;

O – bir oydagi kunlar soni.

Bir oydagi kunlar soni (O)ni aniqlash uchun, avval, bir oydagi ish kunlari va dam olish kunlaridagi daqiqalar soni alohida hisoblab chiqiladi, so‘ngra dam olish kunlari va ish kunlaridagi daqiqalar soniga nisbatiga teng bo‘lgan oraliq koeffitsienti aniqlanadi.

Bir oyda berilgan kunlarni hisoblash – ish kunlari va dam olish kunlari yukning notekisligi bilan bog‘liq va quyidagicha amalga oshiriladi:

$$ID = I + K * B$$

Bu yerda,

I – ish kunlari soni;

K – oraliq koeffitsient;

B – dam olish kunlari soni.

Har bir operator yo‘nalishlar bo‘yicha trafikni taqsimlashning alohida (individual) tuzilishiga ega. Operatorning poytaxt shaharlarga, kurort joylariga va band bo‘lgan transport magistrallariga yaqinligi transport tarkibiga katta ta‘sir ko‘rsatadi. Aloqa xizmatlari sifatini xizmat ko‘rsatish sifati va aloqa xizmatlari sifatini tavsiflovchi ikki guruh ko‘rsatkichlari yordamida baholash mumkin:

I.Mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifati quyidagi omillar bilan belgilanadi:



• operator xizmat ko‘rsatadigan hududni qamrab olish darajasi;

• ilg‘or shakllari va mijozlarga xizmat usullari soni;

• aholini qamrab olish darajasi;

II. Aloqa xizmatlarining sifati eng muhim xususiyatlarning ko‘rsatkichlari bilan tavsiflanadi:

• axborot uzatish tezligi;

• xabarlarini uzatish va ko‘paytirishning aniqligi, ishonchliligi va xavfsizligi;

• axborot uzatishning maxfiyligi, aloqa sirliligi;

• texnik vositalar va aloqa tizimlarining ishonchliligi va barqarorligi;

• aloqa xizmatlarining mavjudligi;

• foydalanish qulayligi, estetika va ekologik xavfsizlik va boshqalar.

Aloqa xizmatlari bozori ishtirokchilarini mulk shakllari bo‘yicha ham alohida tahlil qilish maqsadga muvofiqdir. Chunki aloqa korxonalarining samaradorligi ko‘p jihatdan ularning mulk shakliga ham bog‘liqdir.

Aloqa xizmatlari bozorida raqobat muhitini hosil qilib, unda kurash olib borayotganlar ham aynan xususiy, xorijiy va qo‘shma mulk egalardir.

1-jadval.

O‘zbekistonda mulkchilik shakllari bo‘yicha aloqa xizmatlari [9]

| № | Mulk shakllari | 2016-yil | 2017-yil | 2018-yil | 2019-yil |
|---|-----------------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | Davlat | 1,8 | 1,8 | 2,2 | 2,5 |
| 2 | Nodavlat | 98,2 | 98,2 | 97,8 | 97,5 |
| 3 | Jami | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

1-jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, malakatimizda keng ko‘lamli iqtisodiy islohotlarning amalga oshirilishi natijasida aloqa xizmatlari bozorida nodavlat korxonalarining ulushi 9/10 dan yuqoriroq. Biroq 2019-yili 2016-yilga nisbatan 0,7 punktga kamaygan. Buning sababini keyingi yillarda aloqa xizmatlari subyektlari tarkibida xususiy sherikchilik asosida, ya’ni davlat ishtirokidagi korxonalarining paydo bo‘lishi bilan izohlash mumkin.

Ammo shuni ta’kidlash kerakki, ushbu mulk shaklidagi asosiy korxonalar kichik korxonalar va mikrofirmalar bo‘lib, ularda samaradorlikning qator ko‘rsatkichlarini hisoblash hamda xizmatlar tarkibini o‘rganish

uchun yetarlicha ma’lumot olish mumkin bo‘lgan bir qator hisobot shakllari mavjud emas.

Turli mulkchilik shaklidagi aloqa xizmati korxonalarida moliyaviy resurslar, texnika vositalari va boshqa resurslar yetishmayotgan sharoitda, ular o‘rtasida texnika vositalari, pul mablag‘lari, mutaxassis xodimlari va boshqalardan birgalikda foydalanish (aloqa xizmati ko‘rsatish kooperativlarini tashkil etish) yuqori samara beradi.

Tadqiqotlarga ko‘ra, aloqa xizmatlari korxonalarida asosiy fondlarning samaradiligiga bir qator omillar ta’sir etadi. Asosiy fondlar aktiv qismining ulushi, asosiy fondlar unumdorligi, asosiy fondlarning



www.isft.uz

“ISFT” ILMYIY-USLUBIY JURNAL
“ISFT” НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
“ISFT” SCIENTIFIC-METHODOLOGICAL JOURNAL

ISSN: 3030-329X

2024/4-son



www.jurnal.isft-ilm.uz

me'yoriy bo'sh turish vaqti, turli sabablar natijasida asosiy fondlarning bo'sh turib qolishi, xodimlarning malakasi kabi omillarni shular jumlasiga kiritish mumkin.

Aloqa korxonalari asosiy fondlari samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarning ta'sir darajasini turli usullarda aniqlash mumkin. Masalan, har bir ish o'rniga to'g'ri keluvchi xizmatlar hajmi o'zgarishiga ta'sir etgan omillarni hisoblashda iqtisodiy tahlilning qayta hisoblash usulidan foydalanish mumkin.

Har bir ish o'rnidan foydalanish samaradorligiga ikkita funksional omil ta'sir etganda qayta hisoblash usulidan foydalanish mumkin. Ya'ni ish o'rinlaridan foydalanish samaradorligi (S), xizmatlar hajmi (Xh) va ish o'rinlari soni (O's) bilan funksional bog'liq.

$$S = Xh : O's$$

Ushbu formulaga ko'ra, natijaga ikki omil ta'sir qiladi. Har bir omilning ta'sirini hisoblash uchun natijani qayta hisoblab olamiz. Bu birinchi omilning haqiqiy miqdorini (Xh₁) ikkinchi omilning rejadagi miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi (O's₀), ya'ni:

$$S = Xh_1 : O's_0$$

Aloqa korxonalari faoliyati samaradorlik ko'rsatkichlari aniqlanganda, unga baho berilganda aylanma mablag'larning samaradorlik ko'rsatkichlariga ham alohida e'tibor berish lozim. Bunda aylanma mablag'larning aylanish tezligi, rentabelligi ko'rsatkichlarini aniqlash, ularga ta'sir etuvchi omillarga baho berish maqsadga muvofiqdir.

Tadqiqotlar jarayonida aloqa korxonalari samaradorligiga bilvosita ta'sir etuvchi omil

sifatida soha subyektlarining samaradorligiga ta'sir etuvchi huquqiy bazaning ahvoli ham chuqur o'rganiladi.

Kundalik hayot dalolat beradiki, soha subyektlari faoliyatining huquqiy jihatdan kafolatlanlik darajasi birmuncha past. Shu sababdan ham so'nggi yillarda mamlakatimizda aloqa korxonalari faoliyatini huquqiy jihatdan mustahkamlovchi bir qator yangi tahrirdag huquqiy-me'yoriy hujjatlar qabul qilindi, jumladan, "O'zbekiston Respublikasi Pochtasi to'g'risida" (2022-yil 9-iyun). Ular aloqa xizmatlari korxonalari faoliyati bilan bog'liq bir qator masalalarning huquqiy asosi bo'ladi.

Xulosa Ko'pgina mamlakatlarda aloqa xizmatlari bozorini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish borasidagi ilmiy izlanishlarga alohida ahamiyat berilmoqda. Bular aloqa xizmati tarmog'ini boshqarish, iqtisodiyotdagi o'rnini oshirish, yangi ish o'rinlarini yaratish, mamlakatlarning iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishini ta'minlash, tarmoqning yangi-yangi xizmat turlarini tatbiq etish, innovatsion omillardan foydalanish bo'lib, qator xorijiy olimlar ilmiy ishlarida o'z aksini topgan.

Mamlakatimizda aloqa xizmatlari bozorini jahon andozalariga mos tarzda rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish masalasi to'liq o'rganilmagan. Shu sababli, mamlakatimizda mazkur mavzuda tadqiqotlar olib borish dolzarb hisoblanadi.



www.isft.uz

“ISFT” ILMİY-USLUBIY JURNAL
“ISFT” НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
“ISFT” SCIENTIFIC-METHODOLOGICAL JOURNAL

ISSN: 3030-329X

2024/4-son



www.jurnal.isft-ilm.uz

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Wilbur Schramm: Portrait of a Development Communication Pioneer. Communicator, 1987. – № 21 (1-4). – PP. 18-22.
2. Голубицкая Е.А. Экономика связи: учебник для студентов вузов / Е.А.Голубицкая; – М.: ИРИАС, 2006. – 488 с.
3. Голубицкая Е.А. Банк лекцией. Экономика связь. <https://siblec.ru/obshchestvennye-nauki/ekonomika-svyazi>;
4. Brown G.G. Introduction to communication definition of communication. <https://architecture.uonbi.ac.ke/sites/default/files/cae/builtenviron/architecture.pdf>;
5. Ғуломов С.С., Алимов Р.Х., Лутфуллаев Х.С ва бошқалар. Ахборот тизимлари ва технологиялари. – Тошкент.: Шарқ, 2000. – 592 б.
6. Алимов Р.Х., Ходиев Б.Ю., Алимов Қ.А. ва бошқалар. Миллий иқтисодда ахборот тизимлари ва технологиялари: Олий ўқув юртлари учун қўлланма. С.С.Ғуломов умумий таҳрири остида. – Т.: Шарқ, 2004. – 320 б.
7. Мирзаев Қ.Ж., Пардаев М.К. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. Т.: IQTISOD-MOLIYA, 2014. – 384 б.
8. <https://ziyouz.uz/ilm-va-fan/tehnologiya/telegraf-tarixi>;
9. О‘zbekistonda transport va aloqa. – Т.: О‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi, 2020. – 87 б.