

Ўзбекистон алоқа ва ахборотлаштириш агентлиги

Тошкент ахборот технологиялари университети

Қўлёзма ҳуқуқида

Ботиров Асқар Шовкатович

ИНТЕРНЕТ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Мутахассислик: 5А340102 – ТАРМОҚ ИҚТИСОДИЁТИ (алоқа ва ахборотлаштириш)

Магистр академик даражасини олиш учун

ДИССЕРТАЦИЯ

Иш кафедрада кўрилди ва
химояга тавсия этилди
“Иқтисод” кафедраси мудири
и.ф.н., доц.

_____ Буткеева Т.М.

Илмий раҳбар:
и.ф.н., доц. Ибрагимов А.Х.

« ____ » _____ 2011

ТОШКЕНТ 2011

МУНДАРИЖА

КИРИШ.....	3
1. РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ НАЗАРИЙ МЕТОДОЛОГИК АСОСЛАРИ.....	6
1.1. Рақобатбардошлик тушунчаси ва уни хизматлар бозорида бошқарувининг ўзига хослиги.....	6
1.2. Рақобатни бошқарувчи омиллар ва унинг афзалликларининг манбалари.....	12
1.3. Рақобат ва рақобатбардошликни ифодаловчи кўрсаткичларни аниқлаш ва таҳлил қилишнинг назарий ва методологик муаммолари.....	18
2. ЎЗБЕКИСТОНДА ИНТЕРНЕТ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА РАҚОБАТ ТАҲЛИЛИ.....	27
2.1. Интернет хизматлари бозорида иқтисодий ислохатларни чуқурлаштиришнинг асосий йўналишлари таҳлили.....	27
2.2. Ўзбекистонда интернет хизматлари бозорини баҳолаш.....	48
3. ЎЗБЕКИСТОНДА ИНТЕРНЕТ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА РАҚОБАТНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ.....	64
3.1. Интернет хизматлари бозорида маркетинг фаолияти таҳлили.....	64
3.2. Ўзбекистонда интернет бозорининг ривожланиш истиқболлари.....	70
ХУЛОСА	78
Фойдаланилган адабиётлар.....	82

КИРИШ

Магистерлик диссертациясини долзарблиги. Бозор муносабатларига ўтиш даврида Ўзбекистонда олиб борилаётган кенг масштабли ислохотлар жамиятда мавжуд ижтимоий иқтисодий муносабатлар тизимидан принципиал фарқ қилувчи янги тизимни шакллантиришга қаратилган бўлиб, у ерда марказий ўринни истеъмолчи эгаллайди. Бу ўз ўрнида мавжуд амалдаги хўжалик юритиш шакллариининг қайта кўриб чиқиш ва қайта ташкил этишни бевосита тақозо этади.

Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётининг позитив ўзгаришлари иқтисодиётда антимонопол сиёсатни тартибга солиш ва рақобатнинг кейинги такомиллаштируви зарурлигини кўрсатади. Иқтисодий ислохотлар жараёнининг чуқурлаштириш босқичида мазкур сиёсат бир қатор ҳукумат қарорлари қабул қилиш билан ўзининг кейинги ривожланишни қулга киритди.

Ҳозирги кунга келиб, кўриб чиқиляётган соҳа бўйича Ўзбекистонда шаклланиб бўлган меъёрий-ҳуқуқий асосга ва алоҳида ўзига хосликка эга бўлган, 1996 йил 27 декабрда қабул қилинган «Рақобат ва товарлар бозорида монополистик фаолиятни чеклаш тўғрисида»ги қонунни келтириш мумкин. Ҳозирги кунда Республикада 10 дан зиёд қонунлар амал қилмоқда, уларда эркин рақобатнинг ҳуқуқий кафолатларини қўллаб-қувватлашга ва монополистик фаолиятни чеклашга қаратилган меъёрлар мавжуд.

Мамлакатимиз алоқа соҳасининг замонавий ҳолати, фақатгина олиб бориляётган бозор ислохотларини пассив кузатиш натижасида цивилизациялашган бозорни яратиш мушкуллиги ҳақида далолат беради. Жаҳонда алоқа соҳаси ривожланишининг замонавий тажрибаси мазкур жараёнга бевосита бозор субъектлари-корхоналарнинг актив аралашуви зарурлигини кўрсатади.

Алоқа соҳасидаги корхоналарнинг рақобатбардошлиги муаммолари янги муаммо ҳисобланиб, уни актив ўрганиш 1994 йилдан ҳозирги кунгача бўлган даврга тўғри келади. Мазкур муаммонинг долзарблиги, алоқа соҳасидаги корхоналар фаолиятининг тадқиқот натижаларини назарий тадқиқ қилиниши ва амалий амалга оширилиши зарурлигини белгилаб берди.

Мавзунинг ўрганилганлик даражаси. Мазкур тадқиқотнинг назарий ва методологик асоси бўлиб, маркетинг 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.Бромвич, М.А.Горелик, Е.А.Голубицкая, Э.Долан, К.Макдонелл, М.Питер, Л.Д.Рейман, Дж.Сакс, Г.А.Титоренко, Э.Хельферт каби олим ва мутахассислар изланишлар олиб боришган.

Шунингдек телекоммуникация хизматлари бозорини умумий тадқиқ этишга мамлакатимиз олим мутахассисларидан Э.А.Акрамов, А.Н.Арипов, Т.М.Буткеева, Р.Я.Досумов, Т.К.Иминов, Т.С.Маликов, М.А.Махкамова, Х.А.Муҳитдинов, М.М.Махмудов, Х.М.Мирзохидов, Н.Х.Хайдаров, Л.И.Шибаршова кабилар катта хисса қўшганлар.

Тадқиқот параметри ва объекти. Магистрлик ишининг объекти сифатида Ўзбекистонда фаолият юритувчи интернет провайдерлари олинган. Ўзбекистон иқтисодиётини модернизация қилиш шароитида телекоммуникациялар хизматларини жорий этиш усулларини ва ривожланишини муаммолари тадқиқот предмети ҳисобланади.

Ишнинг мақсади. Диссертациянинг бош мақсади- интернет хизматлари бозорида рақобатбардошликни ҳозирги ҳолатини ўрганиш асосида интернет хизматлари бозори рақобатбардошлигини ошириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Ишнинг вазифалари. Магистрлик диссертация ишининг мақсадидан келиб чиқиб қуйидаги вазифалар белгиланди:

- Рақобатбардошликни назарий методологик асослари ўрганиш;

- Рақобатбардошлик тушунчаси ва уни хизматлар бозорида бошқарувининг ўзига хос хусусиятларини аниқлаш;
- Рақобатни бошқарувчи омиллар ва унинг афзалликларининг асосий манбаларини аниқлаш;
- Рақобат ва рақобатбардошликни ифодаловчи кўрсаткичларни аниқлаш ва таҳлил қилишнинг назарий ва методологик муаммоларини ўрганиш;
- Ўзбекистонда интернет хизматлари бозорида рақобат муҳитини таҳлил қилиш;
- Интернет хизматлари бозорида иқтисодий ислохатларни чуқурлаштиришнинг асосий йўналишларини таҳлили;
- Ўзбекистонда интернет хизматлари бозорини ривожланиш тенденцияларини баҳолаш;
- Ўзбекистонда интернет хизматлари бозорида рақобатни такомиллаштириш истиқболларини белгилаш;
- Интернет хизматлари бозорида маркетинг фаолияти таҳлил қилиш;
- Ўзбекистонда интернет бозорининг ривожланиш истиқболлари аниқлаш.

Тадқиқотнинг методологияси ва услуби. Магистерлик диссертациясини ёзиш жараёнида Ўзбекистон Республикаси Қонунларидан, Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, Республика Президентининг асарлари ва Фармонларидан, мавзуга алоқадор хорижий ва маҳаллий олимларнинг китобларидан, Ўзбекистон алоқа ва ахборотлаштириш агентлиги ҳамда "Ўзбектелеком" АК ҳисобот материалларидан, фойдаланилди. Бу ўз навбатида соҳанинг муаммоларини чуқур ўрганишга асос бўлиб келди.

Магистерлик диссертациясининг ишининг таркибий қисми. Мазкур магистерлик диссертация кириш, учта боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат.

1. РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК АСОСЛАРИ

1.1. Рақобатбардошлик тушунчаси ва уни хизматлар бозорида бошқарувининг ўзига хослиги

Ҳозирги кунга келиб, маркетинг бозор иқтисодиётида рақобат кучларини фаоллаштиришнинг муҳим бир усулларида ҳисобланади. Маркетинг товар ва хизматларнинг сифати ва рақобатбардошлик муаммоларини ечишнинг самарали воситаси бўлмоқда.

Талаб, таклиф, бозор нархи, тартибга солишдан ташқари бозор механизмининг яна бир муҳим элементи бўлиб рақобат (лотинчадан, «дуч келаман, дуч келмоқ») ҳисобланади. Бу ҳолат мазмуни бўйича ҳамма ер шарига тирик мавжудотлар учун хосдир. Ҳаттоки, ҳайвонот оламида ҳам, табиий танлов мавжуд, джунгли қонунлари бўйича энг кучлилар омон қолишади, шу ўринда айтиш жоизки, ресурсларнинг камлиги ва имкониятларнинг чекланганлигида кишилиқ жамиятида ҳам, рақобат қонун-қоидаларига худди шундай қаттиқ амал қилишади. Рақобат - айнан бир мақсадга эришиш учун қизиққан алоҳида шахслар ўртасидаги қандайдир муҳитдаги кураш.

Рақобат бозор муносабатларининг ҳам ажралмас хусусияти бўлиб ҳисобланади. Бу ўринда иқтисодий рақобатнинг 3 таърифини кўришимиз мумкин:

1. ишлаб чиқариш ва товарларни олди-сотдисининг энг мақбул шароитлари учун бозор хўжалиги иштирокчилари ўртасидаги кураш;
2. фойдали келишув учун максимал даражадаги самарани олишга бозор муносабатлари иштирокчилари ўртасидаги кураш;
3. нисбатан кўпроқ фойдага эга бўлиш мақсадида истеъмолчиларнинг афзалликлари учун фирмаларнинг бозордаги кураши.

Юқорида келтирилган таърифлар шуни таъкидлайдики, яъни бозордаги рақобатнинг мавжудлиги - бу истеъмолчи учун кураш, унинг эҳтиёжларининг тўлиқ қондирилиши учун кураш, бу эса, ўз ўрнида маҳсулотларни сотишдан, фойдани максималлаштириш мақсадида хизматларни кўрсатишдан келиб чиқади.

Бозор шароитларида рақобатли курашнинг соҳаси турличадир:

1. Моддий-техник соҳа - сифатли хомашё, янги технология, прогрессив ускуналар учун кураш;
2. Транспорт-географик - фирманинг хомашё манбаи якинида омадли жойлашиши, ривожланган меҳнат бозори ва транспорт боғламалари зонасида жойлашиши учун кураш;
3. Кадрлар соҳаси - малакали ва компетент мутахассисларни қўлга киритиш учун интилиш;
4. Мобил соҳа - бозорда янги товарни пайдо бўлиш тезлиги учун кураш;
5. Охирги соҳа - сотув бозори ва истеъмолчи учун кураш.

Бозор иқтисодиётида тўртта бозор типларига, рақобат қилувчи субъектларнинг ҳуқ-атвор моделларига мос келувчи рақобатнинг тўрт турини ажратиш мумкин: мукаммал (соф) ва монополистик (соф бўлмаган) рақобат, олигополия ва монополия.

Бозорнинг энг мақбул (идеал) варианты мукаммал (соф) рақобат ҳисобланади. Бу шундай ҳолатки, яъни бозорда шу даражада кўп харидор ва сотувчилар бир хил товарлар билан ҳаракат қиладиларки, уларнинг ҳеч бирлари товарларга бўлган нархни ёки сотув ҳажмини назорат қила олмайдилар.

Кўпгина олимларнинг фикрича, соф, мукаммал, эркин рақобат мавжуд эмас ва ҳеч қачон жаҳонда ҳам бўлмаган, уни фақатгина назарий таҳлил қилиш сифатида ўрганишади, аммо айрим иқтисодчилар соф рақобатнинг кўринишларини майда қишлоқ хўжалигини ишлаб чиқаришда (фермер ёки деҳқон хўжалиги), фонд биржасида ва чет эл валютаси бозорида кўрадилар. Айрим ҳолларда соф рақобатни атомар рақобат деб, шу ўринда

таъкидлаш жоизки, ўз ўрнида соф бўлмаган рақобатни эса, молекуляр деб ҳам атайдилар.

Соф бўлмаган (монополистик) рақобат - бу шундай бозорки, яъни унда бир-бирига яқин бўлган, аммо бир хил бўлмаган маҳсулотларни таклиф қиладиган кўп сонли сотувчилари мавжуд бўлади. Таклиф қилинаётган товарнинг дифференциацияси харидорда нарх-наво афзалликлари мавжуд бўлиши учун, уларнинг сифатига, ташқи кўринишига, дизайн ва бошқа функционал кўрсаткичларига эътибор берадилар.

Олигополия - бозор, бу ерда бир қанча йирик сотувчилар иштирок этадилар, уларнинг маҳсулотлари турли хил (масалан, автомобиль), шу билан бирга бир хил (пўлат, мис, никель) бўлиши ҳам мумкин. Классик (мумтоз) олигополия 3-5 ишлаб чиқарувчилар билан шаклланади.

Монополия (грекчадан, «монос» - битта, «полео» - сотаман) - қандайдир тур фаолият учун алоҳида ҳуқуқга эга бўлган бир шахс, фирма ёки давлат. Монополияга характерли хусусиятлардан бўлиб: ягона сотувчининг мавжудлиги - монополист, монополлаштирилган товар, бошқа рақобатчиларнинг бу бозорга чиқишлари учун унинг ёпиқлиги ҳисобланади.

Монополияни чеклаш учун давлат антимонопол қонунчилиқни киритади.

Рақобатбардошлиқни аниқлаб берувчи ҳамма омилларни 6 гуруҳга ажратиш мумкин:

1. Товар ва хизматлар сифати
2. Товар ва хизматлар нархи
3. Персонал малакасининг даражаси
4. Ишлаб чиқаришнинг технологик даражаси
5. Молиялаштириш манбаларининг арзонлиги
6. Бозорни тўлалиги, талаб ва таклиф

Бу омилларнинг барчасини таҳлил қилиб чиқамиз.

Товар ва хизматлар сифати. Сифат товарнинг асосий тавсифномаси бўлиб ҳисобланади. Товар фақатгина маълум бир сифатларга эга

бўлгандагина, бошқа товарлар орасида ўзига мос ўринни эгаллаши мумкин, яъни у товар рақобатбардош бўлиб ҳисобланади. Сифат тушунчасига чидамлилиқ, ишончилиқ, аниқлилиқ, фойдаланишнинг оддийлиги, шу билан бирга камчиликлари мавжуд бўлмаган каби тушунчалар киради. Лекин шундай товарлар борки, улар учун келтирилган сифатлар зарурий эмас, масалан бир марталик товарни чидамлилигини кузатиш жуда қийин. Шунинг учун шундай муҳим кўрсаткич, яъни сифатнинг стандартларга мувофиқлиги мавжуд. Бундан ташқари товар истеъмолчиларнинг қуйидаги эҳтиёжларини қондириши лозим:

1. жисмоний
2. техник
3. эксплуатацион
4. эстетик
5. харажатли (нарх-наво ва эксплуатация билан боғлиқ сарфлар) ва бошқалар.

Товар ва хизматларнинг нархи. Нарх - бу иқтисодий категория бўлиб, у товарнинг пул кўринишидаги қиймати ҳисобланади. Нархни харидор ва сотувчилар бир-бирлари билан музокаралар ўтказиш йўли орқали ўрнатишади. Сотувчилар одатда, олишга умид қилган нархларидан юқорироғини, харидорлар эса, ўз ўрнида тўлашни мўлжал қилган нархларидан пастроғини сўрайдилар. Охир натижада савдолашиб, ўзаро келишилган нархни белгилашади.

Товар нархини аниқлашда таъсир қилувчи омиллар:

1. Ишлаб чиқаришнинг умумий сарф-харажатлари;
2. Жамоа меҳнати харажатлари;
3. Товар сифати;
4. Товар вазифалари ва хусусиятлари;
5. Персоналнинг малакаси;
6. Ишлаб чиқаришнинг технологик даражаси;
7. Мамлакатнинг солиқ қонунчилиги;

8. Товарни транспортировкеси ва сақланиши билан боғлиқ харажатлар;
9. Товарни сотиш учун жойни ижараси билан боғлиқ харажатлар;
10. Товарни қадоқлаш;
11. Фирманинг таниқлилиги;
12. Сервис ва кафолатли хизмат кўрсатиш даражаси;
13. Фирманинг маркетинг фаолияти;
14. Мазкур товарга бўлган талаб ва таклиф;
15. Фирманинг савдо устамаси.

Персоналнинг малака даражаси. Малакали ходимларнинг мавжудлиги доимий равишда харажатли материалларга харажатларни минималлаштирган ҳолатда, маҳсулотнинг юқори сифатини ушлаб туришга имкон беради. Бир қатор кўп товарлар юқори малакали персоналсиз ишлаб чиқарилиши мумкин эмас. Бу ўринда шуни айтиб утиш жоизки, нафақат юқори малакали персонални мавжудлиги, балки юқори малакали менежмент ҳам мавжуд бўлиши зарурдир. Чунки, хаттоки, идеал ўқитилган ходимлар бўлган тақдирда ҳам, агар юқори тайёрланган технологиялар ва тажрибали маркетинглар бўлмаса, унда рақобатбардош маҳсулотларни яратиш мумкин бўлмай қолади.

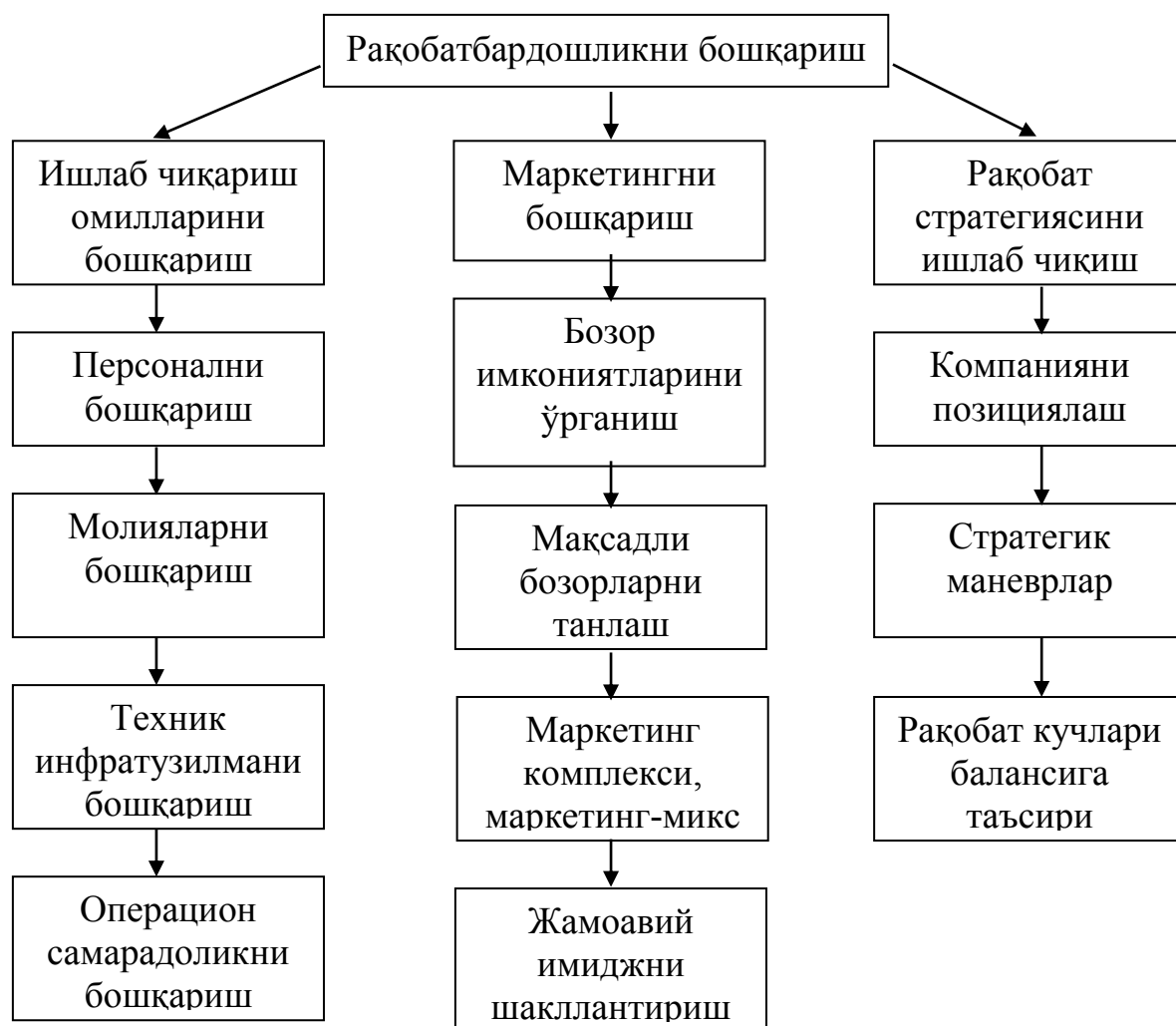
Ишлаб чиқаришнинг технологик даражаси. Технологик даража персонал малакаси даражаси билан бирга қисқа муддатда ва кам харажатлар билан юқори сифатли маҳсулотни ишлаб чиқаришга имкон беради. Бу билан бир қаторда сифатини ўзгартирмаган ҳолда, таннархни пасайтириш.

Молиялаштириш манбаларининг арзонлиги. Асосан молиялаштиришнинг икки тури ишлатилади - булар заём ва қийматли қоғозларни жойлаштириш.

Бозорни тўлалиги, талаб ва таклиф. Талаб ва таклифнинг нисбати, бу корхонанинг самарали ишлашининг калит масалаларидан бири бўлиб ҳисобланади ва у ёки бу бозорда шу корхонанинг маҳсулоти рақобатбардошлидир.

Рақобатбардошликни бошқариш умумий бошқариш назариясининг амалий қўлланилиши ҳисобланади ва ўз ичига персонални бошқаришни, ташкилотнинг барча хизматлари ишини операцион самарадорлигини ва рақобатчиларга таққослаган ҳолда, бозорда фирманинг энг яхши ўринга эришишини олади.

Рақобатбардошликни бошқариш 3 аспектдан, яъни: аниқ ташкил этиш, ишлаб чиқариш омилларининг барча турларини бошқариш, маркетинг фаолиятини ишлаб чиқиш ва бозорда қулай ҳолатга эришиш учун рақобат стратегиясини тўғри йўналганлиги ташкил топади. Буни қуйидаги 1.1-расмда кўришимиз мумкин.



1.1-расм. Рақобатбардошликни бошқариш.

Рақобатбардошликни бошқариш ишлаб чиқариш омилларидан самарали фойдаланишни таъминлаш, доимо компаниянинг хизматларига талабни рағбатлантириши лозим бўлган тўғри маркетинг фаолияти асосида кўрилади. Фирманинг стратегиясини тўғри тушуниш компаниянинг бозорда муваффақиятга эришишининг гарови ҳисобланади.

1.2. Рақобатни бошқарувчи кучлар ва рақобат афзалликларининг манбалари

Соҳадаги рақобат тўртта асосий кучлар, яъни омиллар билан аниқланади. Буларни қуйида кўриб чиқамиз:

1. Сотувчининг бозор ҳукмронлиги;
2. Истеъмолчининг бозор ҳукмронлиги;
3. Янги иштирокчилар кириб келиш хавфи;
4. Ўринни босувчи хизматларнинг пайдо бўлиш хавфи.

Рақобатбардошликни бошқаришнинг мақсади: компания ана шундай кучларни таъсиридан кўпроқ ҳимояга эга соҳада ўз позициясини, яъни ўрнини топиши ва эгаллаши ёки ўзини томонидан уларга таъсир ўтказа олиши.

Кўпроқ таъсирга эга рақобат кучлари соҳанинг фойдалилигини аниқлаб беради, шунга кўра, аниқ рақобат стратегиясини шакллантиришда муҳим аҳамиятга эга бўлади. Ҳаттоки, соҳада етакчи позицияни эгаллаб турган компаниялар ҳам, янги рақобатчиларни кириб келишидан, янада сифатли ёки нисбатан қиммат бўлмаган ўринни босувчи хизматларни пайдо бўлиши оқибатида фойдани пасайишига дуч келишларидан суғурталанмаганлар.

Турли хил ҳаракатдаги кучлар сўзсиз ҳар бир соҳада рақобатни шаклланишида муҳим роль ўйнайди, демак, интернет бозорида ҳам шундайдир. Ҳар қандай соҳа ўзининг уникал тузилмасига эга ёки рақобат кучларини ўсишига манба сифатида хизмат қиладиган иқтисодий ва техник

асосларни йиғишдир. Саноат муҳитида омадли ўз ўрнига эга бўлиш мақсадида стратегияни ишлаб чиқишда мазкур саноат муҳитини шакллантирувчи омиллар ҳақида тасаввурни ҳосил қилиш зарур.

Қанчалик бозорда янги рақобатчиларни пайдо бўлиш имкониятининг ҳавфи жиддий ҳисобланади, мавжуд рақобатчиларни кириши ва таъсир кўрсатиши учун тўсиқларнинг мавжудлигига боғлиқ бўлади. Кириш учун тўсиқларни яратувчи тўртта мезонлар мавжуддир:

1. Ишлаб чиқариш масштабларининг ўсиши билан исботланган тежамлилик;
2. Хизматларнинг дифференциацияси;
3. Капиталга бўлган эҳтиёж;
4. Нисбатан юқори бўлган харажатлар.

Ҳозирда соҳанинг калитли тузилмаси сифатида эгри тажриба концепцияси кенг муҳокама қилинмоқда. Мазкур концепцияга мувофиқ кўпгина ишлаб чиқарувчи соҳаларда маҳсулот бирлигига харажатлар, шу билан бирга хизматлар соҳасида ҳам «тажриба» билан ёки алоҳида компаниялада ишлаб чиқариш ҳажмининг кўпайиши билан пасаяди. Таннархни пасайиши рақобатчиларни кириб келиши учун тўсиқ яратади, чунки янги рақобатчиларнинг хизматларини ишлаб чиқариш харажатлари «тажриба»ни мавжуд эмаслигидан, айниқса, бозорнинг катта улушини эгалловчи ишлаб чиқарувчига қиёслаганда юқори туради. Шундай қилиб, янги иштирокчилар мавжуд рақобатчилар билан курашиш натижасида жиддий қийинчиликларга дуч келадилар. Эгри тажриба концепциясининг тарафдорлари бозордаги етакчилик (лидерлик) ҳолатини ҳимоя қилишга эришиш муҳимлигини таъкидлайдилар ва бу вазифаларни ҳал қилиш учун, шундай агрессив сиёсатни тавсия қиладилар, масалан нархларни пасайтириш, бу ўз ўрнида бозор улушининг ўсиши мақсадида харажатларни қисқартиришга асослангандир. Тажрибани оширишда харажатларни қисқартирилиши шу соҳада ишловчи кўпчилик компаниялар учун янгилик

эмас. Стратегия учун эгри тажриба, нархни пасайиши қайси факторлар ёрдамида амалга ошишига боғлиқ. Агар харажатларни камайиши компания ишлаб чиқаришининг ўсиши ишлаб чиқариш асбоб-ускуналари ва вертикал интеграция ҳисобидан келиб чиққан бўлса, бунда ишлаб чиқаришнинг ўсиш ҳажми ишлаб чиқарувчининг нисбий харажатларига нисбатан боғлиқ эмас. Бу борада энг кам нархни юқори ва эффектив воситаларга эга бўлган ишлаб чиқарувчи таклиф қилиши мумкин.

Потенциал рақобатчи «тажрибали» рақобатчидан самарали бўлиши мумкин. Агар у янги ускуналарни ўрнатса, унда бозорга кириб бориш жараёнида алоҳида бир тўсқинликларга учрамайди. Шундай қилиб, олдиндан катта капитал қуйилмаларсиз ҳам, янги ёки нисбатан тажрибали рақобатчилар ҳозир энг паст нархларда янги ускуна ва технологияларни кулга киритишлари мумкин.

Юқорида биз интернет соҳасида рақобат даражасига таъсир қилувчи кучлар, яъни омилларни кўриб чиқдик.

Соҳа ичида рақобатни кучайиши қуйидаги омилларга боғлиқ:

- Катта сонли рақобатчиларнинг мавжудлиги ва ҳажм ва кучлар борасида уларнинг нисбатан тенглиги;
- Бозор улуши учун курашни кучайтирувчи соҳанинг секин ўсиши, бу эса ўз ўрнида бозорга экспансив иштирокчиларни жалб қилади;
- Маҳсулот ёки сервис дифференциянинг етишмаслиги ёки харажатларни ўтказишни бошдан кечиради;
- Доимий харажатлар юқори;
- Хизматга бўлган талабга нисбатан катта ўсиш билан компания қуввати ҳажми;
- Чиқиш тўсиқлари етарли даражада юқори.

Ўзаро курашувчилар, яъни рақобатчилар стратегиялари ва индивидуалликлари билан ажралиб турадилар. Улар рақобатни қандай олиб

бориш ва доимий кураш жараёнида бир-бирларидан қандай ошиб кетиш бўйича турли фикрларга таянадилар.

Фақатгина компанияларнинг ўзлари рақобат афзалликларига эришишлари ва уларни сақлашлари мумкин. Кўп ҳолларда улар инновациянинг етакчи ролини сезиб туришлари керак.

Жаҳон молиявий - иқтисодий инқирози шароитида алоқа хизматлари рақобатбардошлигини ошириш соҳа олдида турган долзарб масалалардан бири ҳисобланади. Бу жараён негизини сифатли хизмат кўрсатишни таъминлаш, мавжуд имкониятлардан оқилона фойдаланиш, почта ходимларни моддий манфаатдорлигини ва меҳнат унумдорлигини ошириш, республика аҳолисини замонавий ахборот технологияларига асосланган почта хизматларини янги турларини тақдим этиш каби вазифаларни ташкил этади. Республикада хизмат кўрсатиш салоҳияти ва рақобатбардошлигини ошириш жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида ўта долзарб масалага айланмоқда.

Бозор иқтисодиётининг муҳим афзалликларидан бири унинг рақобатга асосланганлигидир. Рақобат бўлмаса иқтисодиёт ривожланмайди. Рақобат кишилиқ жамиятининг барча жабҳаларига хос. Рақобат қайси жабҳада олиб борилишидан қатъи назар унинг марказида инсон манфаатлари туради. Инсон табиатан ўзини, ўз манфаатларини ўйлайдиган қилиб яратилган. Ҳар бир инсон ўз имкониятларини намоён қилиш, фаровон ҳаёт кечириш, кишилар ўртасида обрў-эътибор қозониш (кабилар) учун ҳаракат қилади. Кишилиқ жамияти ҳаётининг асосини иқтисодий фаолият ташкил этар экан, демак жамият ҳаётида иқтисодий соҳалардаги рақобат асосий роль ўйнайди. Рақобат (конкуренция) лотинча - сапсиго деган сўздан олинган бўлиб, тўқнашув деган маънони билдиради. Ўзбек тилида рақобат ким ўзди, басма-басликка беллашув маъносини англатади. Басма-басликка ким билан беллашилади? Рақиб билан. Рақиблар бир-бирига қарама-қарши турувчилар бўлиб, бирор нарсани талашувчилар маъносини ифодалайди. Демак, рақиб сўзи билан конкуренциянинг маънолари яқин.

Иқтисодиётнинг барча иштирокчилари бир-бири билан рақобатлашади. Ижтимоий фаолият жараёнида манфаатлар тўқнашуви юз беради. Ана шу тўқнашувда кучлилар ютиб чиқади, заифлар мағлуб бўлади ёки ҳар икки томон мавжуд шарт-шароитларда келиб чиқиб ўзаро манфаатли битим тузади.

Рақобатни иқтисодий нуқтаи назардан қисқа қилиб таърифлайдиган бўлсак, қуйидагича ифодалаш мумкин. Рақобат иқтисодий фаолият иштирокчиларининг ўз манфаатларидан келиб чиқиб, юқори даромад олиш имкониятига, нуфузли мавқеига эга бўлиш учун бошқалар билан беллашуви, курашидир.

Бозор иқтисодиётида рақобат ким билан бўлишидан қатъи назар яхши ишлаганларнинг, ишнинг ўзини эмас, балки кўзини билганларнинг ютиб чиқишини билдиради. Рақобат иқтисодий ресурсларни тежамли ишлатиш, товар ва хизматларни кўплаб, сифатли ишлаб чиқаришга ундайди. У хўжалик юритишнинг энг самарали усуллари юзага келтиради, иқтисодий алоқаларнинг энг маъкулини топишга ундайди. Фан-техника ютуқларини ишлаб чиқариши жорий қилишни тезлаштиради. У фақат ишлаб чиқаришнинг ўзинигина ўсишга ундаб қолмай, иқтисодий муносабатларни ҳам такомиллаштиришга олиб келади. Рақобат иқтисодий ўсишни таъминлайди. У ўз навбатида рақобат доирасини кенгайтиради. Ана шу жиҳатдан қарасак, рақобат бозор иқтисодиётини ҳаракатлантирувчи куч ҳисобланади. Рақобат кураши жамият тарақиётининг натижаси. У миллий хўжалик доирасидан чиқиб, халқаро миқёсда юз беради. Рақобат, энг аввало бир тармоққа қарайдиган фирмалар ўргтасида юз беради. Ҳар бир фирманинг имконият даражаси, меҳнат унуми турлича бўлиши, улардаги ўртача харажатларнинг ҳар хил бўлишига олиб келади. Натижада бозордаги мувозанат нархига кўра айримлар харажатларини қоплаб фойда олишлари, айримлари аксинча зарар кўришлари мумкин.

Рақобатни иқтисодий нуқтаи назардан қисқа қилиб таърифлайдиган бўлсак, қуйидагича ифодалаш мумкин. Рақобат иқтисодий фаолият

иштирокчиларининг ўз манфаатларидан келиб чиқиб, юқори даромад олиш имкониятига, нуфузли мавқеига эга булиш учун бошқалар билан беллашуви, курашидир. Капитал доимо ҳаракатда бўлар экан, унинг эгалари ўз капиталларини мўмай даромад келтирадиган соҳаларга қўйишга ҳаракат қиладилар, Турли тармоқ фирмалари юқори фойда олиш учун рақобатлашар экан, ҳар бири ўзи ишлаб чиқараётган маҳсулот, хизмат кўрсатишдан ташқари бошқа рақиблари ишлаб чиқараётган маҳсулот ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатишга ҳам кўпроқ фойда олиб келадиган бўлса, капитал қўядилар. Капитални фойда кам тармоқдан кўп тармоққа кўчириш ишлаб чиқаришнинг таркибини ўзгаришига олиб келади. Яъни диверсификациялаш амалга оширилади. Рақобатни ҳамма турларида кураш кескин боради. Айниқса, жаҳон бозоридаги рақобат жуда шиддатли юз беради.

Бу барча шароитлар у ёки бу ҳолатда Ўзбекистоннинг интернет соҳасига тегишлидир, чунки, у нисбатан ёш ва тез ривожланувчи соҳага мансубдир.

Алоқа соҳани ривожлантириш ҳамда самарадорликни оширишдан асосий мақсад фан-техника ютуқларини қўллаш орқали турли кўринишдаги ахборотларни узатиш бўйича истеъмолчилар эҳтиёжларини тўла ва юқори сифатда қондириш ҳамда соҳа хусусиятларига мос ижтимоий-иқтисодий аҳамиятга эга бўлган турли хизматларни ўз вақтида кўрсатишдан иборатдир.

Тадқиқотлар шуни кўрсатмоқдаки, бугунги кунда алоқа объектларининг самарали фаолият кўрсатишини таъминловчи асосий вазифалар: соҳада маркетинг ва инновацион фаолиятни ривожлантириш, янги ахборот коммуникация технологиялари асосида хизмат кўрсатиш, хизматлар диверсификациясини кучайтириш ҳамда қўшимча хизмат турларини жорий этиш, рақобат муҳитини шакллантириш ҳамда соҳада тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш учун имкониятлар яратиш ҳисобланади.

1.3. Рақобат ва рақобатбардошликни ифодаловчи кўрсаткичларни аниқлаш ва таҳлил қилишнинг назарий ва методологик муаммолари

Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида рақобатбардошликни таъминлаш муҳим аҳамиятга эга. Иқтисодиётни эркинлаштириш ислохотларнинг биринчи босқичида мулкни давлат тасарруфидан чиқариб кўп мулкчиликка асосланган иқтисодиётни шакллантириш бўлса, ундан кейинги босқичларида давлатнинг хусусий тадбиркорлар фаолиятига аралашмаслик масаласи долзарб бўлди. Бугунги кунда Президентимиз таъкидлаганларидек: “Содда қилиб айтадиган бўлсак, эркинлаштириш дегани - бу қўл оёғимизни кишан каби боғлаб турган ҳар қандай тўсиқлардан бутунлай ҳалос бўлиш дегани”¹. Агар ҳар қандай тўсиқлардан бутунлай ҳалос бўлсак, биз эркин рақобат асосида ривожланадиган иқтисодиётни шакллантирган бўламиз. Бу эса ўз навбатида, рақобат ва рақобатбардошликнинг назарий ва методологик муаммоларини тадқиқ қилишни тақозо қилади.

Аслида рақобат сўзи лотинча – “concurrentia” сўзидан келиб чиққан бўлиб тўқнашмоқни англатади. Аммо рақобатнинг таърифи ҳақида олимларимиз ҳамон бир фикрга кела олган эмас. Бу борада айрим олимларнинг қарашларига тўхталишни мақсадга мувофиқ деб топдик. Жумладан, А.Н.Азрилиян раҳбарлигидаги муаллифлар жамоаси рақобатга қўйидагича таъриф беради: “Товар ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги капитал, ҳом ашё ва бозорни таъминлаш учун қулай соҳани эгаллашга қаратилган мусобақа”². А.М.Румянцев раҳбарлигидаги муаллифлар жамоаси эса “Товар ишлаб чиқаришга хос, хусусий мулкчиликка асосланган бўлиб, хусусий товар ишлаб чиқарувчилар ўртасида товарни ишлаб чиқариш ва сотишда қулай шароит учун муросасиз кураш жараёни.”³ – деб таъкидлайдилар.

¹ Каримов И.А. Янги ҳаётни эскича қараш ва ёндашувлар билан куриб бўлмайди./// Халқ сўзи. 2005 й. 17 – февраль. – 2 бет

² Большой экономический словарь. М.: Институт новой экономики. 1999. – 375 бет.

³ Экономическая энциклопедия. Политическая экономия. М.: СЭ. 1975. – 214-215 бетлар

Айрим олимлар эса, рақобатни бозордаги кураш тарзида идрок қилади. Хусусан, А.Г.Грязнова раҳбарлигидаги муаллифлар жамоаси рақобатни “Истеъмолчиларнинг чегараланган талабини қондириш учун турли фирмалар ўртасида ўзларига мақбул бўлган бозордаги кураши”⁴ – деб кўрсатадилар. Шунга яқин фикрларни яна бир гуруҳ олимлар ҳам таъкидлашадилар. В.И.Видяпин ва Г.П.Журавлёвалар раҳбарлигидаги муаллифлар жамоаси рақобатни “Бозор муносабатлари иштирокчиларининг товарни ишлаб чиқариш ва сотишда қулай шароитга эга бўлиши учун кураш жараёни”⁵ – сифатида қарайдилар. Бироқ, айрим олимлар ушбу масалага бошқачароқ ёндашадилар. Масалан, Н.Грегори Монкью “Бозор рақобати – кўп сотувчи ва кўп харидорга эга бўлган бозор бўлиб, уларнинг ҳар бирининг бозор баҳосига маълум миқдорда таъсир этишидир”⁶ – деб уқтиради. Булардан кўриниб турибдики, хали олимларимиз олдида рақобат тушунчасига назарий ва амалий жихатдан асосланган таърифини ишлаб чиқиш муаммоси долзарб бўлиб турибди.

Рақобатнинг таърифини ишлаб чиқишда қанча муаммо бўлганлиги сингари, унинг шакллари хусусида ҳам анча ечимини кутаётган муаммолар мавжуд. Мамлакатимизда чоп этилаётган иқтисодиётга оид кўпгина адабиётларда рақобатнинг 3 та тури: такомиллашган, олигополлашган ва монополлашган рақобатларни келтирадилар. Бизнинг тадқиқотлар кўрсатдики ҳозирги пайтда жаҳон амалиётида ва мамлакатимизда рақобатнинг қўйидаги шакллари мавжуд: такомиллашган рақобат, олигополлашган рақобат, монополлашган рақобат, такомиллашмаган рақобат, ҳалол рақобат, ғирром рақобат, хорижий рақобат, жаҳон бозори рақобати, очиқ рақобат, хаёлий рақобат, баҳоли рақобат, баҳосиз рақобат, бозор рақобати, маркетинг рақобати, шафқатсиз рақобат. Ушбу рақобатлар тушунчалари қўйидаги жадвалда келтирилган (1.1-жадвал).

⁴ Микроэкономика. Теория и Россий-ская практика. М.: ИТД КноРус., 1999. – 248 бет.

⁵ Общая экономическая теория. Учебник. М.: Промо-Медиа., 1995. – 117 бет.

⁶ Принципы экономикс. Санкт-Петербург. Питер., 1999. – 88 бет.

1.1-жадвал

**Эркин иқтисодиёт шароитида рақобатнинг шакллари ва
уларнинг мазмуни**

Рақобатнинг шакллари	Рақобатнинг мазмуни
Такомиллашган рақобат	Эркин бозорда жуда кўп субъектларнинг бир хил маҳсулотлар билан бир хил мавқеига эга бўлган ҳолда иштирок этиши
Олигополлашган рақобат	Маълум даражада чегараланган бўлиб бозордаги товарни ишлаб чиқариш ва сотишда озчиликни ташкил қиладиган бир қанча йирик корхоналарнинг иштироки
Монополлашган рақобат	Бозорда битта йирик корхонанинг бир хил товар бўйича юз фоиз ишлаб чиқариб сотишда ўз назорати ва ҳукмронлигини ўтказиши
Такомиллашмаган рақобат	Бозорда чегараланган сотувчи, чегараланган харидор ва чегараланган ахборот билан иштирок этиш
Ҳалол рақобат	Жуда куп майда сотувчи ва харидорларнинг бозорда тегишли тўлиқ ахборотларга эга бўлсада бозорнинг талабини, товар ҳажми ва нархини назорат қилиш имкони бўлмаган ҳолда иштирок этиши
Ғирром рақобат	Субъектларнинг бозорда ўрнатилган рақобатга оид тартиб ва қоидаларига амал қилмасдан, ўз манфаатини устун қўйган ҳолда, ғирромлик йўлини тутиб иштирок этиши
Хорижий рақобат	Мазкур мамлакат субъектларининг хориждан импорт қилинган товарлари таъсирида бўлиши
Жаҳон бозори рақобати	Маҳсулот (иш, хизмат) ларни ишлаб чиқариш ва сотишнинг энг қулай ва фойдали вариантларини ахтариш борасида бир қанча мамлакатлар ишлаб чиқарувчилари ва товар жўнатувчиларининг бир-бирига ўзвий боғлиқ ва таъсир этувчи иқтисодий жараёнларда иштирок этиши
Очиқ рақобат	Бир хил маҳсулот (иш, хизмат) ишлаб чиқарувчи субъектлар ўртасида уларнинг баҳоси тўғрисида ахборотларнинг очиқ бўлишини таъминлаган ҳола фаолият кўрсатиши
Хаёлий рақобат	Харидорларнинг рақобатчилар ўртасидаги энг паст баҳоли товари (иш, хизмат)ни хаёлан харид қилишга йўналтирилган ҳаракати
Баҳоли рақобат	Рақобатчиларнинг бир хил сифатдаги товар (иш, хизмат) ларига нисбатан кам баҳода сотиш эвазига харидорларни жалб қилиш жараёни
Баҳосиз рақобат	Баҳони инобатга олмасдан маҳсулот (иш, хизмат) нинг сифатини ошириш, илғор технологияларни жорий қилиш

	эвазига харидорларни жалб қилиш жараёни
Бозор рақобати	Ҳар бир субъектнинг бозорда ўз мавқеини сақлаб қолиш учун ишлаб чиқариш ва сотиш соҳасида қиладиган ҳаракатлар жараёни
Маркетинг рақобати	Харидорларнинг талабидан келиб чиқиб, товар (иш, хизмат) лар баҳосини ўзгартириш, баҳосини ўзгартирмаган ҳолда, уларнинг сифатини яхшилашга қаратилган рақобат
Шафқатсиз рақобат	Рақобатчиларнинг бозорда шафқатсизларча ҳаракатига асосланган бўлиб, товарни (иш, хизматни) таннархидан паст баҳода сотиш, бошқа рақобатчиларни ғайри қонуний йўллар билан синдиришга ҳаракат қилиш, савдода махфий келишувлар орқали бошқалар фаолиятига салбий таъсир кўрсатиш, ёлғон ахборотлар тарқатиш кабиларда намоён бўлади

Рақобатнинг турли бўлиши, унинг кўплиги ёки камлиги ҳали масалани батафсил ҳал қилди дегани эмас. Рақобат ўзининг мазмун моҳиятига кўра, яшаш учун кураш жараёнидир. Аммо бу ҳақиқатни ҳамма ҳам тўғри тушуниб етмадилар. Давлат мулки асосан хусусийлаштирилди ва бу жараён давом этмоқда. Бироқ, жуда кўп тадбиркорлар хусусийлаштиришни фақат мулкка эгалик қилиш, энди ўз манфаатим учун ишлайман, ўзим бойисам бўлди қабилида тушундилар. Шу туфайли жуда кўп бино ва иншоотлар хусусийлаштирилгандан кейин бузилиб, сотиб юборилди. Хусусийлаштириш деганда гап, Президентимиз таъкидлаганларидек – “...ўзига теккан мулкни шамолга совурмасдан ёки шахсий бойлик орттириш манбаига айлантириб юбормасдан, балки ана шу мулкни кўпайтира биладиган, техника билан қайта жихозлайдиган ва замон талабларига мувофиқ такомиллаштира оладиган, унинг негизида рақобатга бардошли маҳсулот чиқаришни йўлга қўя оладиган мулкдор ҳақида бораётир. Шунингдек иш билан банд бўлмаган аҳолини иш ўринлари билан таъминлайдиган, ўзига ҳам, ишловчиларга ҳам, давлатга ҳам даромад келтирадиган ишлаб чиқаришни ташкил қила оладиган мулкдор ҳақида бораётир⁷”. Бу ҳолатлар рақобатнинг жуда катта ижобий

⁷ Каримов И.А. Ўзбекистоннинг иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида. Т.: Ўзбекистон – 1995. – 181 б.

жиҳатларидан далолат бериб турибди. Шу билан бирга у маълум салбий ҳолатларга ҳам олиб келиши мумкин.

1.2-жадвал

Рақобатнинг ижобий ва салбий томонлари

Рақобатнинг ижобий томонлари (РИТ)		Энг аввало, истеъмолчи учун: товар (иш, хизмат) ларнинг сифати ошади, баҳоси пасаяди
		Жамият учун: ижтимоий ишлаб чиқариш самарадорлиги ошади, истеъмол бозори товарга (иш, хизматга) тўйиниб боради. Мамлакат иқтисодий салоҳиятидан мақсадга мувофиқ фойдаланиш учун одилона тақсимотга эришилади
		Давлат учун: барқарор ва самарали иқтисодиёт давлат бюджетини ҳам барқарор равишда солиқ ва бошқа тушумлар орқали тўлириб боради
		Корхона учун: рақобатбардошликни таъминлаш учун кўрилган чора-табирлар звазига ишнинг самарадорлиги ошади
Рақобатнинг салбий томонлари (РСТ)		Истеъмолчига: кўп корхоналар синиб кетса товар (иш, хизмат)лар баҳоси ошади
		Аҳолига: корхоналарнинг синиши ишсизлар сонини кўпайтиради
		Корхоналарга: ишлаб чиқарилган товарининг баҳосини пасайтиришга мажбур бўлади, сотишдан келадиган тушум унинг харажатларини қопламасдан қолади
		Давлатга: солиқ тушумлари камаяди
		Жамиятга: маълум муддатда бозорда товар массаси камаяди

Рақобатнинг ижобий жиҳати, энг аввало, истеъмолчи учун, сўнгра жамият, давлат ва корхона учун ҳам мавжуд. Бироқ, унинг салбий жиҳати ҳам бевосита истеъмолчига, аҳолига, корхона, давлат ва жамиятга дахилдордир. Буларнинг батафсил тафсилоти юқоридаги жадвалда келтирилган (1.2-жадвал).

РИТ > РСТ => Бу ҳолат, умуман олганда жамият учун катта манфаат (наф) келтиради

РИТ га ҳамма интилади, РСТ га эса ҳамма мажбур бўлади

Бозор муносабатлари шароитида ҳар бир корхонанинг рақобатбардошлигини таъминлаш муҳим аҳамиятга эга. Бунга эришиш учун уни таҳлил қилиш йўллари яхши билишни, унинг ҳар бир жиҳатини яхшилаш учун эса, тегишли бошқарув қарорларини қабул қилишни тақозо қилади. Бу эса ўз навбатида, рақобатбардошликни ифодаловчи кўрсаткичларни ишлаб чиқишни тақозо қилади. Аммо ушбу масала иқтисоий адабиётларда ҳамон ўз ечимини топган эмас. Бу муаммонинг ҳал қилиниши бўйича турли қарашлар мавжуд. Биз ушбу масала бўйича турли олимларнинг фикрига тўхталмасан ўз қарашларимизни баён қилмоқчимиз. Бизнинг фикримизча, корхона рақобатбардошлигини ифодалаш учун қуйидаги кўрсаткичлар тизимидан фойдаланишни мақсадга мувофиқ деб ўйлаймиз:

1. Корхона маҳсулотининг бозордаги бир хил маҳсулотлардаги улуши (Кмбу)
2. Бозордаги энг кучли рақобатчи корхона маҳсулотининг улушига (ЭКму) нисбатан шу корхона маҳсулоти улуши (Кму)
3. Рақобатдаги маҳсулотни сотиш ҳажмининг ўсиш суръати (Рмўс)
4. Корхона маҳсулоти баҳосининг бозордаги шундай маҳсулот баҳосига нисбатан коэффициентдаги миқдори (Кбах)
5. Корхона маҳсулотининг сертификатланганлик даражаси (Ксер)
6. Корхонада маҳсулотини реклама қилишдан олинган фойданинг реклама харажатларига нисбати (Крек)
7. Корхонанинг рақобатбардош товарларининг рентабеллик даражаси (Ррб)
8. Корхонада умумий рентабеллик даражаси (Р)
9. Корхона балансининг жорий ликвидлик даражаси (Лж)
10. Корхона маҳсулоти рақобатбардошлигини ифодаловчи умумлашган кўрсаткич (Мрук).

Таҳлил жараёнида ушбу кўрсаткичларнинг фарқи, ўтган йилларга нисбатан ўзгариши, динамикаси каби мутлақ ва нисбий миқдорлари аниқланади, ҳар бирининг ўзгаришига таъсир этувчи омиллар ҳисобланади.

Корхонанинг рақобатбардошлигига бир қанча омиллар таъсир қилади. Уларга қўйидагиларни киритиш мумкин:

1. Корхонанинг рақобатда иштирок этаётган маҳсулотининг яроқлилиқ ва кафолат муддати давомида кўрсатиладиган хизматлар даражаси.
2. Маҳсулотни турли воситалар билан реклама қилиш даражаси ва унинг самарадорлиги.
3. Корхонанинг сервис хизматини ташкил қилиш даражаси ва унинг самарадорлиги.
4. Корхонанинг фирма ва товар белгиларининг нуфўзи.
5. Корхона товарининг қадоқланган, ўралган қисмининг улуши ва уларнинг ўралмасдан сотиладиган товарларга нисбатан самарадорлиги.
6. Корхона маҳсулоти баҳосининг бозордаги талаб ва таклифга қараб ўйнатаиб (ўзгартириб) турилиши.
7. Харидорни кўп харид қилишга қизиқтириш воситаларини ишга солиш санъати.
8. Маҳаллий, ҳудудий, мамлакат ва халқаро бозорда маркетинг хизматининг йўлга қўйилганлиги.
9. Умумий маҳсулот ҳажмида хорижга экспорт қилинадиган маҳсулотлар улушининг ортиб бориши (бу бозорнинг кенглигидан далолат беради) ва ҳ.к.

Таҳлил жараёнида уларнинг ҳар бирининг таъсири ҳисобланади ва тегишли бошқарув қарорларини қабул қиладилар. Шунини алоҳида таъкидлаш жоизки, рақобатбардошлиқ ҳақида ҳали тадқиқотлар етарли даражада олиб борилган эмас. Шу боисдан бизнинг тавсияларимиз олимлар ва мутахассислар учун мунозара манбаи бўлиши мумкин.

2. ЎЗБЕКИСТОНДА ИНТЕРНЕТ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА РАҚОБАТ ТАҲЛИЛИ

2.1. Интернет хизматлари бозорида иқтисодий ислоҳатларни чуқурлаштиришнинг асосий йўналишлари таҳлили

АКТ соҳаси халқ хўжалиги соҳаларидан бири ҳисобланади. Ушбу соҳанинг асосий вазифаси аҳоли ва халқ хўжалигининг алоқа хизматлари ва воситаларига бўлган талабини қондиришдан иборатдир. Бошқача қилиб айтганда, халқ хўжалигидаги алоқа бу - шахс ва жамиятнинг турли кўринишдаги ахборотларни алмашишга бўлган эҳтиёжларни қондиришга қаратилган. АКТ соҳасининг ишлаб чиқаришдан фарқи шундаки, соҳадаги меҳнат предмети ашёвий бўлмайди. Умумжамиyat ишлаб чиқаришининг самарали ишлаши учун катта аҳамият касб этадиган барча соҳалар соҳавий ишлаб чиқариш инфратузилмаси деб аталади. Бу соҳаларга АКТ соҳаси билан бирга транспорт, йўл қуриш, моддий-техник таъминот каби соҳалар киради. Алоқа воситаларининг ривожланиши мамлакатнинг миллий даромадини оширишга ва бутун халқ хўжалигини самарали ишлашига туртки бўлади.

Шу билан бирга, АКТ аҳоли ва ишлаб чиқариш соҳасидаги барча ахборотларни узатишга бўлган эҳтиёжларни қондиришга қаратилган.

АКТ соҳасининг асосий хусусиятлари қуйидагилардан иборат:

1. АКТ маҳсулотининг ноашёвий хусусияти. АКТ соҳаси ахборот ўтказиш билан шуғулланади. Ахборот эса ноашёвий хусусиятга эга. Ноашёвий деганда, маҳсулот мавжуд, лекин уни кўз билан кўриб, қўл билан ушлаб бўлмайди.
2. АКТ хизматларини ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш жараёни узлуксиздир. АКТ корхоналарида ишлаб чиқариш жараёнида бузилишларнинг асосий кўрсаткичларидан бири бу ҳаракатдаги алоқанинг турли сабабларга кўра тўхташидир (чизиклардаги узилишлар, станцион қурилма ишидаги бузилишлар, электр таъминотининг ишдан чиқиши ва

б.қ.). Бу холда ишлаб чиқариш жараёни тўхтайди, яъни истеъмолчи маҳсулотни истеъмол қила олмайди. Юқорида келтирилганлар назоратни бошқаришга ва алоқа корхонасининг иш сифатини яхшилашни рағбатлантиришга катта аҳамият бериш лозимлигини кўрсатади.

3. АКТ соҳасининг ягона тармоғининг мавжудлиги. Шаҳарлараро маълумот узатиш бўйича (телефон сўзлашуви, хат, телеграмма ва б.қ.) ишлаб чиқариш жараёнида турли шаҳар ва туманларда жойлашган бир нечта алоқа корхоналари қатнашади. Шунинг учун алоқа соҳасида ягона техник сиёсат юритиш ва алоқани барча кўринишлари бўйича ягона эксплуатацион қоидаларни киритиш жуда зарурдир. Ишлаб чиқариш жараёнида бир нечта алоқа корхоналарининг қатнашиши сабабли пулли хизматлардан тушган даромадлар ушбу корхоналар орасида қайта тақсимланади.

4. АКТ хизматларига бўлган талаб юкламасининг нотекис тақсимланганлиги алоқа соҳасининг тўртинчи хусусияти ҳисобланади. АКТ хизматларига маълум бир вақт мобайнида (соат, кеча, кун, ҳафта, ой, йил) тушаётган юклама нотекис тақсимланган бўлади. Бу хусусият аҳолининг турмуш тарзи ва халқ ҳўжалигининг ишлаш жараёни билан узвий боғлиқдир.

Алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари сифати деганда истеъмол хусусиятига эга бўлган ва истеъмолчилар эҳтиёжини қондирувчи фаолият натижаси тушунилади. Алоқа ва ахборотлаштириш хизматларининг сифати истеъмол хусусиятларига боғлиқ бўлади. Истеъмол хусусиятлари хизматни истеъмол қилиш мобайнида фойдали самарани яратади.

Алоқа ва ахборотлаштириш хизмати сифати товар сифатидан фарқланади. Бу фарқ шундан иборатки, истеъмолчи сифатсиз хизматни истеъмол қилишни рад эта олмайди. Алоқа хизмати ишлаб чиқариш жараёнида истеъмол қилинади. Бузилган матн билан узатилган маълумот ёки жуда секин юборилган ахборот нафақат ўз қийматини йўқотади, балки истеъмолчига ҳам зарар келтиради. Шундай қилиб, алоқа хизматлари

сифатлари бевосита корхона даромад олишига ва унинг бозордаги ҳолатининг ўзгаришига сабаб бўлади.

Юқорида биз умумий АКТ хизматлари ҳақида қисқача маълумотга эга бўлдик, энди унинг асосий соҳаси бўлгани интернет хизматлари бозори ва улар ўртасидаги рақобат муҳити қай даражада ташкил этилганлигини ўрганиб чиқамиз. Энг аввало Интернет ўзи нима? Унинг вазифалари ҳақида қисқача тўхталиб ўтамиз.

Интернет - бу ягона стандарт асосида фаолият кўрсатувчи жаҳон глобал компьютер тармоғидир. Унинг номи «тармоқлараро» деган маънони англатади. У маҳаллий (локал) компьютер тармоқларни бирлаштирувчи ахборотлашган тизим бўлиб, ўзининг алоҳида ахборот майдонига эга бўлган виртуал тўпладан ташкил топади.

Интернет, унга уланган тармоққа кирувчи барча компьютерларнинг ўзаро маълумотлар алмашиш имкониятини яратиб беради. Ўзининг компютери орқали интернетнинг ҳар бир миқдори бошқа шаҳар ёки мамлакатга ахборот узатиши мумкин. Масалан, Вашингтондаги Конгресс кутубхонаси каталогини кўриб чиқиши, Нью-Йоркдаги Метрополитен музейининг охириги кўргазмасига қўйилган суратлар билан танишиши, халқаро анжуманларда иштирок этиши, банк муаммоларини амалга ошириши ва ҳатто бошқа мамлакатларда истиқомат қилувчи тармоқ миқдორлари билан компьютер ўйинларини ўйнаши мумкин.

Интернет XX асрнинг энг буюк кашфиётларидан бири ҳисобланади. Ушбу кашфиёт туфайли бутун жаҳон бўйлаб ёйилиб кетган юз миллионлаб компьютерларни ягона ахборотлашган муҳитга бириктириш имконияти туғилди.

Фойдаланувчи нуқтаи назаридан таҳлил қиладиган бўлсак, интернет биринчи навбатда тармоқ миқдორларига ўзаро маълумотлар алмашиш, виртуал мулоқот қилиш имконини яратиб берувчи "ахборотлашган магистрал" вазифасини ўтайди, иккинчидан эса унда мавжуд бўлган маълумотлар базаси мажмуаси дунё билимлар омборини ташкил этади. Бундан

ташқари интернет бугунги кунда дунё бозорини ўрганишда, маркетинг ишларини ташкил этишда замонавий бизнеснинг энг муҳим воситаларидан бирига айланиб бормоқда.

Интернет алоҳида компьютерлар ўртасида алоқа ўрнатибгина қолмай, балки компьютерлар гуруҳини ўзаро бирлаштириш имконини ҳам беради. Агар бирон-бир маҳаллий тармоқ бевосита интернетга уланган бўлса, у ҳолда мазкур тармоқнинг ҳар бир ишчи станцияси интернетга уланиши мумкин. Шунингдек, интернетга мустақил равишда уланган компьютерлар ҳам мавжуд. Уларни хост-компьютерлар (host-раҳбар) деб аташади. Тармоққа уланган ҳар бир компьютер такрорланмайдиган рақамли ўз адресига эга ва унинг ёрдамида жаҳоннинг исталган нуқтасидаги исталган мижоз уни топа олиши мумкин.

Интранет - бу интернет технологияси, дастурий таъминоти ва протоколлари асосида ташкил этилган, ҳамда маълумотлар базаси ҳамда электрон маълумотлар билан жамоа равишда ишлаш имконини берувчи корхона ёки концерн миқёсидаги ягона ахборотлашган муҳитни ташкил этувчи компьютер тармоғидир.

Интранет бошқа компьютер тармоқларидан қуйидаги билан фарқланади. Бир ёки бир неча серверлардан ташкил этилган тармоқ мижози ундаги электрон маълумот, маълумотлар базаси ва файллардан фойдаланиш учун, уларнинг қайси серверда, қайси директорияда қандай ном билан сақланганлигини, уларга кириш усул ҳамда шартларини билиши зарур бўлади.

Сервер - бу бошқа компьютер ва дастурларга хизмат кўрсатадиган компьютер воситаси ёки дастурдир. Яъни бошқа компьютерларга ўзининг файлларидан фойдаланишга рухсат берувчи компьютер сервер ҳисобланади. Битта компьютерда бир неча сервер ишлаши мумкин.

Интернетда эса бундай ноқулайликларни олди олинган бўлиб, унинг фойдаланувчиси бундай маълумотларни билиши шарт эмас. Бундан ташқари интернет тармоғида мавжуд бўлган барча электрон маълумот ва маълумотлар

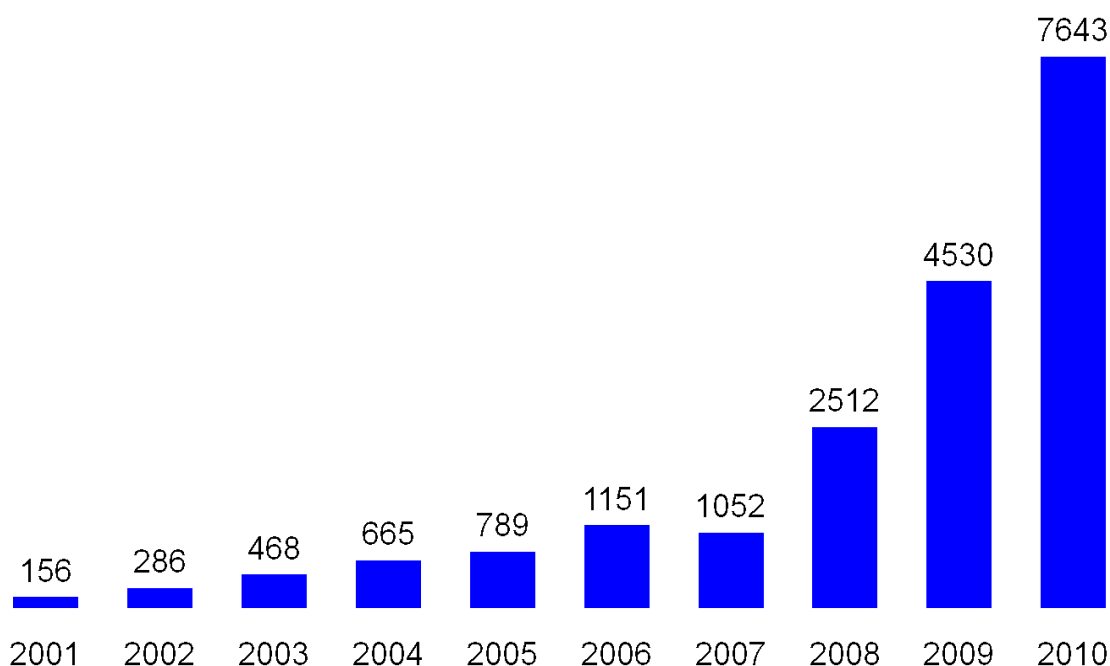
базасини гипербоғланишлар ёрдамида ўзаро боғлаб ягона ахборотлашган муҳит куриш, унда қулай ахборотлашган қидирув тизимларини ташкил этиш мумкин бўлади

Интернетнинг асосий тушунчалари:

- **Интернет** – International network - халқаро тармоқ маъносини англатади
- **Веб сайт** – бирор бир соҳага, фаолиятга, воқеа ва ходисага бағишланган маълумотларни ўзида жамлаган Интернет саҳифалар мажмуи.
- **Интернет провайдер** – Интернет тармоғи хизматларидан фойдаланишни таъминлаб берувчи юридик шахс.
- **Электрон почта** – Интернет тармоғи орқали тезкор маълумотлар ва хабарлар алмашиш тизими.
- **Чат** – Интернет тармоғи орқали тезкор мулоқотни ёзишув асосида ташкил қилиш хизмати
- **Форум** – Интернет тармоғи орқали турли тоифадаги масалаларни ўзаро муҳокама қилиш тизими
- **Интернет конференция** – Интернет тармоғи хизматлари орқали турли анжуманларни ташкил этиш
- **Трафик** - бу Интернет алоқа каналлари орқали узатилган маълумотлар оқими ҳажми.
- **Интернет манзил (URL)** – Интернет тармоғида жойлаштирилган ахборот ресурсларининг мурожаат манзиллари.

Умумий интернет ҳақида қисқача маълумотга эга бўлдик. Интернет хизматлари бозоридаги асосий ўзгаришларни алоҳида тартибда кўриб чиқамиз, магистерлик диссертацияси ишининг 2.1-расмида Интернет тармоғига уланган Давлат бошқарув органлари сони ҳажми келтирилган. Интернет хизматлари бозорида 2010 йилда интернет тармоғига уланган Давлат бошқарув органлари сони 7643 тани ташкил этди. Ушбу кўрсаткич 2009 йилга нисбатан қарийб 1,7 баробар ўсди. Бу жараён Давлат бошқарув

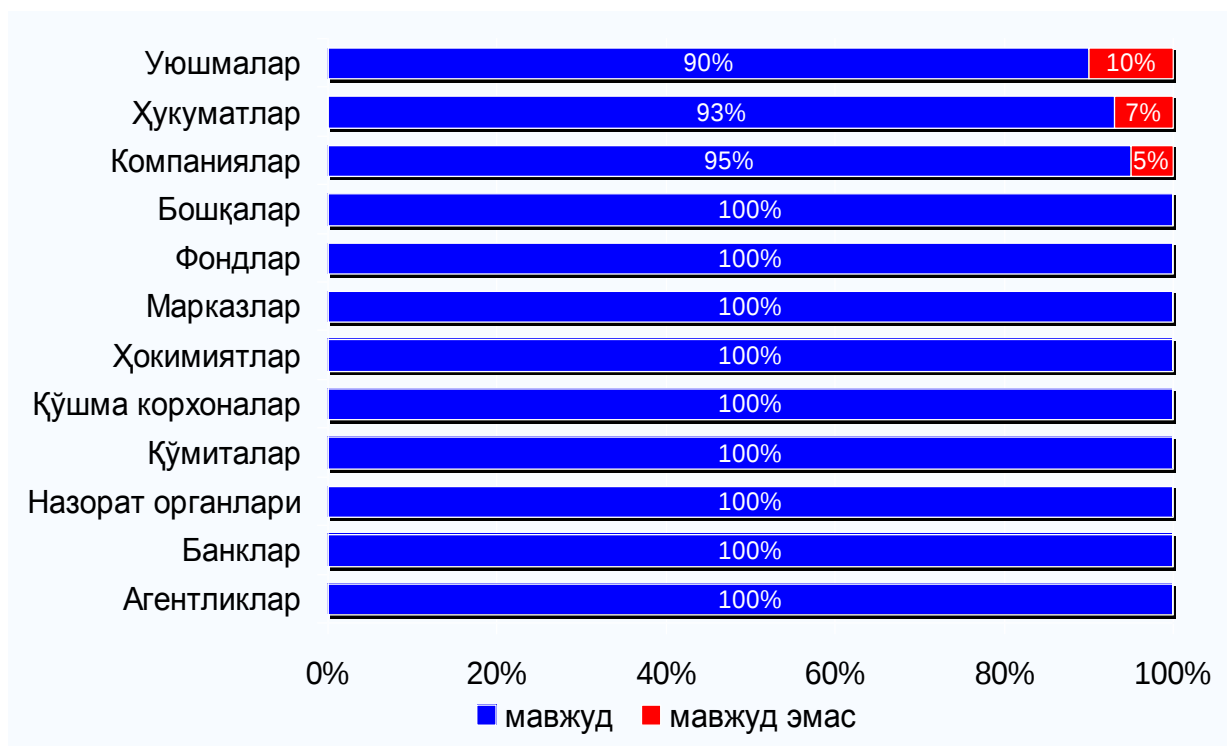
органлари ишининг самарадорлигини янада ошишига ва иш тезлигининг ўсишига ёрдам берди. Шу жумладан улар ўртасида тезкор ахборот алмашиш муҳитининг ташкил этилишига туртки бўлди. Бу расмдан охириги 3 йилда интернет тармоғига уланган Давлат бошқаруви органлари сони кескин кўпайганлигини кўришимиз мумкин. Бу эса ўз навбатида интернет хизматлари яхши олиб борилаётганлигини кўрсатади.



2.1-расм. Интернет тармоғига уланган Давлат бошқарув органлари сони (дона).

Юқоридаги расмда келтирилган интернет тармоғига уланган Давлат бошқарув органлари сони ўсиши йиллар мобайнида сезиларли даражада ўзгарган. Бу ўзгариш бевосита Давлат корхоналарининг интернет хизматларидан кенг фойдаланаётганлигидан далолат беради. Қуйида келтирилган 2.2-расмда биз Давлат органлари веб-сайтларининг мавжудлиги қай даражада эканлигини кўриб чиқамиз. Ушбу расмда келтирилган Давлат органлари веб-сайтларининг мавжудлиги 2010 йилга келиб айрим соҳаларни ҳисобга олмаганда тўлиқ ташкил этилди. Фақатгина, Давлат уюшмаларининг 10% да, ҳукуматларининг 7% да, компанияларининг эса 5% да веб-сайтлар мавжуд эмаслиги кузатилмоқда ва бу муаммоларни ҳал қилиш мақсадида бир

қатор ишлар амалга оширилмоқда. Давлат органлари ва корхоналарининг интернет тармоғига уланганлик даражаси қанчалик юқори бўлса, уларнинг иш унумдорлиги ҳам шунчалик самарали бўлади.



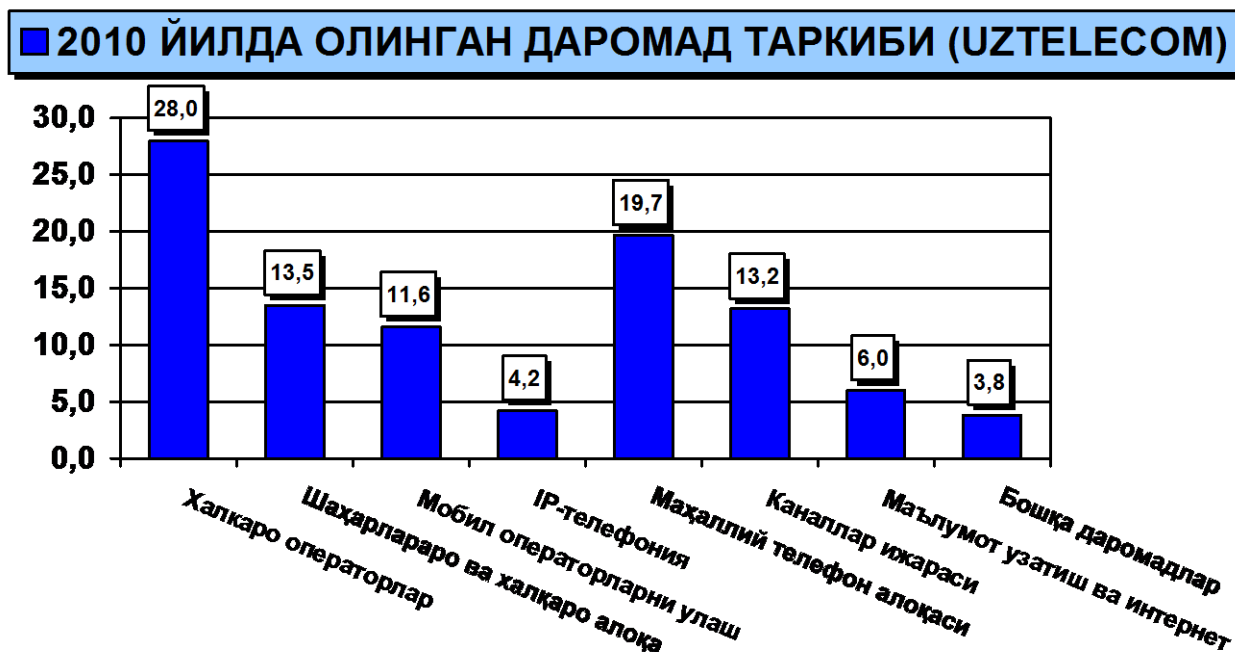
2.2-расм. Давлат органлари веб-сайтларининг мавжудлиги (%).

Маълумки корхоналар ва ташкилотларга кўрсатилаётган хизматлар индивидуаллик характериға эға бўлади. Яъни ҳар бир миждоз билан алоҳида индивидуал муносабатда бўлиш лозим. Демак алоқа корхоналарида бу жараён узлуксиз равишда олиб борилмоқда. Бу эса даромадлар таркибида Давлат органларининг улушини ортишиға олиб келмоқда.

Ахборотлаштиришни ривожлантириш, иқтисодиёт ва жамият ҳаётининг барча соҳаларида замонавий ахборот технологияларини, компьютер техникаси ва телекоммуникация воситаларини оммавий равишда жорий этиш ҳамда улардан фойдаланиш, фуқароларнинг ахборотға ортиб бораётган талаб-эҳтиёжларини янада тўлиқроқ кондириш, жаҳон ахборот ресурсларидан баҳраманд бўлишни кенгайтириш учун қулай шарт-шароитларни яратиш алоқа ва ахборот-коммуникация соҳасини ривожлантиришнинг асосий вазифалари ҳисобланади. 2010 йил давомида олиб борилган иқтисодий ислоҳотлар, таркибий ўзгаришлар, иқтисодий ва

ижтимоий сиёсат алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида ҳам ўзининг натижаларини берди. Ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш 2002-2010 йилларда компьютерлаштириш ва ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш дастури, Мувофиқлаштирувчи кенгаш томонидан қабул қилинган дастурлар ва Кенгашнинг иш режасига мувофиқ амалга оширилади.

Маълумки, АКТ хизматларидан олинадиган даромадлар таркибида маълумот узатиш ва интернет хизматлари алоҳида аҳамият касб этади. Бу кўрсаткич соҳанинг қай даражада ривожланаётганлигини кўрсатади. 2010 йилда АКТ хизматларидан олинган даромад таркиби ҳақидаги таҳлилий маълумот 2.3-расмда келтирилган.

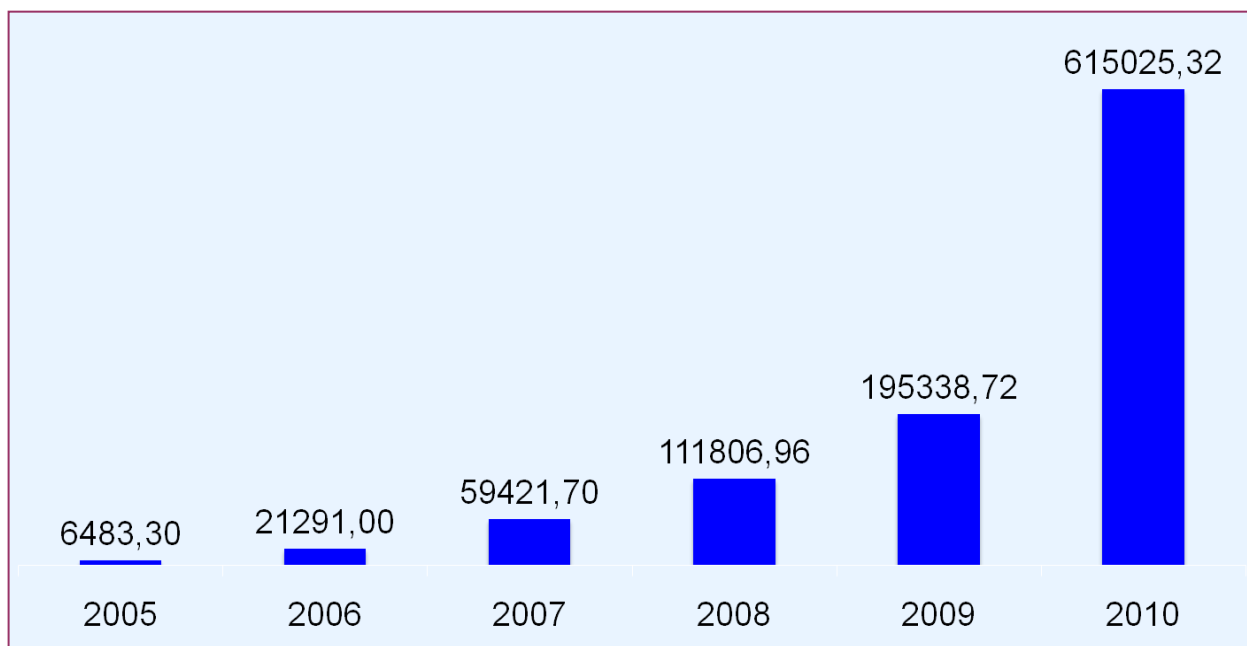


2.3-расм. 2010 йилда олинган даромад таркиби (%).

2.3-расмда келтирилган АКТ хизматларидан олинган даромадлар таркиби таҳлилига кўра 2010 йилда маълумот узатиш ва интернет хизматларининг улуши 6% ни ташкил этди. Бу кўрсаткич орқали соҳани ривожланиш тенденциялари ижобий томонда эканлигини кўриш мумкин. Аммо бу бошқа соҳалардан озгина ортда қолаётганлигини кузатишимиз мумкин. Маълумот ва интернет узатиш соҳасини янада ривожлантириш учун маркетинг

сиёсатини янада кучайтиришимиз ва улар ўртасидаги рақобат муҳитини ривожлантиришимиз талаб этилади.

Ҳозирги кунга келиб TAS-IX принг тизими кенг миқёсда ривожланиб бормоқда. Бу тизим бизга мамлакатимиздаги ўз доменларимиздан қулай, сифатли, тез ва жуда арзон нархларда фойдаланиш имкониятини беради. Қуйидаги 2.4-расмдан TAS-IX принг тизимини йиллар кеимидаги таҳлили билан танишиб чиқамиз.



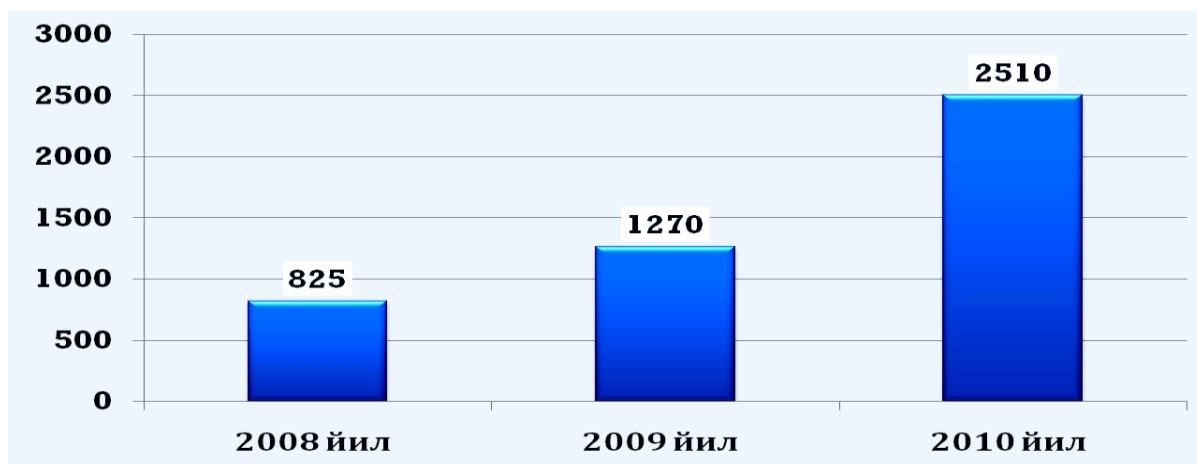
2.4-расм. TAS-IX принг тизими доирасидаги трафик, (Гб/йил)

TAS-IX принг тизими доирасидаги трафик йиллар кесимида тақсмотига кўра 2010 йилда 615025,32 Гб ни ташкил этган бу кўрсаткич 2009 йилга нисбатан 3 бараварга кўп. Бундан кўринадики бу соҳа жадаллик билан ўсиб бормоқда. TAS-IX принг тизимидаги бундай ривожланиш бизга минтақамиздаги ахборот алмашинуви ва янада тезкор маълумот узатиш имкониятини беради.

Бугунги кунда интернет хизматлари бозорида Халқаро интернет каналлари муҳим ўрин эгалламоқда. Бундай каналларнинг кенгайиши АКТ соҳасида хизмат кўрсатиш ва Халқаро ахборот алмашиш жараёнининг ривожланишига ўз хиссасини қўшмоқда. Бундан ташқари молиявий

томондан ҳам кўп фойда келтирмоқда. Бу соҳанинг йиллар буйича таҳлилини куйидаги 2.5-расмда кўриб чиқамиз.

Халқаро интернет каналлар сиғими 2009 йилда 1270 тани ташкил этган бўлса, 2010 йилга келиб бу кўрсаткич 2510 тани ташкил этди. Бу кўрсаткичлардан Халқаро интернет каналлар сони олдинги йилга нисбатан қарийб 2 баробарга ошганлигини кўришимиз мумкин.



2.5-расм. Халқаро интернет каналлар сиғими.

Бугунги кунда телекоммуникация ва интернет тармоғини ривожлантириш бўйича бир қатор ижобий ишлар амалга оширилмоқда жумладан:

- Рақамли телекоммуникация тармоғи билан қамров даражаси:
 - туман марказлари ва шаҳарларда 100 фоизни,
 - қишлоқ аҳоли жойларида 93 фоизни ташкил этди.
- Қишлоқ жойларда симсиз алоқа қамровини кенгайтириш мақсадида 100 та база станциялари ўрнатилди.
- CDMA-450 технологияси асосидаги симсиз алоқа тизимининг қамров даражаси 1,5 баробарга ошди.
- “Ўзбектелеком” АК Халқаро пакетли коммутация маркази сиғими 2,5 Гбит/с.га етказилди.
- Халқаро Интернет тармоғига чиқиш трафигининг нархи 1510\$ дан 849 \$гача (44 фоизга) камайтирилди.

- Оптик толали кабеллардан самарали фойдаланиш ва тармоқнинг ишончилигини ошириш бўйича лойиҳалар устида ишлар олиб борилди.
- Охирги истеъмолчига Интернетдан фойдаланиш нархи йил бошига нисбатан 13% га камайди.
- Интернет фойдаланувчиларининг сони 58% га ошди.
- Кенг полосали Интернет фойдаланувчилар сони 30 мингга кўпайиб, жами 50 мингдан ошди.
- Тошкент шаҳрида 100 та кўп қаватли уйларда ҳамда 40 тадан ортиқ маъмурий ва ўқув биноларига оптик кабел киритилди.
- Нукус шаҳрида 2 та ва Зарафшон шаҳрининг барча кўп қаватли уйларига FTTB технологияси асосида оптик кабел киритилиб, фойдаланувчиларга кенг полосали хизмат кўрсатиб келинмоқда.

Бундан ташқари Ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш ва ривожлантириш бўйича буюк ишлар амалга оширилди **WWW.UZ** кидирув тизими такомиллаштирилди ва 5290 та рўйхатдан ўтган сайтлардан ташкил топган “Каталог” базаси ва “Топ-рейтинг” модули ишга туширилди.

Интернетда ишлаш тартиби. Интернетда бирор саҳифани очиб кўрмоқчисиз. Саҳифа адресини киритдингиз ва уни очдингиз. Қандай қилиб бир неча дақиқада саҳифа сизнинг экранингизда пайдо бўлади? Бу саҳифаларни топиш учун, сизнинг WWW кўриш программангиз URL дан қандай фойдаланади? Саҳифани топиш учун программа провайдерда жойлашган домен номлари хизмати программалар мажмуидан фойдаланади. У DNS (Domain Name Service) деб аталади ва Интернетни компьютерингизга ўрнатганда киритилади. Netscape Windows билан биргаликда ишлаётганда сизнинг TCP/IP протоколингизни бу домен номини сизнинг DNS серверингизга узатади.

Эътибор берган бўлсангиз доменлар номи кўпинча **.com**, **.edu** ёки **.org** билан тугайди. Қуйида оммабоп идентификаторлар мисоллар билан келтирилган.

***.com** Тижорат ташкилотлари учун ишлатилади, масалан: microsoft.com, ibm.com.

***.edu** Ўқув муассасалари учун ишлатилади, масалан: vcu.edu (Virginia Commowealth University), cmu.edu (Корнеги Меллон Университети), wsu.edu (Washington State University)

***.gov** Давлат муассасалари учун ишлатилади, масалан: whitehouse.gov (Оқ уй), jpo.gov (US Goverment Printing Office).

***.org** Нотижорат ташкилотлар учун ишлатилади, масалан: irex.org (Айрекс ташкилоти).

***.net** Internet нинг хизмат провайдерлари учун ишлатилади, масалан: internic.net (InterNIC), si.net (Sprint International).

Давлатларни изоҳловчи доменлар мавжуд бўлиб, буни қуйидаги

2.1-жадвалда кўришимиз мумкин:

2.1-жадвал

Давлатларни изоҳловчи доменлар

*.uz	ЎЗБЕКИСТОН	*.li	ЛИХТЕНШТЕЙН
*.uk	Буюк Британия	*.cn	Хитой
*.ca	Канада	*.ru	Россия
*.ch	Швейцария	*.de	Германия
*.au	Австралия	*.kz	Қозоғистон

Интернетга боғланиш учун авваламбор компьютер, алоқа канали, модем ва программа таъминотига эга бўлиш керак. Провайдер телефон рақамларини олиш, ҳамда миждознинг қайд қилинган такрорланмас номи (Login) ва парол (Password)га эга бўлиш зарур.

Интернет домен номлари.

Интернет домен номлари Интернет манзилларида ишлатилиб, улар мамлакат номларини, ташкилот ва корхоналар фаолиятини англатади.

UZ - Uzbekistan

COM - Commercial

KG – Kirgizistan

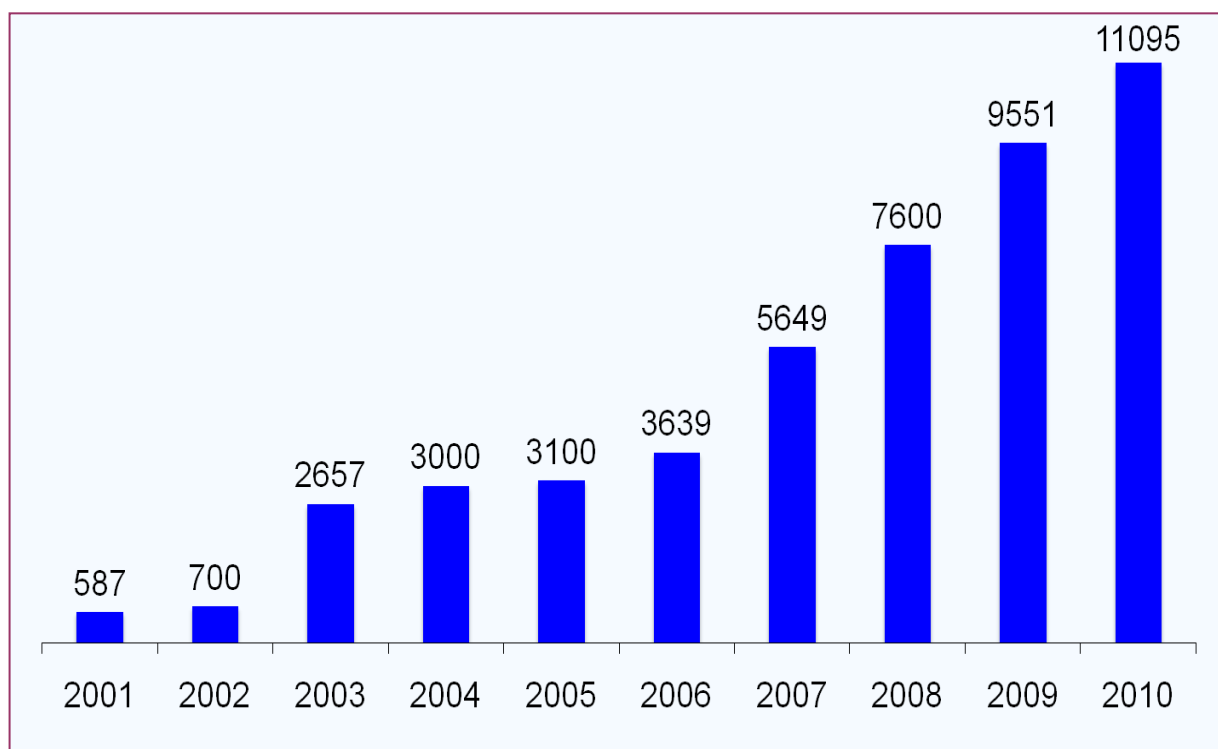
EDU – US Educational

KZ – Kazakhstan	GOV – Government
RU – Russia	INT – International
UA – Ukraine	MIL – US Military
UK – United Kingdom	NET – Network
US – United States	ORG – Non-Profit Organization

Ўзбекистон миллий Интернет ресурслари:

- **www.uz** – миллий ахборот қидирув тизими
- **mail.uz** – миллий электрон почта хизмати
- **ziyonet.uz** – ахборот таълим тармоғи
- **uforum.uz** – муҳокама веб портали
- **edu.uz** – Ўзбекистон таълим портали
- **aci.uz** – Ўзбекистон алоқа ва ахборотлаштириш агентлиги портали

2003 йили бу йўналишда яна бир миллий аҳамиятга эга воқеа содир бўлди — Ўзбекистон “.UZ” Миллий доменини бошқариш ҳуқуқини қўлга киритди. Қуйидаги 2.6-расмда биз “.UZ” миллий зонасидаги доменлар сонини йиллар бўйича таҳлилини кўришимиз мумкин.



2.6-расм. .UZ миллий зонасидаги доменлар сони.

Бундан кўринадики мамлакатимизда мавжуд “.UZ” миллий зонасидаги доменлар сони йиллар давомида кўпайиб келган ва 2010 йилга келиб бундай доменлар сони 11095 тани ташкил этган.

Доменни бошқариш ҳукуқи республикамиз мустақиллигининг рамзларидан бири сифатида Ўзбекистоннинг жаҳон ахборот ҳамжамиятига интеграциялашувида катта роль ўйнамоқда. Юртимиздаги кўпгина давлат ва ҳукумат ташкилотлари, жамоат муассасалари, фуқаролар ўзларининг Интернет саҳифалари веб-сайтларини айнан ушбу доменда рўйхатдан ўтказишган.

Умуман олганда, телекоммуникация соҳаси бугунги кунда энг миллий иқтисодиётни энг истиқболли соҳалардан бири ҳисобланади. Қисқача WWW - электрон саҳифа хизмати, HTML формати, HTTP протоколи, Web сервер ва Электрон почта каби интернет хизмат турлари ҳақида тўхталамиз.

Интернет хизмати турлари.

Интернет авваламбор унинг фойдаланувчиларига ахборот хизмат кўрсатиш учун яратилгандир. Хўш, бу хизмат нимадан иборат ва унинг қандай турлари мавжуд? Ушбу саҳифада биз мана шу хизмат турлари ҳақида сўз юритамиз.

Умуман олганда интернет хизмат турлари ниҳоятда кўп ва хилма хил бўлиб (янги хизмат турлари кун сайин пайдо бўлиб, баъзилари йўқолмоқда) уларни қуйидаги гуруҳларга ажратиш мумкин:

- WWW - электрон саҳифа хизмати
- Электрон почта хизмати
- Телеконференция (Usenet)
- Файлларни узатиш (FTP)
- Служба имен домен (DNS)
- Telnet хизмати
- IRC - хизмати ёки Chat конференция.
- Маълумотларни излаш хизмати

WORLD-WIDE-WEB (Жаҳон ахборот тармоғи).

WWW Интернетнинг энг оммалашган ахборот хизматларидан бири саналади. Ҳозирги вақтда интернет хизматининг 90 % га яқинини www хизмати ташкил этади. Интернетга асос солингандан бошлаб (1969 йил), WWW хизмати ташкил этилгунга қадар интернет секин ривожланди ва 25 йил давомида бор йўғи 2 миллионга яқин фойдаланувчига эга эди холос. WWW хизмати ташкил этилгандан сўнг эса (1996 йил), ҳар ярим йилда интернет фойдаланувчиларининг сони 1,5 баробарга ортиб борди. Бугунги кунда интернет тармоғининг фойдаланувчилар сони 300 миллионга етди.

WWW хизматининг асосий тушунчалари:

- HTML формати
- "Гиперматн" боғланиши
- HTTP "гиперматн" узатиш протоколи
- Web маълумотлар
- Web узел ва сайтлар
- Web саҳифаларнинг актив компонентлари

HTML формати тушунчаси.

Web-саҳифа – алоҳида тугалланган гиперматнли ҳужжатлар бўлиб, улар биргаликда «сайт» ни ташкил этадилар. Ҳар гал интернетда ишлаш жараёнида Сиз албатта Web-саҳифалардан бирини экранда кўрасиз.

Сайтнинг ташкил этувчиси бўлган Web-саҳифанинг ўзи алоҳида экранга чиқарилиши ҳам мумкин. Ҳар бир Web-саҳифа ўз адресига эга. Умуман Web-саҳифа яратиш учун HTML (Hyper Text Markup Language – маъноси гиперматнни белгилаш тили) тили ишлатилади. Бу тил 1989 йилда Женевада Тим Бернерс-Ли (Tim Berners-Lee) томонидан яратилган. Кейинчалик Тим Бернерс-Ли «Интернет отаси» номига сазовор бўлган. Тил дастурлаш тили эмас, фақат Web-саҳифа яратиш учун мўлжалланган. Web-саҳифада бирор маълумотларни қайта ишлаш алгоритмларини ўрнатиш учун Java тилида тузилган дастурлардан фойдаланилади.

HTML тили ўзининг синтаксиси ва семантикасига эга. Унинг таркибини бир неча элементлар ташкил этади. Ҳар бир Web-саҳифа чекли сондаги элементлардан ташкил топади. Тилнинг асосий тушунчаларидан бири Тег (Tag) ҳисобланади. Тег – элементнинг боши ва охирини кўрсатувчи белгидир. Тег элементнинг саҳифадаги таъсир кўрсатиш доирасини аниқлайди ва бир элементдан бошқа элементни ажратиб туради. Web-саҳифанинг матнида тег < ва > белгилари орасига олиниб ёзилади. Тег охири эса “/” (оғма чизиқ) белгиси билан якунланади.

Атрибут тушунчаси тилда элементнинг параметрини ёки хусусиятини аниқлайди. Масалан шрифт атрибути деганда, биз шрифт катталиги, тури, ранги, ёзилиш усулини тушунамиз. Web-саҳифадаги бошқа бир асосий тушунча гипермуружаат (Гиперссылка) тушунчасидир. Гипермуружаат матннинг бир бўлаги бўлиб, ундан бошқа бир файлга ёки объектга муружаат қилиш мумкинлигини англатади. Гипермуружаат бир ҳужжатдан бошқа бир ҳужжатга ўтишда ёки аксинча қайтишда ишлатилади. Фрейм (Frame) тушунчаси тилда икки хил маънода ишлатилади. Биринчиси ҳужжатни алоҳида ўз ойнасида кўриб чиқиш соҳаси бўлса, иккинчиси мураккаб графикли (анимацияли) файлда қайта ишлаш ва тасвирлаш. HTML тилида яратилган Web-саҳифа ташқи хотирага .html кенгайтма номи билан сақлаб қўйилади.

HTTP "гиперматн" узатиш протоколи.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - «гиперматнларни узатиш протоколи» - тармоқ протоколлари ичида энг содда ва қулай протоколлардан ҳисобланади. Унинг асосий вазифаси «гипербоғланиш»дан ҳосил бўлган URL -адресли электрон маълумотларни ўқишга оид сўров (запрос)ни серверга жўнатиш (худди шу вақтда сўралаётган маълумот жойлашган сервер билан алоқа ўрнатилади) ва сўралаётган маълумот олиб бўлингандан сўнг сервер билан алоқани узишдан иборат.

Гиперматнли боғланиш тушунчаси. Интернетда электрон маълумотлар гиперматн ёрдамида баён этилади. Гиперматн бу матнни

гипербоғланишлар ёрдамида ифодалашдир. Гипербоғланишлар ички ва ташқи бўлиши мумкин. Агар гипербоғланиш бошқа бир серверда мавжуд бўлган алоҳида ўзининг URL-адресига эга бўлган электрон маълумотга нисбатан ишлайдиган бўлса, у ҳолда бундай гипербоғланиш ташқи деб аталади. Баъзи ҳолларда Web маълумот авторлари қулайлик нуқтаи назаридан бир сервернинг ўзида жойлашган электрон маълумотнинг ўзини ҳам бир неча бўлақларга бўлиб, гипербоғланишлар ёрдамида ифодалайдилар, бундай гипербоғланишлар ички деб аталади.

Web маълумотлар.

HTML форматида тайёрланган электрон маълумот HTML маълумот, Web маълумот ёки Web саҳифа деб аталиши мумкин.

Агар электрон маълумотни тайёрлаш ҳақида гап борса, у ҳолда маълумот HTML - маълумот деб аталади, ва ушбу электрон маълумотни интернетда эълон қилиш ёки тарқатиш ҳақида борса, ҳолда бу маълумот Web маълумот деб аталади. Бордию, ушбу маълумотдан фойдаланиш ҳақида борса, у ҳолда бундай электрон маълумот Web саҳифа деб аталади.

Web узел ёки сайтлар.

Битта мауаллиф ёки WWWга тегишли бўлган бир гуруҳ ўзаро "гипербоғланишлар" билан алоқадор бўлган Web саҳифалар мажмуаси Web узел (тугун) ёки сайт деб аталади.

Web сервер.

Web сервер тушунчасини 2 хил маънода ишлатиш мумкин. Агар www хизматини кўрсатиш ҳақида гап борса, у ҳолда Web сервер тармоқ миждозларига Web саҳифа ва сайтлардан фойдаланиш имкониятини яратиб берувчи дастур маъносини англатади. Агар сўз интернетнинг техник таъминоти ҳақида борса, у ҳолда Web сервер Web ресурслари сақланаётган ва унинг дастур таъминоти ишлаб турган компьютер маъносини англатади. Интернет тармоғининг ихтиёрий бир компютерида бир нечта сервер дастурлар ишлаб туриши мумкин. Масалан, Web сервер дастурси, FTP сервис электрон почта сервери дастур таъминотлари ва ҳ.к. битта Web серверда

(компьютерда) бир қанча ташкилот ёки корхоналарнинг Web сайтлари (узеллари) Web саҳифалари жойлашиши мумкин.

Web саҳифанинг актив компонентлари.

Маълумки, Web саҳифа таркибига HTTP протоколи орқали амалга ошириб бўлмайдиган алоҳида объектларни жойлаштириш мумкин. Агар худди шу Web саҳифа таркибига бириктирилган объектлар HTTP протоколи кодларидан фарқли «дастур» бўлса, у ҳолда бундай объект Web саҳифаларнинг фаол компонентлари (объектлари) деб аталади.

Ушбу актив объектлар ёрдамида Web саҳифаларни жойлаштириш мумкин.

Масалан анимация, мультипликация ва видео фрагментларни жойлаштириш ёки мижоз билан интерактив мулоқотни ташкил этиш, физика, химия ёки техникага оид ҳар хил тажрибаларни намойиш этиш ва ҳ.к.

Web-сервер билан ишлаш мобайнида Telnetra четдан уланишни бажариш, тармоқ мижозларига электрон почта юбориш, FTP-аноним ёрдамида файлларни олиш ва Интернетнинг бошқа бир қатор иловаларида (амалий дастурлар) иш бажариш мумкин. Бу wwwни Интернетнинг интеграл хизмати деб ҳисоблашга имкон беради

Электрон почта.

Интернетнинг асосий хизматларидан бири бу Электрон почтадир. Электрон почта (email — electronic mail) оддий почта вазифасини бажаради. У бир манзилдан иккинчисига маълумотларни жўнатилишини таъминлайди. Унинг энг асосий афзаллиги вақтга боғлиқ эмаслигида. Электрон хатлар жўнатилган заҳотиёқ манзилга боради ва эгаси олгунга қадар унинг почта қутисида сақланади. Матнли хат, графикли ва товушли файлларни, программа файлларни ўз ичига олиши мумкин.

Электрон хатлар бир вақтнинг ўзида бир неча адреслар бўйича жўнатилиши мумкин. Интернет фойдаланувчиси электрон почта орқали тармоғнинг турли хизматларидан фойдаланиш имкониятига эга бўлади, чунки Интернетнинг асосий хизмат дастурлари билан интерфейсга эга.

Бундай ёндошувнинг моҳияти шундаки, хосткомпьютерга талаб электрон хат кўринишида жўнатилади. Хат матни зарур функцияларга киришни таъминловчи стандарт ёзувлар тўпламидан тузилади. Бундай ахборотни компьютер буйруқ сифатида қабул қилади ва бажаради.

Электрон почта билан ишлаш учун программалар яратилган, уларни mail умумлашма номи билан бирлаштириш мумкин. MS OO5да фойдаланувчилар учун bml программаси қўлланилса, Unix тизимлар учун elm программаси кенгроқ тарқалган. Энг қулай ва фойдаланишга осон программа – Microsoft Windows учун Eudora дан фойдаланилади. Windows операцион тизимида электрон почта билан ишлашни Microsoft Outlook Express иловаси таъминлайди. Бу программалар қуйидаги вазифаларни бажаради:

- матнни яратади;
- хат – хабарларни (корреспонденцияларни) ўқиш ва сақлаш;
- хат-хабарларни ўчириш;
- адресни киритиш;
- хат – хабарларни қабул қилиш ва жўнатиш;
- турли хужжатларни, жадвалларни, расмларни ва бошқа файлларни импорт (қабул қилиш ва керакли форматга ўзгартириш), хатга илова қилиш;

Одатда, электрон почта дастурлари ASCII кодидаги матнларни иккилик форматда ҳам жўнатади. ASCII кодида фақат матнларни ёзиш мумкин.

- **Электрон почта** – бу Интернет тармоғи орқали хабарлар алмашиш хизмати ҳисобланиб асосан иккита компонент иштирокида ташкил этилади:

- Электрон почта сервери – хабарларни жўнатиш ва қабул қилишни таъминлаш
- Электрон почта клиенти – хабарларни яратиш, ўқиш ва жавоб қайтариш

- Электрон почта хизмати қуйидаги имкониятларни тақдим этади:

- Хабарларни тезкор алмашиш (бир неча дақиқа)
- Хабарларга қўшимча маълумотларни илова қилиш
- Хабарларга расм ва мультимедиа маълумотларини жойлаштириш
- Хабарларни бир гуруҳ фойдаланувчиларга узатиш
- Хабарларни қидириш ва сақлаш

Президентимиз ўз асарларини бугунги куннинг энг долзарб муаммоси – бу 2008 йилда бошланган жаҳон молиявий инқирози, унинг таъсири ва салбий оқибатлари, юзага келаётган вазиятдан чиқиш йўллари излашдан иборат эканлигидан бошлаб, жаҳон молиявий инқирозининг мазмун-моҳияти, келиб чиқиш сабабларига батафсил тўхталиб ўтдилар ва Ўзбекистонда инқирозга қарши курашиш чора тадбирлари ҳақида тўхталиб “Таркибий ўзгаришларни ва иқтисодиётни диверсификация қилиш жараёнларини давом эттириш, хизмат кўрсатиш ва кичик бизнес соҳасини янада ривожлантириш – устувор вазифа”⁸ эканлигини алоҳида таъкидладилар.

Сўнгги йилларда республикада кичик бизнес, тадбиркорликни қўллаб-қуватлаш ва рағбатлантириш борасида ҳукумат томонидан амалга оширилаётган изчил тадбирлар, хизмат соҳасидаги алоҳида олинган тармоқларини ривожлантириш бўйича қабул қилинаётган қатор дастурий йўналишлар хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини, шунингдек маиший хизмат кўрсатиш соҳасининг юқори суръатлар билан ривожланишига олиб келмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 17 майдаги «Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини 2006-2010 йилларда ривожлантириш ҳақида»ги ПҚ-325-сонли, 2007 йил 21 майдаги «Ўзбекистон Республикасида 2010 йилга қадар хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар ҳақида»ги ПҚ-640-сонли қарорлари бунга яққол мисол бўла олади. Хусусан, республикада 2010

⁸ Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. – Т.: Ўзбекистон, 2009, 4-б.

йилга қадар хизматлар ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид қўшимча чора-тадбирлар ҳақидаги қарорда қуйидаги асосий йўналишлар белгилаб берилган:

- хизматлар кўрсатиш соҳасида тадбиркорликнинг фаолиятини янада кучайтириш учун қулай шарт-шароит яратиш;
- 2010 йилгача хизматлар ҳажмининг ялпи ички маҳсулотдаги улушини 49 фоизга етказиш;
- қишлоқ жойларда истиқомат қилаётган аҳолига кўрсатилаётган хизматлар турларини кўпайтириб бориш;
- анъанавий хизмат турлари билан биргаликда янги истиқболли – юридик, консалтинг, банк, молия, суғурта, лизинг ва баҳолаш хизмат турларини жадал ривожлантириш;
- мамлакатимиз корхоналарининг халқаро бозордаги хизматлари даражасини ва сифатини ошириш ҳамда шу асосда хизматлар экспортини кўпайтириш;
- хизматлар ва сервис соҳасида ишлайдиган кадрларни тайёрлаш ва улар малакасини оширишни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш.

Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш бўйича ҳудудий дастурларни тубдан қайта кўриб чиқиш ва қишлоқ жойларда уларни аҳоли, айниқса, ёшлар бандлигининг, қишлоқда ҳаёт даражасини оширишнинг муҳим омили сифатида жадал ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар кўриш зарур.

Бу борадаги энг асосий вазифа вазиятга тадбиркор нуқтаи назаридан қараш, яъни унга ўз ишини ривожлантириш учун нима тўсқинлик қилаётгани ва давлат томонидан қандай ёрдам кераклигини аниқлаш лозим. Хусусий секторга қишлоқ жойларда кўрсатилаётган хизматлар турларини кенгайтириш учун зарур шарт-шароитларни яратишга ҳам алоҳида аҳамият бериш даркор.

2.2. Ўзбекистонда интернет хизматлари бозорини баҳолаш

Ахборот, коммуникация ва телекоммуникацион технологияларнинг ривожланиши Ўзбекистон иқтисодиётининг асосий қисмларидан бири бўлиб қолиши ва иқтисодиётни ривожлантирувчи асосий куч сифатида хизмат кўрсатиши керак. Иқтисодий ўсиш, турмуш тарзининг яхшиланиши ва маданий фаолиятнинг фаоллаштириш замонавий ахборот инфратузилмасини ва АТни кундалик ҳаётга кенг тадбиқ қилиш билан бирга тезлашади.

АТнинг ривожланишини юқори тезликли алоқа тармоқларисиз тасаввур қилиш қийин, шу билан бирга интернетсиз ҳам.

Бутун дунё тармоғи нафақат АТнинг қисми, балки замонавий цивилизациянинг асосий компоненти бўлиб ҳам ҳисобланади. Интернет – очик архитектурали ва марказлаштирилган, ахборотга тўла, нархи арзон уникал коммуникация воситаси бўлиб, у очик демократик жамиятни ривожлантиришда, иқтисодий ўсиш ва бутун дунё инсониятини ривожланишида муҳим аҳамият касб этади.

Мамлакатимизда мустақиллик йилларида алоқа ва ахборотлаштириш соҳасини такомиллаштириш, ривожлантириш, ушбу соҳа учун малакали кадрларни тайёрлаш бўйича ўта муҳим бўлган бир қатор қонунлар, фармон ва қарорлар қабул қилинди. Булар соҳада туб ислохотларни амалга оширишга имкониятлар яратди.

Юртимиз телекоммуникациялар тармоғини такомиллаштириш борасида ТОЕ, ОЕСФ-1 ва JBIC-2 лойиҳалари, Тошкент телеминорасининг радио-телевизон узатиш мажмуини ҳамда Тошкент шаҳар телекоммуникация тизимини такомиллаштириш ва ривожлантириш бўйича йирик лойиҳалар амалга оширилди.

Ушбу лойиҳаларнинг ҳаётга татбиқ этилиши натижасида барча вилоятлар марказларида рақамли шаҳарлараро телефон станциялари ўрнатилди. Ҳозирда мавжуд АТСларнинг 88 фоизи рақамлаштирилгандир. Қарийб ўн минг километрга оптик-толали ва радиорелейли линиялар

қурилди, PDH, SDH(STV-1—16), DWDM, ОКC-7 технологиялари жорий қилинди. Уяли алоқа хизматида CDMA-2000-1x(450 МГц, 800 МГц), GSM (SMS, MMS, GPRS, WAP) технологиялари кенг қўлланила бошланди.

Ўтган вақт мобайнида маълумотларни узатиш бўйича Тошкент шаҳри ва Фарғона водийсида Gigabit Ethernet технологияси жорий қилинди. Барча вилоят марказлари ва бир қатор туман марказларида маълумотларни узатиш тармоғи бунёд этилган. Бу жараён узлуксиз давом эттирилмоқда.

Бугунги кунда Интернетдан фойдаланувчилар сони 7 миллиондан ортди. Мижозлар учун универсал тўлов карталари ёрдамида шаҳарлараро, халқаро телефон сўзлашувларини амалга ошириш ва Интернет тармоғидан фойдаланиш имкониятлари яратилган.

Келгусида тармоқ олдида HDSL, ADSL, FTTH, Wi-Fi, Wi-Max, 3G каби илғор технологияларни қўллаган ҳолда кенг полосали абонент тармоқларини тараққий эттириш, рақамли ТВ ҳамда радиоэшиттиришларни жорий қилиш, интеллектуал ва бошқа хизматлар (Triple play, IP-TV, видеохизматлар ва ҳоказо)ни ривожлантириш бўйича муҳим вазифалар турибди.

Мамлакатимизда алоқа ва ахборотлаштириш тизимини ривожлантириш, шунинг баробарида ахборот тарқатишнинг янги воситаларини жорий этишга катта эътибор берилмоқда. 1994 йилнинг 4 февralида Ўзбекистон Алоқа ва Ахборотлаштириш Агентлиги буйруғи асосида компьютер алоқаси тармоғи (1996 йилдан UzPAK) ташкил этилди. Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил феврал ойидаги қарори билан ташкилотга маълумотлар узатиш бўйича Миллий тармоқ мақоми берилганидан сўнг, янги техника воситаларини жорий этиш, республика ягона ахборот макони коммуникацияси асосларини такомиллаштириш ва унинг жаҳон ахборот ҳамжамиятига қўшилиш имкониятларини кенгайтириш ишларига киришилди.

Ҳозир республикаимиз миллий Интернет сегментини ривожлантириш Вазирлар Маҳкамасининг 2002 йил 6 июндаги қарори билан тасдиқланган 2002-2010 йилларда компьютерлаштириш ва ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш Дастурига мувофиқ амалга ошириляпти.

Интернет юртимизда илк бор ишга тушган 1994 йили ундан фойдаланувчилар сони бор-йўғи 200 тани ташкил этган бўлса, 2011 йилнинг бошига келиб бу кўрсаткич қарийб 7,5 миллионга етди.

Барча давлат бошқарув органлари тўлиқ глобал тармоққа уланди.

Хуллас, юртимизда Интернетни ривожлантириш борасида тарихан қисқа вақт ичида кўп ишлар амалга оширилди. Аммо сарҳисоб қилинганда ҳали бу борада баъзи масалалар тугал ечимини топмаганлиги, Давлат дастури ижросини таъминлаш бўйича жойларда сусткашликларга йўл қўйилаётганлиги аён бўлади. Масалан, маълумотларга кўра, “.UZ” доменида рўйхатдан ўтган веб-сайтлар сони айти пайтда 11095 дан ошган. Бу рақамлар жуда тез ўсиб бораётгани назарда тутилса, кўрсаткич ижобийдек туюлиши мумкин. Бироқ айрим корхона ва ташкилотлар раҳбарларининг веб-сайт яратишга бефарқ қарашлари, бунинг учун жуда катта маблағ зарур бўлади, деб ўйлашлари ва эскича иш юритишдан воз кеча олмасликлари бу масаланинг эътибордан четда қолишига сабаб бўляпти. Бунинг қаторига сайтларнинг давлат тилида юритилмаслиги ва янгиликлар билан мунтазам тўлдириб борилмаслиги сингари муаммоларни ҳам киритиш мумкин.

Интернет имкониятларидан биринчилар қаторида фойдаланаётган (асосан ахборот олиш борасида) республикаимиз оммавий ахборот воситалари, жумладан, даврий матбуот нашрлари бу борада ўзлари ҳам барчага ўрнатилган бўлиши керак. Бироқ юртимизда мингдан ортиқ газета ва журналлар, ўнлаб радио ва телевидение мавжуд бўлса-да, уларнинг саноклиларигина Интернетда ўз манзилларига эга, холос.

Интернетнинг мисли қўрилмаган даражада тез тарқалаётганлиги уни ҳуқуқий жиҳатдан мукамал тартибга солишни тақозо этади. Интернет — компьютер тармоқлари бирлашмаси, у глобал миқёсда ахборот жойлаштириш ва олишга мўлжалланган. Шу боис ундаги барча маълумотларга нисбатан бирор бир фойдаланувчи тўлиқ эгалик ёки муаллифлик ҳуқуқини даъво қилолмайди. Ҳозирча тармоқдан фойдаланиш ва у билан боғлиқ

муносабатлар нафақат республикамиз, балки бутун дунё ҳуқуқшунос мутахассислари томонидан ҳам нисбатан кам таҳлил ва тадқиқ қилинган.

Интернетдан фойдаланувчиларнинг қиёсий таҳлилидан сўнг биз бевосита интернет ва маълумот узатиш тармоғларида фаолият юритаётган провайдер ва операторлар сони таҳлилини амалга ошириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Бу таҳлилни амалга оширишдан мақсад бевосита интернет хизматларини кўрсатувчи операторлар ва провайдерлар сонини ўзгариш тенденциясини ўрганиш ва бу асосида мамлакатимизда интернет хизматларини кўрсатиш ва фойдаланишни тадқиқ этишдан иборат.

Республика миқёсида интернетдан фойдаланувчилар ҳамда интернет ва маълумот узатиш тармоғларида фаолият юритаётган провайдер ва операторлар таҳлилидан сўнг биз бевосита ушбу таҳлили вилоятлар кесимида амалга оширдик. Интернетдан фойдаланувчилар ҳамда интернет ва маълумот узатиш тармоғларида фаолият юритаётган провайдер ва операторларни вилоятлар кесимида таҳлил қилишдан асосий мақсад бевосита қайси ҳудудда ушбу хизмат тури ривожланган ва кучли рақобат муҳитига эгаллигини, шунингдек, қайси вилоятларда ушбу хизмат тўрини ривожлантириш мақсадга мувофиқлигини аниқлашдан иборатдир. Таҳлил қўйидаги йўналишлари бўйича амалга ошириш мақсадга мувофиқдир;

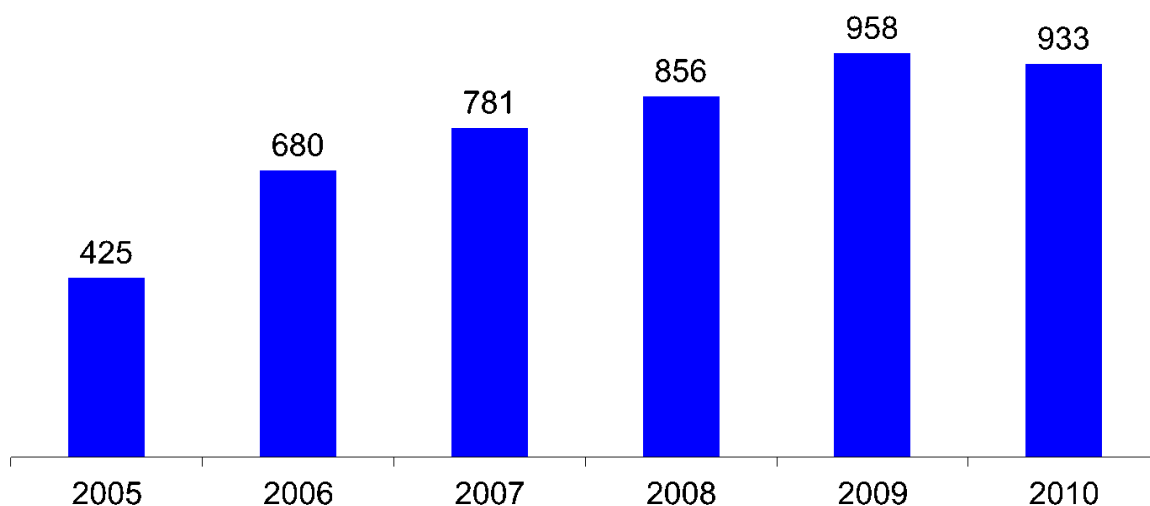
- Маълумот узатиш ва Интернет тизимларида хизмат кўрсатувчи провайдер ва операторларни ҳудудлар кесимидаги таҳлили;
- Юқориполосали киришга эга бўлган абонентлар таҳлили (xDSL ва RadioEthernetни ҳисобга олган ҳолда);
- Ўзбекистон ҳудудлари кесимида Интернетдан фойдаланувчилар таҳлили;
- Ҳудудлар кесимида Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктлари сони таҳлили.

Таҳлил йўналишлари бўйича алоҳида таҳлили ишларини олиб борамиз.

Қўйидаги 2.1-расмда келтирилган мамлакатимизда интернет ва маълумот узатиш тармоғларида фаолият юритаётган провайдер ва операторлар сони

таҳлилига кўра 2008 йил бошида провайдер ва операторлар сони 856 тани ташкил этган бўлса, 2009 йил бошига келиб бу кўрсаткич 102 тага ортиб, 958 тага тенг бўлган.

Таҳлил натижаларидан келиб чиққан ҳолда шуни таъкидлаш лозимки, мамлакатимизда интернет ва маълумот узатиш тармоғларида фаолият юритаётган провайдер ва операторлар сони доимий равишда ўсиш тенденциясига эга бўлган ва 2010 йилда бу кўрсаткич 933 га етди яъни сезиларли даражада пасайди. Бунга сабаб интернет провайдерлари ва операторларига тегишли бўлган қонун-ҳужжатларидаги ўзгаришлардир.



2.1-расм. Интернет ва маълумот узатиш тармоқларида фаолият юритаётган провайдер ва операторлар сони (дона).

Хулоса қилиб айтганда бу ўзгаришлар ижобий ҳисобланиб, мамлакатимизда интернет ва маълумот узатиш тармоғларида кескин рақобат муҳитини шакллантиришга замин яратади.

Маълумот узатиш ва интернет тизимларида хизмат кўрсатувчи провайдер ва операторларни ҳудудлар кесимидаги таҳлили 2.1-жадвалда келтирилган.

Ушбу жадвалда келтирилган маълумот узатиш ва интернет тизимларида хизмат кўрсатувчи провайдер ва операторларни ҳудудлар кесимидаги таҳлилига кўра маълумот узатиш ва интернет тизимларида

хизмат кўрсатувчи провайдер ва операторларни асосий қисми Тошкент шаҳар ва Самарқанд вилоятларида жойлашган.

Агар 2008 йилнинг якуни бўйича Тошкент шаҳрида фаолият юритувчи интернет провайдерлар сони 536 тани, яъни республика бўйича жами улушни 63,5% ташкил этган, кейинги ўринни Самарқанд вилояти 7,7% бўлса, бошқа вилоятларда бу кўрсаткич 1-6% атрофида бўлган. Бу кўрсаткич 2009 йил якунига келиб Тошкент шаҳрида фаолият юритувчи интернет провайдерлар республика бўйича жами улушни 65% тенг бўлган бўлса Самарқанд вилоятида бўйича бу кўрсаткич 8,3% ташкил этган, қолган вилоятларда маълумот узатиш ва интернет тизимларида хизмат кўрсатувчи провайдер ва операторлар улуши 1-7,5% атрофида бўлган.

2.1-жадвал

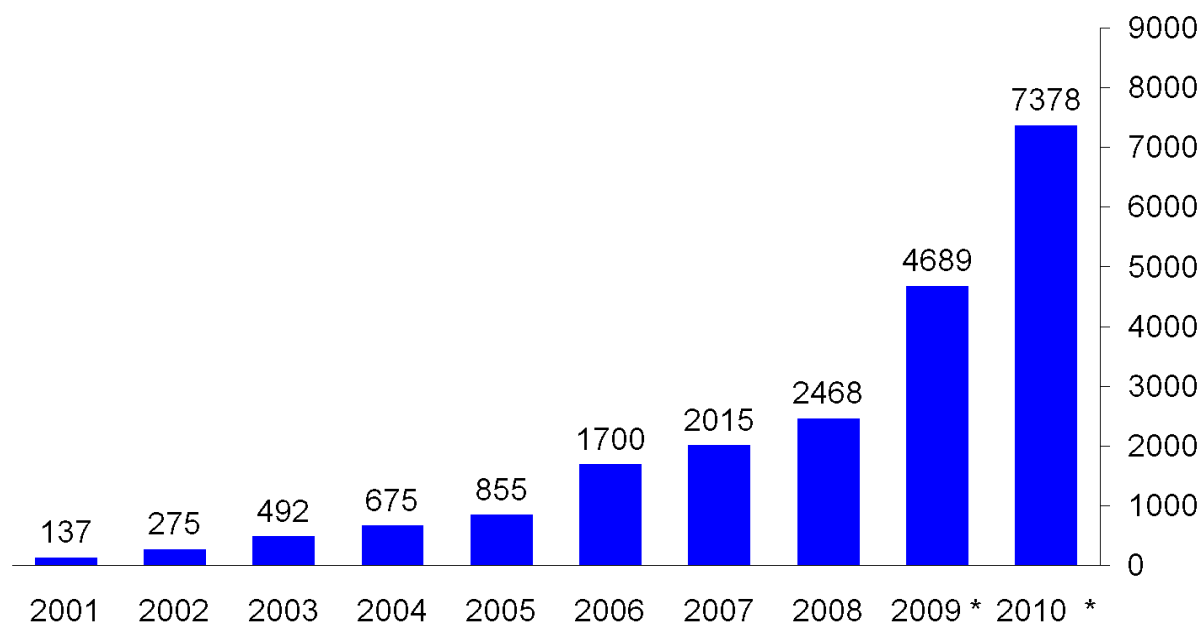
№	Худудлар	2008 йил	%	2009 йил	%	2010 йил	%
1	Тошкент шаҳри	536	63,5	556	65	547	63,9
2	Тошкент вилояти	51	6	64	7,5	62	7,2
3	Фарғона вилояти	17	2	35	4,1	33	3,9
4	Хоразм вилояти	9	1	22	2,6	20	2,3
5	Сирдарё вилояти	12	1,4	18	2,1	17	2
6	Сурхандарё вилояти	15	1,8	21	2,5	20	2,3
7	Самарқанд вилояти	67	7,7	71	8,3	68	7,9
8	Наманган вилояти	9	1	19	2,2	18	2,1
9	Навоий вилояти	12	1,4	14	1,6	15	1,8
10	Қашқадарё вилояти	15	1,6	13	1,5	14	1,6
11	Жиззах вилояти	10	1,2	12	1,4	11	1,3
12	Бухоро вилояти	47	5,4	51	6	48	5,6
13	Андижон вилояти	35	4	41	4,8	41	4,8
14	Қорақалпоғистон Республикаси	21	2,4	21	2,5	19	2,2
15	Республика бўйича жами	856	100%	958	100%	933	100%

2010 йил якунларига кўра Тошкент шаҳрида фаолият юритувчи интернет провайдерлар республика бўйича жами улушни 63,9% тенг бўлган бўлса Самарқанд вилоятида бўйича бу кўрсаткич 7,9% ташкил этган, қолган вилоятларда маълумот узатиш ва интернет тизимларида хизмат кўрсатувчи провайдер ва операторлар улуши 1-7 % атрофида бўлган. Бухоро вилояти бўйича кўрсаткич 5,6 % етган.

Хулоса ўрнида шуни таъкидлаш лозимки, Тошкент шаҳрида фаолият юритувчи интернет провайдерлар улуши йилдан йилга камайиб бормоқда

Самарқанд ва Бухоро вилоятларида бу кўрсаткич сезиларли даражада ортмоқда.

Кейинги расмда биз интернетдан фойдаланувчиларни йиллар мобайнидаги қиёсий таҳлилини кўриб чиқамиз. Бунда фойдаланувчилар сони минг киши ҳисобида берилган.



2.2-расм. Интернетдан фойдаланувчиларни қиёсий таҳлили (минг киши).

Ушбу расмда келтирилган интернетдан фойдаланувчиларнинг қиёсий таҳлилига назар ташлайдиган бўлсак, 2008 йилнинг 1 январ ҳолатига кўра интернетдан фойдаланувчилар сони 2468 минг кишини ташкил этган. Ушбу кўрсаткични 2009 йил 1 январ маълумотига кўра эса қарийб икки баробар ошганлигини, яъни 4689 минг кишига тенг бўлганини кўришимиз мумкин. Интернетдан фойдаланувчилар сони 2010 йил 1 январига келиб 7378 минг кишига етган. Ушбу кўрсаткич 2009 йил бошига нисбатан 2689 минг кишига ортган. 2011 йилнинг биринчи чорак йиллиги, яъни маълумотига кўра, интернетдан фойдаланувчилар сони 7,5 миллион кишини ташкил қилмоқда.

Хулоса қилиб айтганда мамлакатимизда интернетдан фойдаланувчилар сони жадаллик билан ортиб бормоқда ва бу хизмат тури истеъмолчилар орасида кенг тарқалган хизматлардан бирига айланмоқда.

Ўзбекистон ҳудудлари кесимида Интернетдан фойдаланувчилар таҳлили бизга қайси ҳудудда интернет хизматларидан кенг фойдаланилаётганлигини характерлайди. Бу эса мамлакатимизни ҳудудларида рақобат муҳитини қай даражада эканлигини характерловчи кўрсаткичлардан бири ҳисобланади. Ўзбекистон ҳудудлари кесимида Интернетдан фойдаланувчилар таҳлили 2.2-жадвалда келтирилган.

2.2-жадвал

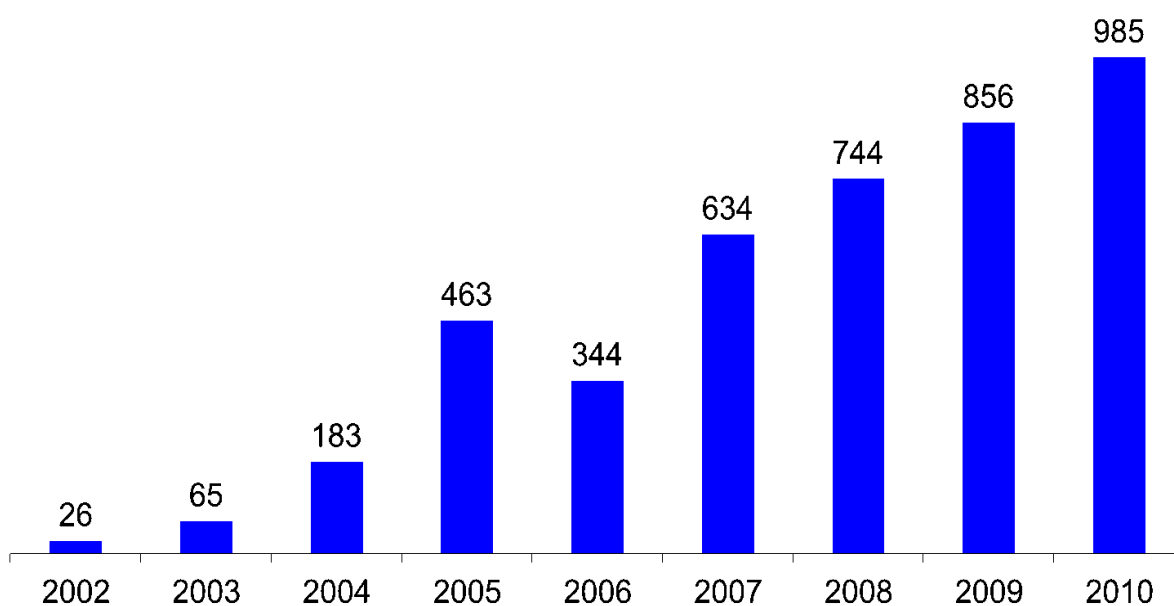
Ўзбекистон ҳудудлари кесимида Интернетдан
фойдаланувчилар таҳлили

№	Худудлар	Интернетдан фойдаланувчилар сони, минг киши			09/08 йилга нисбати, %	10/09 йилга нисбати, %
		2008 йил	2009 йил	2010 йил		
1	Қорақалпоғистон Республикаси	31	48	154	155%	321%
2	Андижон вилояти	51	113	365	222%	323%
3	Бухоро вилояти	93	218	528	234%	242%
4	Жиззах вилояти	25	77	197	309%	256%
5	Қашқадарё вилояти	36	75	159	207%	212%
6	Навоий вилояти	41	108	318	263%	294%
7	Наманган вилояти	45	75	128	166%	171%
8	Самарқанд вилояти	192	432	852	225%	197%
9	Сурхандарё вилояти	33	110	249	335%	226%
10	Сирдарё вилояти	32	141	307	440%	218%
11	Тошкент вилояти	99	199	330	201%	166%
12	Фарғона вилояти	57	105	218	184%	208%
13	Хоразм вилояти	28	63	219	227%	348%
14	Тошкент шаҳри	1705	2926	3354	172%	115%
15	Ўзбекистон бўйича жами	2468	4689	7378	190%	157%

2.2-жадвалда келтирилган Ўзбекистон ҳудудлари кесимида Интернетдан фойдаланувчилар таҳлиliga кўра 2010 йил якунида мамлакатимизда интернет хизматидан фойдаланувчиларни асосини Тошкент шаҳрида жойлашган экан, яъни 3 354 минг фойдаланувчи, бу кўрсаткич йиллар мобийнида сезиларли даражада ортмоқда. Таҳлил натижаларидан келиб чиққан ҳолда шуни таъкидлаш лозимки, 2010 йил якунларига кўра базис йилига нисбатан барча вилоятларда ўсиш суръатлари кузатилган.

Бу ўзгаришлар эса интернет хизматидан фойдаланиш оммобоп хизмат турларидан бирига айланаётганлигидан далолат беради.

2.2-жадвалда келтирилган Ўзбекистон ҳудудлари кесимида Интернетдан фойдаланувчилар таҳлилидан сўнг бизнинг фикримизча Худудлар кесимида Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктлари сони таҳлилини амалга ошириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Чунки интернетдан фойдаланувчиларнинг аксарият қисми бевосита жамоавий кириш пунктларида интернет хизматларидан фойдаланишади. Демак, вилоятларда мавжуд жамоавий кириш пунктларини таҳлили алоҳида аҳамият касб этади (2.3-расм).



2.3-расм. Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктлари сони (дона).

Ушбу расмни Худудлар кесимида Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктлари сони жадвалдан тўлиқроқ билиб олишимиз мумкин.

2.3-жадвалда худудлар кесимида Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктлари сони таҳлилдан келиб чиққан ҳолда шуни таъкидлаш мумкинки, 2010 йилда базис йилига нисбатан жамоавий кириш пунктлари сони 129 тага ортган ва 985 та жамоавий кириш пунктини ташкил этган. Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктларини асосий қисми Тошкент шаҳрида

жойлашган, яъни агар 2009 йилда мавжуд Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктларини 486 таси Тошкент шаҳрида жойлашган бўлса, 2010 йилга келиб Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктлари сони ортган ва 529 тани ташкил этган. Демак, Тошкент шаҳрида Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктларида Интернетдан фойдаланувчилар сони бошқа вилоятларга нисбатан анча юқори экан. 2010 йил якунлари бўйича Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктлари сони бўйича кейинги ўринларни Самарқанд вилояти (114) ҳамда Бухоро вилояти (58) эгаллаган.

2.3-жадвал

Худудлар кесимида Интернет тармоғига жамоавий кириш
пунктлари сони таҳлили

Худудлар	2008 йил	2009 йил	2010 йил	09/08 йилга нисбатан	10/09 йилга нисбатан
Қорақалпоғистон Республикаси	7	11	15	4	4
Андижон вилояти	23	27	33	4	6
Бухоро вилояти	44	51	58	7	7
Жиззах вилояти	5	9	15	4	6
Қашқадарё вилояти	10	13	17	3	4
Навоий вилояти	13	17	21	4	4
Наманган вилояти	15	19	24	4	5
Самарқанд вилояти	85	97	114	12	17
Сурхандарё вилояти	15	18	26	3	8
Сирдарё вилояти	9	14	18	5	4
Тошкент вилояти	31	36	43	5	7
Фарғона вилояти	28	33	41	5	8
Хоразм вилояти	20	25	31	5	6
Тошкент шаҳри	469	486	529	17	43
Ўзбекистон бўйича жами	774	856	985	82	129

Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктлари сони ортиши билан бир қаторда баъзи вилоятларда 2010 йил якунига кўра Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктлари сони жуда секин ўсаётганлиги кузатилган. Бошқа вилоятларда жамоавий кириш пунктлари сони ўсиши кузатилган.

Умуман олганда, хулоса ўрнида шуни таъкидлаш лозимки, мамлакатимизда Интернет тармоғига жамоавий кириш пунктлари сони ортиб бормоқда. Бу эса ўз навбатида мамлакатимизда интернет хизматидан фойдаланувчилар сонини купаётганлигидан далолат беради.

Мамлакатимизда интернет хизматидан фойдаланувчилар сони ҳамда жамоавий кириш пунктлари таҳлилидан сунг бевосита жисмоний ва юридик шахсларни юқори полосали тез уланиш тезлигини таҳлилини амалга ошириш орқали интернет тезлиги ва ҳозирги кунда қайдан тезликли интернетдан фойдаланилаётганлигини аниқлаш имконияти вужудга келади.

Биз магистрлик диссертация ишда авваломбор жисмоний шахсларнинг юқори полосали тез уланиш кесимидаги абонентларнинг таҳлили амалга оширдик. Ҳозирги кунда мамлакатимизда юқори полосали тез уланиш тезлиги бир неча кўрсаткич билан ҳарактерланади. Жумладан энг паст юқори полосали тез уланиш тезлиги 64 ҳамда 128Кб/сек, ўртача тезликли уланиш эса 256Кб/сек, ҳамда юқори полосали тез уланиш тезлиги 521 Кб/сек ва 1 Мб/сек ташкил этади.

Бугунги кунга келиб юқори полосали тез уланиш тезлиги 521 Кб/сек ва 1 Мб/секли интернет хизматларидан фойдаланувчилар турли расмлар, катта хажмдага хужжатлар ҳамда маълумотлар, кинофильмларни қисқа вақт ичида кўчириб олиш имкониятига эга бўлишди.

Жисмоний шахсларнинг юқори полосали тез уланиш кесимидаги абонентларнинг таҳлили. Кейинги жадвалда юқориполосали киришга эга бўлган абонентлар таҳлили бевосита xDSL ва RadioEthernetни ҳисобга олган ҳолда амалга оширилган. Бу таҳлил интернет хизматларини кўрсатувчи провайдерлар кесимида амалга оширилди. Юқориполосали киришга эга бўлган абонентлар таҳлили (xDSL ва RadioEthernetни ҳисобга олган ҳолда) 2.4-жадвалда келтирилган.

2.4-жадвалда келтирилган юқориполосали киришга эга бўлган абонентлар таҳлили бевосита xDSL ва RadioEthernetни ҳисобга олган ҳолда кўйидаги кўринишга эга бўлган, Жумладан йирик олтита интернет провайдерлари орасида энг катта улуш бу TPS интернет провайдерига тегишлидир. Бу интернет провайдер 2009 йилда 47 919 абонентга эга бўлган бўлса, 2010 йилга келиб бевосита xDSL ва RadioEthernetни ҳисобга олган ҳолда юқориполосали киришга эга бўлган абонентлар сони 39 163 тага ортиб

87082 абонентга тенг бўлган. Абонентлар сони бўйича иккинчи кўрсаткич Sarkor Telecom интернет провайдерига тегишлидир. Бу провайдерни жами абонентлар сони 84 428тага тенг бўлган, яъни 2008 йилга нисбатан абонентлар сони 219 % ортган.

2.4-жадвал

Юқориполосали киришга эга бўлган абонентлар таҳлили (xDSL ва RadioEthernetни ҳисобга олган ҳолда)

Провайдерлар номи	2009 йил	2010 йил	Ўзгариш индекси, %	Ўсиш даражаси, (+;-)
Sharq Telecom	917	363	40%	-554
Sarkor Telecom	38 567	84 428	219%	45861
UzNet	2 642	3 295	125%	653
TPS	47 919	87 082	182%	39163
TShTT	578	597	103%	19
UzSciNet	1 741	791	45%	-950
Бошқа провайдерлар	62 170	27 834	45%	-34336
Республика бўйича жами	154 534	204 390	132%	49856

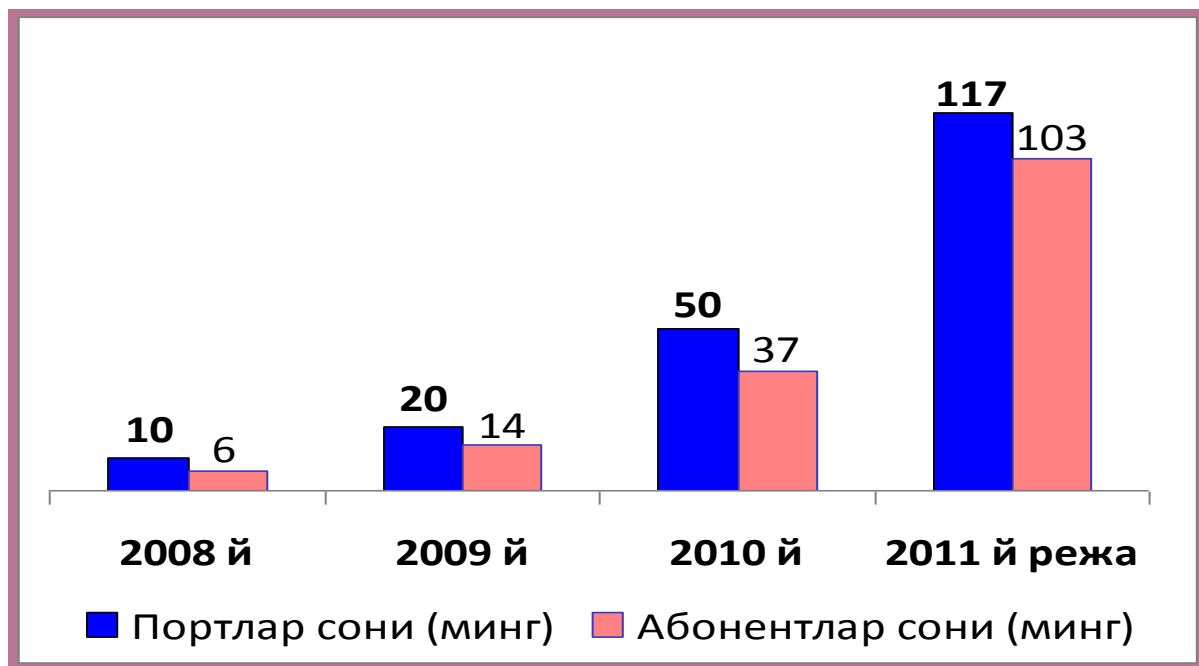
Юқорида келтирилган интернет провайдерлар абонентлари сонини ортиши бевосита бошқа провайдерлар абонентлари сонига сезиларли таъсир кўрсатган ва натижада 2009 йилда 62170 абонентга эга бўлган провайдерлар 2010 йилга келиб 34336 абонентларини йўқотишган ва 27834 абонентга хизмат кўрсатишмоқда. Бундай ўзгаришлар авваломбор интернет хизматлари кўрсатиш соҳасида рақобатни ривожланиб бораётганлигидан далолат беради.

Умуман олганда, 2009 йиллар бошида жисмоний шахсларнинг юқори полосали тез уланиш кесимидаги абонентларнинг таҳлилидан келиб чиққан ҳолда абонентларни асосий қисми, яъни, 39,35%и 128Кб/сек тезликли интернетдан фойдаланишган. Бу эса бошқа тезликли интернетдан фойдаланувчи жисмоний шахслар улушини пасайишига сабаб бўлган.

Энди шу кунгача “Ўзбектелеком” АК монтаж қилинган xDSL портлар сони ва ундан фойдаланувчи абонентлар сонини қуйидаги 2.4-расмдан кўриб чиқадиган бўлсак. 2010 йил якунига “Ўзбектелеком” АК монтаж қилинган xDSL портлар сони 51,064 мингтани, унга уланган абонентлар сони эса

36,944 мингтани ташкил этди. Бундан олдинги йилларга нисбатан ўсиш суръати кузатилмоқда.

Компания бўйича 2011 йил якунига қадар xDSL портлар сонини қўшимча 66,1 мингтага кенгайтирилиб, жами монтаж сиғими 117 мингтага етказилиши, абонентлар сони эса 103 мингга етказилиши режалаштирилган.



2.4-расм. “Ўзбектелеком” АК телекоммуникация тармоғида xDSL технологияси (минг).

Жисмоний шахсларни юқори полосали интернетдан фойдаланиш таҳлилидан сўнг интернет провайдерларини Халқаро тармоқларга чиқиш тезлигини ўрганиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Халқаро тармоқларга чиқиш бўйича мавжуд имкониятлардан самарали фойдаланиш истеъмолчиларга янада сифатли ва тезкор интернет хизматлари кўрсатишга замин яратади.

Ҳозирги кунда жаҳонда Wi-Fi симсиз интернет хизмати кўрсатиш кенг миқёсда ривожланиб бормоқда. Бу хизматнинг афзаллиги шундаки, интернетга кириш тезлиги юқори ва юқори сифатли интернет хизматида фойдаланиш имконияти мавжуд. Юқорида келтирилган фикрлардан келиб чиққан ҳолда мамлакатимизда фаолият юритаётган провайдерлар кесимида Wi-Fi симсиз кириш нуқталари сони таҳлили алоҳида аҳамият касб этади.

Мамлакатимизда фаолият юритаётган провайдерлар кесимида Wi-Fi симсиз кириш нуқталари сони таҳлилидан келиб чиққан ҳолда шуни таъкидлаш лозимки, бугунги кунда бу хизматни фақат учта интернет провайдер курсатмоқда. Агар Wi-Fi симсиз кириш нуқталари сони 2009 йилда 68 ни ташкил этган бўлса, 2010 йилга келиб 89 тенг бўлган. Бу ўзгаришга асосий сабаб Sharq Telecom интернет провайдерини Wi-Fi симсиз кириш нуқталари сонини кескин ортиб борганидан, жумладан агар провайдерни кириш нуқталари 2009 йилда 50 тани ташкил этган бўлса 2010 йилга келиб 63 га тенг бўлган, ўсиш эса 13 тани ташкил этган. “Ўзбектелеком” АК UzNet филиали таҳлил этилаётган даврда ўзгармас кўрсаткичга эга бўлган, яъни уч йил давомида бир хил 15 Wi-Fi симсиз кириш нуқталари эга бўлган. Мамлакатимизда Wi-Fi симсиз кириш нуқталарини кўпайтириш ва бу жараёнга бошқа интернет провайдерларини жалб этиш интернет хизматларини кўрсатиш бўйича сезиларли даражада ўсишни таъминлайди ва сифатли ва рақобатбардош тезкор интернет хизматини кўрсатиш имкониятини янада оширади.

Интернет хизматлари бозорида рақобат ҳолатини баҳолашда интернет провайдерлар томонидан хизматлар учун ўрнатилган тарифларни баҳолаш алоҳида маънога эга. Тарифларни миқдори бевосита интернет хизматларидан фойдаланувчиларга ва умуман олганда талабга катта таъсир кўрсатади. Ўзбекистонда фаолият юритаётган йирик интернет провайдерлар кесимида тарифлар таҳлили 2.5-жадвалда келтирилган.

Тадқиқот ишининг 2.5-жадвалда келтирилган Ўзбекистонда фаолият юритаётган йирик интернет провайдерлар кесимида тарифлар таҳлилига кўра тарифлар провайдерлар бўйича ўртача олганимизда пасайиш тенденциясига эга бўлган. Жумладан, агар 2010 йил бошида 1 соат учун кириш ўртача 0,34 АҚШ долларига тенг бўлган бўлса, 2011 йил бошига келиб бу кўрсаткич ўртача 0,28 АҚШ долларини ташкил этган.

2.5-жадвал

Ўзбекистонда фаолият юритаётган йирик интернет провайдерлар
кесимида тарифлар таҳлили (Dial-up).

Провайдерлар номи	2009 йил		2010 йил		2011 йил	
	1 соат учун кириш (АҚШ долл.)	Чегаралан маган кириш (ойда АҚШ долл.)	1 соат учун кириш (АҚШ долл.)	Чегаралан маган кириш (ойда АҚШ долл.)	1 соат учун кириш (АҚШ долл.)	Чегаралан маган кириш (ойда АҚШ долл.)
Sarkor Telecom	0,40	65,00	0,33	50,00	0,26	40,00
Infonet	0,35	66,27	0,36	38,76	0,28	37,00
Sharq Telecom	0,35	35,00	0,28	24,80	0,25	24,80
TPS	0,44	63,00	0,39	60,00	0,33	59,00
ARS Inform	0,34	55,32	0,29	43,45	0,28	35,30
Albatros	0,43	53,56	0,40	45,48	0,31	35,29
UzNet	0,34	50,85	0,32	48,39	0,31	46,51
Провайдерлар бўйича ўртача	0,38	55,57	0,34	44,41	0,28	39,70

Бу ижобий ҳолат ҳисобланади. Истеъмолчилар томонидан ойда чегараланмаган кириш провайдерлар бўйича ўртача 2009 йил якунига кўра 55,57 АҚШ долларини ташкил этган. Бу кўрсаткич 2010 йилда ўртача 44,41 АҚШ доллари, 2011 йилда эса 39,70 АҚШ долларига тенг бўлган. Юқорида келтирилган икки кўрсаткич бўйича энг арзон тариф Sharq Telecom интернет провайдерига тегишли (мос ҳолда 0,25 ва 24,80), бўлса энг қиммат тарифлар TPS (мос ҳолда 0,39 ва 59,0) интернет провайдерига тегишлидир.

Умуман олганда интернет хизматлари кўрсатиш бўйича мамлакатимизда ижобий натижалар кузатилмоқда. Лекин шу билан бир қаторда фойдаланимаётган имкониятларда самарали ва унумли фойдаланиш бўйича амалий ишларни олиб бориш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

3. ЎЗБЕКИСТОНДА ИНТЕРНЕТ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА РАҚОБАТНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

3.1. Интернет хизматлари бозорида маркетинг фаолияти таҳлили

Бозорда муваффақиятли фаолият юритиш учун ва бошқа корхоналар билан энг яхши, иқтисод жиҳатидан нисбатан фойдали ишлаб чиқариш ва сотиш хизматлари шароитлари учун курашиш имкониятига эга бўлиш учун биринчи навбатда, ўзининг шахсий имкониятларини ўрганиб чиқиш зарурдир.

Рақобатбардош маҳсулот (хизмат)ни ишлаб чиқишда абстракт энг яхши «аналог» га эмас, балки барча бозор омилларини баҳолашга мослашиш керак.

Хизматлар рақобатбардошлигини баҳолаш учун асос сифатида истеъмолчилар эҳтиёжларини, бозор талабларини тадқиқот қилишни ўтказиш керак. Ўз хизматларини рақобатбардош қилиш учун ишлаб чиқарувчи башорат қилинаётган эҳтиёжлар тавсифномаси шароитларини аниқлаши лозим.

Яратилган ва фаолият юритиш жараёнидан бошлаб, ишлаб чиқарувчи ўз компаниясининг рақобатбардошлигини таъминлаш муаммоларини ечиш заруратини ўз олдига қўяди.

Корхонанинг муҳим рақобат афзалликларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

1. Ишлаб чиқаришни рентабеллиги;
2. Инновация фаолияти тавсифи;
3. Меҳнат унумдорлиги даражаси;
4. Стратегик режалаштириш ва бошқаришнинг самарадорлиги;
5. Мослашувчанлик (адаптивлик) ва мавжуд талабларга ва бозор шароитларига тез таъсир кўрсатиш қобилияти ва бошқалар.

Шуни айтиб ўтиш жоизки, қанча компаниянинг рақобат афзалликлари ва уларнинг сифат тавсифномалари юқори ва кенг бўлса, шунча у бозорда

муваффақиятли фаолият юритишга эга бўлиши, шу жумладан бозорнинг алоҳида сегментларида барқарор ўрин (позиция) ларни эгаллаши мумкин.

Агар «**Sarkor Telecom**» корхонасининг рақобат афзалликларини кўриб чиқадиган бўлсак, ишлаб чиқариш бўйича корхона молиявий барқарор тузилмага, рентабеллик даражаси юқори бўлган ишлаб чиқаришга, меҳнат унумдорлиги даражасининг ўсишига эгадир, шунинг учун корхона рақобатбардошлигини истеъмолчиларнинг уяли алоқа хизматларига бўлган доимий равишда ўзгариб турувчи талабларига таъсир кўрсата олиш позициясидан кўриб чиқиш лозим.

Хизматлар рақобатбардошлигини баҳолаш учун етакчи рақобатчиларга нисбатан асосий базавий омиллар бўйича қиёсий тахлилни ўтказиш мақсадга мувофиқ. Шу каби ишлар рақобатли маркетингнинг муҳим элементи бўлиб ҳисобланади. Рақобатчи хизматларини ўрганиш нафақат унинг, балки ўзининг заиф ва кучли томонларини очиб беришга имкон беради.

Интернет хизматлари бозорида у ёки бу хизматларни устун позицияларини кузатиш учун Интернет хизматлари бозорини истеъмолчилар бўйича сегментлаш зарур.

Агар 2 йил олдинги Интернет хизматлари маълумотларга назар ташлайдиган бўлсак, Интернет хизматларидан фойдаланувчилар доираси унча кенг эмас эди ва уларнинг аксарият қисмини тўлов қобилиятига эга абонентлар ташкил этар эди, ҳозирги кунга келиб эса, Ўзбекистон бозоридаги компанияларнинг асосий мақсадли сегменти бўлиб, даромади паст бўлган аҳоли ҳисобланади. Оммавий секторларни ўртача даромадга эга бўлган шахслар, янада ёш бўлган фойдаланувчилар, турли касбдаги ишчилар тўлдирмоқдалар.

«**Sarkor Telecom**» компанияси мижозларни бошқаришни тўртта жараёнга бўлди, яъни мижозларни танлаб олиш, жалб қилиш, ушлаб туриш ва ниҳоят уларнинг сонини ўстириш. Энди ҳар бир жараёнга изоҳ бериб ўтамир:

1. Мижозларни танлаб олиш. Мижозларни танлаб олиш жараёни уларни тушунишдан, эҳтиёжлар бўйича бозорни сегментлашдан, мақсадли сегментларни танлашдан бошланади.
2. Мижозларни жалб қилиш ва қўлга киритиш. Янги мижозларни жалб қилиш - энг мураккаб ва мижозларни бошқаришнинг қиммат турувчи қисми бўлиб ҳисобланади.
3. Мижозларни ушлаб туриш. Компания ўз мижозларига ваъда қилинган хизматларни тақдим қилиш билан уларни сақлаб қолади ва бу мижозларни бошқа жойга мурожаат қилмасликка ҳаракат қилади. Шунинг учун юқори сифатли хизмат кўрсатишни сақлаб қолиш жуда муҳимдир.
4. Мижозлар сонини ўстириш. Ҳар бир мавжуд мижозлар қийматининг ўсиши - исталган стратегиянинг бош мақсади бўлиб ҳисобланади. Чунки, янги мижозларни жалб қилиш жуда қийин ва арзон эмас, уларни ушлаб туриш қиймати эса, ҳар доим жалб қилиш қийматидан пастдир.

Бозорда лидерликни қўлда ушлаб туриш учун корхона бир қанча рақобатбардошлик даражаларига эга бўлиши зарурдир, шунинг учун, биргина тариф етарли эмас, доимий равишда қўшимча хизмат турлари спектрини ошириш ва кенгайтириш лозим ва шу билан бирга уларнинг сифатини ҳам ошириш керак.

Бозорда корхонани муносиб ҳолатга эга бўлиши учун муҳим стратегик вазифа бўлиб, янги хизмат турларини, янги чегирмаларни, бонусларни, янги технологияларни, ишлаб чиқариш харажатларининг янги даражасини, янги нарх-наволарни, тақсимлаш ва сотиш тизимида янгиликларни киритишни ишлаб чиқишда рақобатчилардан ўтиб кетиш ҳисобланади. Бу билан бир нечта устунлик параметрларига эришилади.

Рақобат муҳитини ўрганиш, рақобатчиларни ўтказиб юбормаган ҳолда, бош рақобатчиларни тизимли кузатишни талаб қилади. Олинган маълумотларни махсус маълумотлар банкида сақлаш мақсадга мувофиқдир. Ахборотни таҳлили мутахассисларга ҳар бир рақобат омили бўйича исботли

баҳолашни келтириб беришга, шу билан бирга асосий рақобатчиларга муносабати бўйича корхонанинг умумий ҳолатини тавсифлашга имкон беради.

Юқори сифатли хизмат кўрсатувчи агентлик пунктлари ва офисларинининг сонини кўпайиши ҳам катта аҳамиятга эгадир, чунки, бу ўз ўрнида компания абонентлари учун қулай хизмат кўрсатишни таъминлаб беради.

Демак, «**Sarkor Telecom**» компанияси нафақат техник, балки ички жамоавий (корпоратив) ривожланишни режалаштирмоқда. Доимий равишда компания ходимларини потенциалини ривожлантириш бўйича тренинглар ва малакани ошириш бўйича семинарлар ўтказмоқда.

Шундай қилиб, компаниянинг маркетинг стратегияси рақобатбардошликни, даромадлиликни оширишга ва интернет хизматларининг истеъмолчилари эҳтиёжларини янада тўлиқ қондиришга қаратилган.

Компания олдида қўядиган вазифалар қуйидагилардан, яъни компаниянинг техник ва технологик потенциалини кучайтириш, юқори сифатли алоқага эришиш ва Ўзбекистон ҳудудини максимал даражада қоплашдан иборат бўлиши керак.

Жахон молиявий-иқтисодий ниқирози шароитида телекоммуникация хизматлари кўрсатиш истикболлари 2009-2012 йилларда жахон иқтисодий кризиси оқибатларининг олдини олиш бўйича юртимизда қабул қилинган кризисга қарши дастур билан узвий боғлиқдир:

1. 2009-2012 йилларда жахон иқтисодий кризиси оқибатларининг олдини олиш бўйича юртимизда қабул қилинган кризисга қарши дастурни бажарилишини таъминлаш мақсадида:

- Модернизациялаш жараёнини тезлаштириш, энергия тежайдиган янги техника ва технологияларни жорий этиш.
- Экспорт режасини бажариш ва импорт миқдорини қисқартириш бўйича керакли чоралар кўриш.

- Корхоналарда тежамкорликнинг қатъий режимини жорий етиш, кўрсатиладиган хизмат таннаrxини пасайтириш.
- Электроэнергия, сув таъминоти ва газ таъминотини тежаш бўйича тадбирлар ўтказиш.
- Ёнилғи-мойлаш маҳсулотларини тежаш, махсус алоқа автомобиль йўналишларини оптималлаштириш.
- Ишлаб чиқариш жараёнларини автоматлаштириш орқали иш ҳақи харажатларини камайтириш.
- Бўш ўринларни қисқартириш, бошқарув аппарати ходимларига сарфланадиган харажатларни камайтириш.
- Мониторинг ва таннаrxни тартибга солиш бўйича белгиланган режаларнинг тўлиқ бажарилишини таъминлаш.

2. Таркибий ўзгаришларини давом эттириш ва иқтисодиётни диверсификациялаш, ишлаб чиқаришнинг изчил ва мутаносиб ўсиб боришини таъминлаш ҳамда тармоқни ривожлантириш мақсадида,

- Ишлаб чиқаришни техник ва технологик янгилаш ҳамда хизматлар рақобатбардошлигини таъминлашга қаратилган лойиҳаларни амалга ошириш;
- “Ўзимпексалоқа” ЁАЖ, “Коинот” ОАЖ, “Тошкент таксофони” ОАЖ корхоналарининг устав жамғармаларини мувофиқлаштириш ёки ташкилий-ҳуқуқий шаклини ўзгартириш;
- Жалб этиладиган хорижий ва маҳаллий сармоялар миқдорини ошириш;
- Соҳада хизматларнинг янги турларини ривожлантириш;
- Кўрсатилаётган алоқа хизматларининг даромадлар ҳажмини доимий равишда ошириб бориш.

Миллий ахборот тизимини ривожлантириш соҳасида:

- Миллий интернет ва Ziyonet жамоат таълим-ахборот тармоғини ривожлантириш.
- “UZ” доменидаги домен номларини рўйхатдан ўтказиш нархларини ва меъёрий ҳужжатларни қайта кўриб чиқиш.

- Интернет тармоғидаги Ҳукумат порталини ривожлантириш, Ҳукумат Порталининг янги дизайнини ишлаб чиқиш.
- Барча давлат органлари томонидан Интернет орқали амалга ошириладиган Давлат интерактив хизматларини ташкил этиш.
- “Dorrix”га юридик мақом беришни ташкиллаштириш ва очиқ кодли дастурий таъминотларни ривожлантириш.
- Илмий-техника инновация ишларини молиялаш ва имтиёзли кредитлаш механизмларини такомиллаштириш.

3. Қишлоқ турмуши сифатини яхшилашда соҳа корхоналари фаол иштирок этишларини таъминлаш, қишлоқ жойларда қўшимча иш ўринлари ташкил этиш, тадбиркорлик ва кичик бизнесни ривожлантиришни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш мақсадида,

- Қишлоқ жойларда хусусий бизнес ривожланиши учун қулай шарт-шароит хозирлаш, сервис инфратузилмасини янада ривожлантириш, янги иш ўринларини ташкил этиш борасида ишларни жадаллаштириш.
- Қишлоқ жойларда корхоналарга қарашли биноларни тадбиркорларга имтиёзли баҳоларда ижарага бериш ва уларнинг фаолиятини қўллаб-қувватлаш.
- Қишлоқ телефон станцияларни тадбиркорларга ижарага беришда шартномаларда белгиланган тариф ставкаларини қайта кўриб чиқиш ва оптималлаштириш;
- Аҳолиси 5 мингтагача бўлган қишлоқ пунктларида ахборот ресурслар марказини ташкил этиш ва уларни “ZiyoNet” компьютер тармоғи орқали ахборот электрон кутубхонасига улаш;
- Қишлоқ жойларда ижтимоий аҳамиятга эга инфратузилма объектларини телефонлаштириш;
- Республика ҳудудларида 72 та аналог қишлоқ телефон станцияларини «Коинот ЭлСГМ» рақамли станциялар асосида реконструкция қилиш;

- 200 та бориш қийин бўлган аҳоли пунктларида почта хизматларини ривожлантириш мақсадида, 20 та машинада қатновчи почта алоқаси бўлимларини ташкил этиш.

Ушбу чора тадбирларни амалга ошириш натижасида авваломбор инқирозга қарши дастурни руёбга чиқаришга замин яратса, иккинчи томондан телекоммуникация хизматлари бозорида рақобат муҳитини такомиллаштиришга асос булади.

3.2. Ўзбекистонда интернет бозорининг ривожланиш истикболлари

Ахборотлаштиришни ривожлантириш, иқтисодиёт ва жамият ҳаётининг барча соҳаларида замонавий ахборот технологияларини, компьютер техникаси ва телекоммуникация воситаларини оммавий равишда жорий этиш ҳамда улардан фойдаланиш, фуқароларнинг ахборотга ортиб бораётган талаб-эҳтиёжларини янада тўлиқроқ қондириш, жаҳон ахборот ресурсларидан барҳаманд бўлишни кенгайтириш учун қулай шарт-шароитларни яратиш алоқа ва ахборот-коммуникация соҳасини ривожлантиришни асосий вазифалари ҳисобланади.

Мамлакатимизда мустақиллик йилларида алоқа ва ахборотлаштириш соҳасини такомиллаштириш, ривожлантириш, ушбу соҳа учун малакали кадрларни тайёрлаш бўйича ўта муҳим бўлган бир қатор қонунлар, фармон ва қарорлар қабул қилинди. Булар соҳада туб ислоҳотларни амалга оширишга имкониятлар яратди. Мамлакатимизда ўтказилаётган иқтисодий ислоҳотлар халқ ҳўжалигининг етакчи соҳаларини либераллаштиришга қаратилган бўлиб, ахборот технологияларини соҳаси ҳам бундан мустасно эмас.

Ушбу жараён корхоналар фаолиятини йўлга қўйишда ўзгарувчан ташқи омилларни ҳамда корхоналарнинг мижозлар талабини қондириш имкониятларини ҳисобга оладиган қатъий ёндашувли жуда долзарб масаладир. Бугунги кунда ташқи бозорга интеграциялашувда машҳур фирма ва компанияларнинг имижига катта аҳамиятга эга бўлиб, ўзига хос корпоратив

шакл глобал бозорда ривожланиш имконини беради. Бозор муҳитини тинимсиз назорат қилмай туриб, бизнесни муваффақиятли юритиб бўлмайди. Аммо, шу ўринда қандай қилиб компания менежерлари харидорлар талабларининг ўзгаришини билиши мумкин, деган савол пайдо бўлиши табиий.

Бу каби масалаларни ечишда замонавий ахборот технологиялари биринчи галда ёрдамга келади. Ундан фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлиб, асосий вазифани Интернет ва компьютер ахборот тизимлари бажаради. Жумладан, Интернет — тижорат web-сайтлари эгаларининг янги харидорларни, дистрибьюторлар ва ишбилармон шерикларни жалб қилишида, савдо бозорларини кенгайтириш ва корхона учун самарали рекламани таъминлашида кенг имкониятлар яратиб бера олишини таъкидлаб ўтиш лозим.

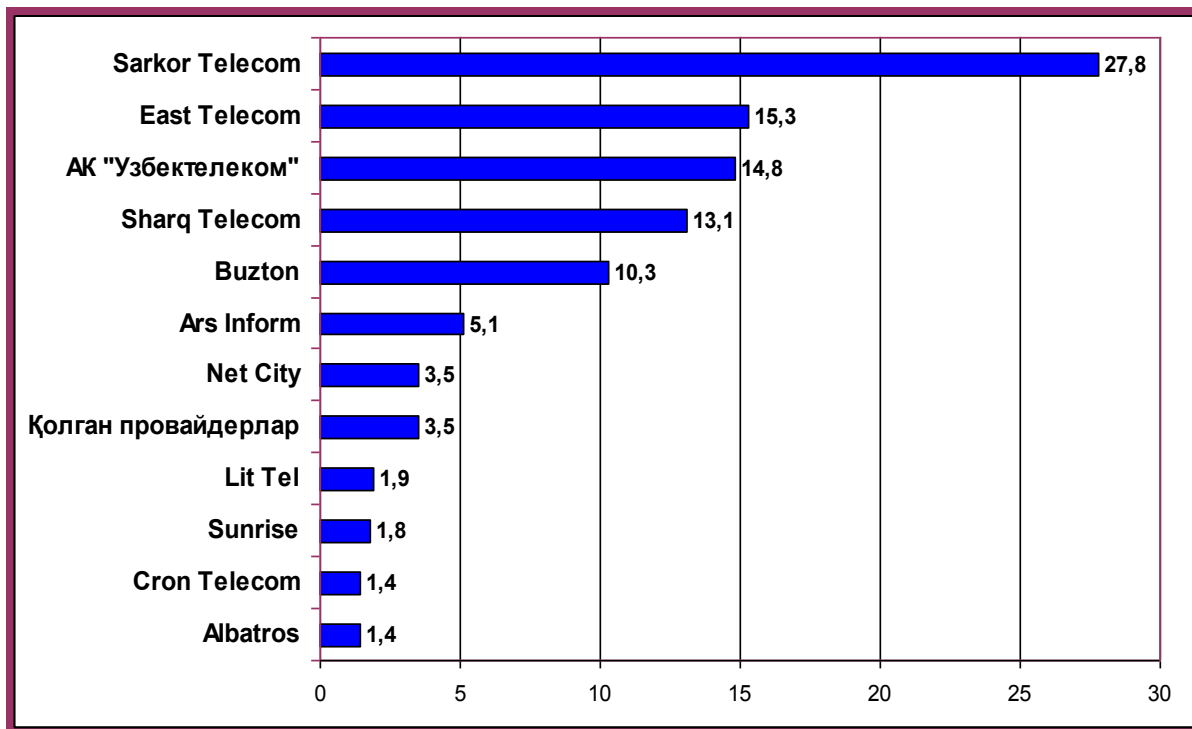
Ўзбекистонда интернет бозорининг ривожланиш истикболлари қай даражада ривожланганлигини кўриб чиқиш мақсадида ушбу таҳлилни кўриб чиқамиз. Тадқиқот объекти ҳисобланган интернет провайдерлар мисолида интернет хизматлари кўрсатиш жараёнини таҳлил этишда интернет хизматларини кўрсатувчи оператор ва провайдерларнинг вилоятлар кесимидаги фаолиятини ўрганган ҳолда интернет хизматларини кўрсатишни бир нечта зоналарга бўлиб ўрганиш мақсадга мувофиқ деб ҳисобладик.

Бу зоналар қуйидаги кўринишга эга:

- Биринчи зона - Тошкент шаҳри;
- Иккинчи зона - Фарғона водийси;
- Учинчи зона - Жиззах, Сирдарё ва Тошкент вилояти;
- Тўртинчи зона – Қашқадарё ва Сурхондарё вилояти;
- Бешинчи зона – Хоразм вилояти ва Қорақалпоғистон Республикаси.

Интернет хизматлари кўрсатиш таҳлилини зоналарга ажратган ҳолда ўрганишдан мақсад Ўзбектелеком АК турли вилоятларда бозор улушини турлича бўлганлиги ҳамда турли вилоятларда турли оператор ва провайдерларнинг хизмат кўрсатиши сабаб бўлди.

Биринчи Тошкент шаҳридаги интернет хизматларини кўрсатувчи оператор ва провайдерларининг улушини кўриб чиқамиз. Бу маълумотлар фоизларда (%) 3.1-расмда кўрсатилган.



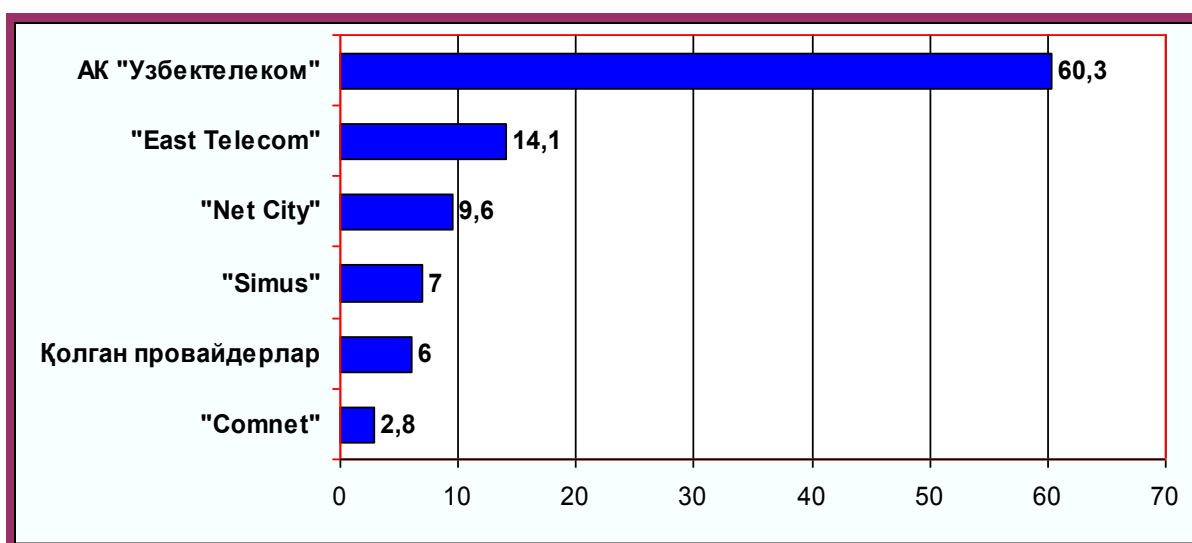
3.1-расм. Тошкент шаҳридаги интернет провайдерлари улуши (%).

Интернет хизматлари кўрсатувчи оператор ва провайдерларни вилоятлар кесимида бозор улуши таҳлилига кўра фақат Тошкент шаҳрида ўта каттик даражадаги рақобат борлигини кўришимиз мумкин бўлади. Тошкент шаҳрида 1 % ортиқ бозор улушига эга бўлган 11 та интернет операторлари ва провайдерлари фаолият юритмоқда. Шунингдек бозор улуши 1 % кам бўлган оператор ва провайдерларнинг умумий улуши 3.5 % ташкил этган. 2010 йил яқунларига кўра Тошкент шаҳрида бозор улуши энг юқори бўлган оператор сифатида Саркор телеком (27,8%) қатнашмоқда. Маълумот узатиш бўйича миллий оператор ҳисобланган Ўзбектелеком АК 14,8% билан учинчи ўринда бормоқда. Қизиқ бир ҳолатга эътиборни қаратиш лозим Саркор телеком бевосита Ўзбектелеком АК транспорт тармоғидан, яъни каналларини ижарага олган ҳолда фаолият юритади. Бу ҳолатда ҳам Саркор телеком

томонидан тўғри инвестицион сиёсат олиб борилганлиги сабабли рақобат кучли бўлган Тошкент шаҳрида энг илғор интернет оператор бўлиб турибди.

Саркор телеком ўз фаолиятини фақат Тошкент шаҳрига қаратган Республикамизнинг бошқа вилоятларида ушбу интернет провайдерлари фаолият олиб бормаяпти. Агар Саркор телеком вилоятларда ҳам ўз хизматларини тақдим этиш бўйича инвестицион сиёсатни олиб борадиган бўлса, рақобат кучсиз бўлган вилоятларда ҳам интернет хизматлари бозорида асосий сегмент эга бўлиши шубҳасиз.

Кейинги зона сифатида Фарғона водийсини кўриб чиқамиз.

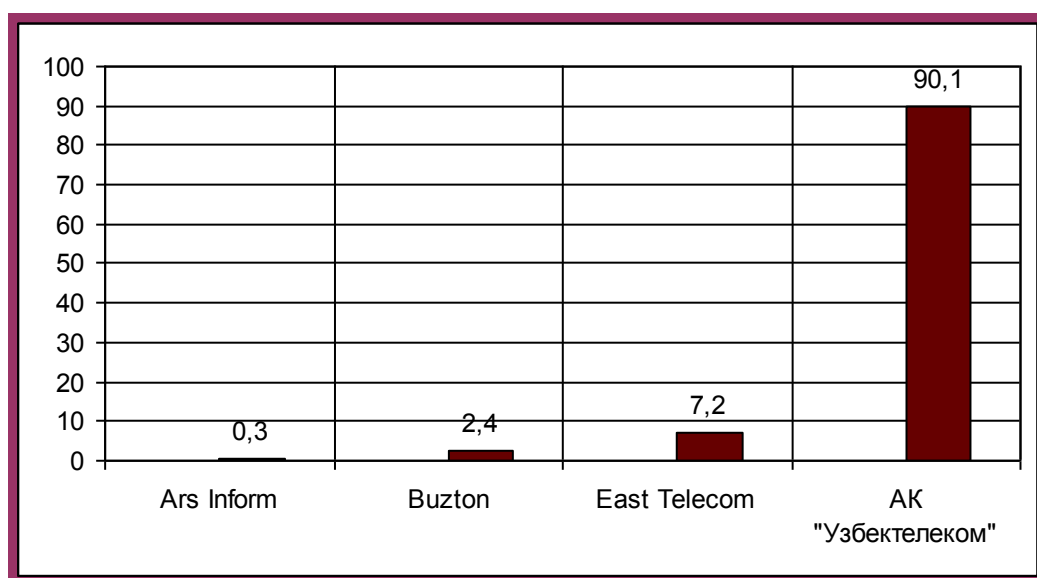


3.2-расм. Фарғона водийсидаги интернет провайдерлари улуши (%).

Юқоридаги расмдан маълумки Фарғона водийсида интернет операторлари ва провайдерларининг асосий улушини АК "Ўзбектелеком", яъни 60,3% ни ташкил этмоқда. Иккинчи ўринда эса "East Telecom" 14,1% ни эгаллаб турибди. Қолган провайдерлар улуши эса 6% ни ташкил этган. Фарғона водийсида интернет провайдерлари рақобат муҳити жуда яхши деб айтолмаймиз. Интернет провайдерлари сонининг камлиги ҳам бунни тасдиқлайди. Интернет хизматларини кўрсатувчи оператор ва провайдерлар сонини кўпайтириш ва рақобат муҳитини ривожлантириш мақсадга мувофиқ бўлади.

Жиззах, Сирдарё ва Тошкент вилоятидаги интернет хизматларини кўрсатувчи оператор ва провайдерлар улуши 3.3-расмда тасвирланган.

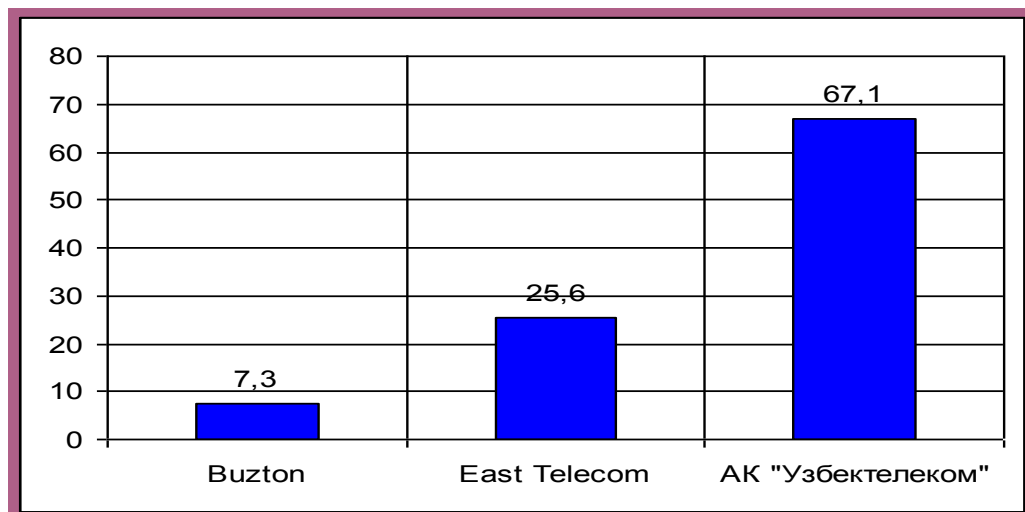
Бу расмдан кўринадики вилоятлардаги интернет хизматларининг асосий улушини АК “Ўзбектелеком” (90,1%) ташкил қилади. Бундан ташқари “East Telecom” – 7,2%, “Buzton” – 2,4% ва “Ars Inform” – 0,3% ни эгаллаб турибди. Бу вилоятлар кесимида интернет хизматлари самарадорлигини ошириш талаб этилади. Бунинг учун энг аввало маркетинг тадқиқотлари олиб бориш, бозор талаб ва таклиф таркибини ўрганиш ва шунга мос равишда интернет хизматлари тақдим этиш талаб этилади. Бундан ташқари интернет провайдерлари сонини кўпайтириш ва рақобат муҳитини кучайтириш мақсадга мувофиқдир.



3.3-расм. Жиззах, Сирдарё ва Тошкент вилоятидаги интернет провайдерлари улуши (%).

Кейинги зона сифатида Қашқадарё ва Сурхондарё вилоятлари танланган бўлиб, у қуйидаги 3.4-расмда тасвирланган. Қашқадарё ва Сурхондарё вилоятларида фақат 3 оператор фаолият олиб бормоқда халос. Жумладан, иккинчи зонада (Фарғона водийси) бозор улуши 2% юқори бўлган 5 оператор фаолият кўрсатмоқда. Жиззах, Сирдарё ва Тошкент вилоятларида эса 3 та оператор фаолият олиб бормоқда. Бозор улуши 2 % кам бўлган операторлар улуши умуман олганда жуда кам миқдорни ташкил этган. Бозордаги асосий улуш АК “Ўзбектелеком” тегишлидир, у барча вилоятларнинг энг юқори улушини эгаллаб турибди. Фақатгина Тошкент

шаҳри бундан мустасно. Умуман олганда фақат АК “Ўзбектелеком” ва East Telecom бутун республика бўйлаб интернет хизматларини кўрсатиб келмоқда. Қашқадарё ва Сурхондарё вилоятларида интернет провайдерлари умумий улушини АК “Ўзбектелеком” (67,1%), “East Telecom” (25.6%) ва “Buzton” (7,3%) эгаллаб туришибди.



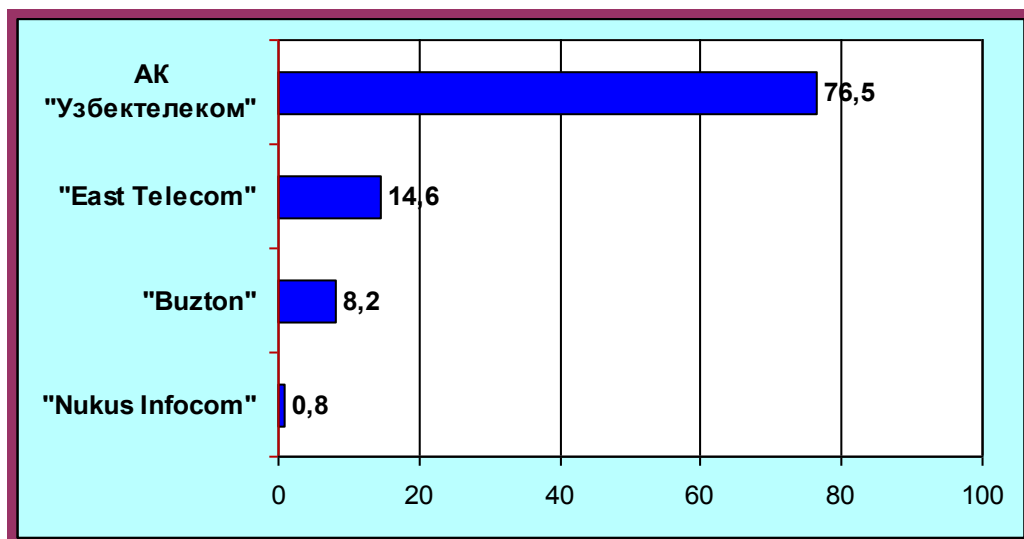
3.4-расм. Қашқадарё ва Сурхондарё вилоятларидаги интернет провайдерлари улуши (%).

Ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш 2002-2010 йилларда компьютерлаштириш ва ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш дастури, Мувофиқлаштирувчи кенгаш томонидан қабул қилинган дастурлар ва Кенгашнинг иш режасига мувофиқ амалга оширилади.

Сўнгги йилларда республикамізда ахборот-коммуникация тизимлари тармоқлари ва маълумотлар базаларининг яратилиши ва ишлатилишини тартибга солувчи кўплаб меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар ишлаб чиқилиб, амалиётга татбиқ қилинди. «Ахборотлаштириш ҳақида», «Электрон тижорат ҳақида»ги қонунлар, «Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий қилиш ҳақида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони, шунингдек, компьютерлаштириш ва ахборот технологияларини 2002-2010 йилларда ривожлантириш Дастури шулар жумласидандир. Албатта, ушбу қонун ва меъёрий ҳужжатлар доирасида юритилаётган фаолият ҳар бир жабҳада

етакчи ўринга чиқишимизни таъминловчи ҳукукий ҳимоя вазифасини ўтайди.

3.5-расмда Хоразм вилояти ва Қорақалпоғистон Республикаларидаги фаолият юритаётган интернет хизматлари провайдерлари ва операторлари сони улуши кўрсатилган.



3.5-расм. Хоразм вилояти ва Қорақалпоғистон Республикаларидаги интернет провайдерлари улуши (%).

Ахборот, коммуникация ва телекоммуникацион технологияларнинг ривожланиши Ўзбекистон иқтисодиётининг асосий қисмларидан бири бўлиб қолиши ва иқтисодиётни ривожлантирувчи асосий куч сифатида хизмат кўрсатиши керак. Иқтисодий ўсиш, турмуш тарзининг яхшиланиши ва маданий фаолиятнинг фаоллаштириш замонавий ахборот инфратузилмасини ва АТни кундалик ҳаётга кенг тадбиқ қилиш билан бирга тезлашади.

Давлатимиз раҳбарининг Олий Мажлис Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги қилган маърузасида мамлакатимиз иқтисодиётини барқарор ўсишининг таъминлаш, макроиқтисодий ва молиявий барқарорликка эришиш борасида бир қатор устувор йўналишларни ва вазифаларни белгилаб берган. Натижада 2010 йилда олиб борилган ислохотларнинг босқичма-босқич амалга оширилиши натижасида давлатимизнинг барча соҳаларида стабил иқтисодий ўсиш кузатилди.

АТнинг ривожланишини юқори тезликли алоқа тармоқларисиз тасаввур қилиш қийин, шу билан бирга интернетсиз ҳам. Интернет хизматларини ривожлантиришда авваломбор халқаро ахборот тармоқларидан фойдаланиш умумий тезлигини ошириш лозимдир.

Инсоният ахборотлаштириш соҳасида ҳақиқий инқилобий ўзгаришлар даврини бошдан кечирмоқда, умумжаҳон ахборотлашган жамияти шаклланмоқда. Бу ўзгаришлар асосини ахборотлаштириш, телекоммуникация ва компьютер технологиялари негизида ахборотни узатиш ҳамда истеъмолчига етказиб беришнинг энг замонавий ва самарали воситалари дунёга келаётганлиги ташкил этади. Телекоммуникация соҳаси эса иқтисодиётни мустаҳкамлашга хизмат қилувчи замонавий соҳа бўлиб, инсоният учун фойдали ва қулай хизмат турларини таклиф этади.

ХУЛОСА

Ушбу магистрлик ишда телекоммуникация хизматлари бозори, жумладан, интернет хизматлари бозоридаги рақобат муҳити ўрганилди ва интернет провайдерларнинг асосий кўрсаткичлари таҳлил қилинди.

Магистрлик диссертация ишининг биринчи бобида рақобатбардошликни назарий методологик асослари ўрганиш масаласи ёритилган. Ушбу масалани ҳал этишда рақобатбардошлик тушунчаси ва уни хизматлар бозорида бошқарувининг ўзига хос хусусиятларини ҳамда рақобатни бошқарувчи омиллар ва унинг афзалликларининг асосий манбаларини аниқлаш ҳамда рақобат ва рақобатбардошликни ифодаловчи кўрсаткичларни аниқлаш ва таҳлил қилишнинг назарий ва методологик муаммолари ўрганилди.

Ишнинг иккинчи боби “Ўзбекистонда интернет хизматлари бозорида рақобат муҳитини таҳлили” деб номланган бўлиб, ушбу бобда Интернет хизматлари бозорида иқтисодий ислохатларни чуқурлаштиришнинг асосий йўналишларини таҳлили, Ўзбекистонда интернет хизматлари бозорини ривожланиш тенденцияларини баҳолаш амалга оширилди.

Олиб борилган тадқиқот натижасида Ўзбекистонда интернет хизматлари бозорида рақобатни такомиллаштириш истиқболларини белгиланди. Ушбу истиқболлар сарасига Интернет хизматлари бозорида маркетинг фаолияти таҳлил қилиш ва Ўзбекистонда интернет бозорининг ривожланиш истиқболлари аниқлаш йўналишларини киритиш мумкин

Йигирманчи асрнинг боши юқори темпларда телекоммуникация, компьютер технологияси ва Интернетнинг ривожланиши билан тавсифланади. Шу билан бирга, алоҳида интернет хизматлари ҳам ўзининг интилувчан ўсиши билан ажралиб туради. Унинг сайёрамизнинг турли ҳудудларида ривожланиши ҳудудий ўзига хосликлар ва ундаги аҳолининг яшаш зичлиги ҳисобига рўй бермоқда.

Интернет хизматлари ўзининг тузилмалари ва тавсифномалари билан жуда яхши соҳа сифатида вужудга келди. Ҳозирги кунга келиб, интернет оператор ва провайдерлари ўзларининг бизнесларида узоқ муддатли ёрқин бозор ютуқлари ва муваффақиятларини кечирмоқдалар. Абонент базасини тенги йўқ ўсиши 2-3 йил олдинги қилинган энг аниқ башоратлардан ошиб кетмоқда.

Йигирма биринчи асрда интернет хизматлари олами янада янги рекордларни уриб ривожланмоқда. Ўзбекистондаги интернет операторлари ва провайдерлари ўртасидаги рақобат янада соғлом ва позитив тус олди.

Мутахассисларнинг баҳолашларича, ҳозирги кунда республикада интернет хизматларидан фойдаланувчиларнинг умумий сони 2011 йилга келиб 7,3 млн.дан ортганлиги кузатилмоқда. Шу ўринда таъкидлаш лозимки, бу кўрсаткич интернет соҳасининг жадаллик билан ривожланиб бораётганлигини ва унга бўлган талабнинг кундан – кунга ортиб бораётганлигини кўрсатмоқда.

Умуман олганда интернет хизматлари кўрсатиш бўйича мамлакатимизда ижобий натижалар кузатилмоқда. Лекин шу билан бир қаторда Ўзбектелеком АК мисолида фойдаланилмаётган имкониятларда самарали ва унумли фойдаланиш бўйича амалий ишларни олиб бориш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Мавжуд имкониятлардан самарали фойдаланиш ва кучли рақобат имкониятларига эга бўлиши учун қўйидаги чора тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

- Тошкент шаҳрида мавжуд кучли рақобат муҳитини ҳисобга олган ҳолда замонавий интернет хизматларини курсатишни таъминлаш мақсадида технологик жараёнларни янгилаш учун инвестицион сиёсатни устувор йуналишларини аниқлаш. Агар Ўзбектелеком АК Тошкент шаҳрида рақобатни бой берадиган бўлса бу ҳолат вилоятларга ҳам ўз таъсирини утказди ва провард натижада интернет хизматлари бозор улушини пасайишига олиб келиши мумкин

- Мобил алоқа хизматларини курсатувчи операторлар ҳам интернет хизматларини курсатиш жараёнидан фаол иштирок этатёганлигини ҳисобга олган ҳолда вилоятларда ҳам барқарор бозор улушига эга бўлишини таъминлаш чора тадбирларини ишлаб чиқиш;

- Ўзбектелеком АК тармоғи ривожлантириш ва такомиллаштириш ҳамда истемолчиларнинг 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;

- Ўзбектелеком АК тармоғи орқали рақамли ТВ ҳамда радиоэшиттиришларни жорий қилиш ва такомиллаштириш, интеллектуал ва бошқа хизматлар (Triple play, IP-TV, видеохизматлар ва ҳоказо)ни ривожлантириш бўйича истиқболли режалар ишлаб чиқиш ва бу жараёнларга инвестицияларни жалб этиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади/

- “Ўзбектелеком” АК рақамли телекоммуникация тармоғи қамровини кенгайтириши ҳамда кенг полосали FTTx технологияларини татбиқ этиш ишларини жадаллаштириш алаб этилади.

- CDMA-450 симсиз алоқа тизими қамрови мавжуд бўлган қишлоқ аҳоли яшаш пунктларида мижозларга рақамли телекоммуникация хизматларини кўрсатишни ривожлантириш.

- “Ўзбектелеком” АК томонидан Халқаро Интернет канали нархининг имкон қадар камайтириш асосида, Интернет хизматларини кўрсатувчи йирик оператор ва провайдерлар томонидан Интернет хизматлари тарифларига таъсир кўрсатиш тадбирларини ишлаб чиқиш.

- Интернет тармоғида Миллий контентини ривожлантириш тадбирларини изчиллик билан амалга ошириш. “UZ” зонаси сегментини ривожлантириш учун маълумотлар марказларининг ташкил этишни такомиллаштириш.

- «Ўзининг» харидорларига сотув хажмининг ўсиши. Интернет провайдерларнинг доимий мижозларига турли бонуслар тақдим этиш орқали мижозлар сонини ошириш тадбирларини амалга ошириш.

- Етук бозордаги ўсиш янги мижозларни қидируви ҳисобига уларни рақобатчилардан «тортиб олиш», «эришилган» гуруҳ истеъмолчиларига тақдим этилган хизматлар ҳажмининг ўсиши ва қўшимча хизмат турларини таклиф этиш.

- Банд бўлмаган соҳа қидируви. Бундай ёндашувнинг асосида шундай тамойил ётадики, яъни соҳанинг бошқа компаниялари қизиқиб кўрмаган хизмат турларини тақдим этиш ва изланишларни жамлашдан иборатдир.

- Бозорда корхонанинг нисбатан яхши фаолият юритиши мақсадида инновацион йўл билан бизнесни бошқариш. Яъни молиявий томондан янги инновацияларни жалб этиш.

- Янги гуруҳ истеъмолчилар ва ҳудудий бозорларнинг қидируви. Бу йуналишнинг асосида бозор чегарасини доимий кенгайтириш ётади, яъни қоплаш зонасини кенгайтириш, янги мижозларни жалб қилиш.

- Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари учун имтиёзли тариф режаларини ишлаб чиқиш орқали кичик бизнесни ривожланишига амалий ёрдам бериш

Умуман олганда бозордаги кучли рақобат муҳити талабларидан келиб чиққан ҳолда интернет провайдерлар истемолчиларнинг истиқболдаги эҳтиёжларини қондириш учун инвестиция жараёнларини бошқаришни такомиллаштириши ҳамда сифатли интернет хизматларини кўрсатишни таъминлаш тадбирларини амалга оширишлари мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Бошқача қилиб айтганда, мавжуд хизматлар ёки технологик жараёнларни ривожлантиришда истеъмолчиларнинг келгуси талабларини инобатга олиш лозим бўлади. Бу эса ўз навбатида маълумот узатиш ҳамда интернет хизматларини кўрсатувчи интернет провайдерларнинг рақобатбардошлигини ошишини таъминлайди. Провард натижада эса ахборот коммуникация технологиялари соҳасини, қолаверса миллий иқтисодиётни барқарор усиш суръатлари таъминланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикасининг ахборот-коммуникация соҳасига оид қонунлари: «Алоқа тўғрисида», «Радиочастоталар спектри тўғрисида», «Телекоммуникациялар тўғрисида», «Почта алоқаси тўғрисида», «Электрон рақамли имзо тўғрисида», «Электрон ҳужжат айланиши тўғрисида», «Электрон тижорат тўғрисида», «Ахборотлаштириш тўғрисида»
2. Ўзбекистон Республикасининг умумиқтисодий характердаги қонунлари: «Фаолиятнинг айрим турларини лицензиялаш тўғрисида», «Табиий монополиялар тўғрисида», «Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида», «Давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш тўғрисида»
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш тўғрисида»ги 2002 йил 30 майдаги Фармони.
4. «Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2002 йил 6 июндаги 200-сонли қарори;
5. «Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси қонунини амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 1997 йил 31 мартдаги 165-сон;
6. «Маҳсулот (ишлар, хизматлар)ни ишлаб чиқариш ва сотиш ҳаражатлари таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисидаги Низомни тасдиқлаш ҳақида»ги 1999 йил 5 февралдаги 54-сон;
7. «Телекоммуникациялар ва почта алоқаси соҳасида бошқарув тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2000 йил 27 ноябрдаги 458-сон;

8. «Телекоммуникациялар соҳасида фаолиятлари кўрсатиш ҳукуқи учун давлат божи миқдорларини тасдиқлаш тўғрисида»ги 2001 йил 24 октябрдаги 421-сон;
9. «Вазирлар Маҳкамасининг 2001 йил 24 октябрдаги 421-сон қарорига қисман ўзгартиришлар киритиш тўғрисида»ги 2001 йил 16 ноябрдаги 453-сон;
10. «2001-2005 йилларда компьютер ва ахборот технологиларини ривожлантириш, «Интернет» ахборот тизимларига кенг кириб боришни таъминлаш дастўрини ишлаб чиқишни ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2001 йил 23 майдаги 230-сон;
11. «Ўзбектелеком» Акциядорлик компаниясини хусусийлаштиришга тайёрлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 2001 йил 27 ноябрдаги 488-сон;
12. Каримов И.А. Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида. - Т.: Ўзбекистон, 1995.
13. Каримов И.А. Ўзбекистоннинг сиёсий-ижтимоий ва иқтисодий истиқболининг асосий тамойиллари. - Т.: Ўзбекистон, 1995.
14. Каримов И.А. Ўзбекистон XXI асрга интилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримовнинг 1999 йил 14 апрелдаги биринчи чақириқ Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг ўн тўртинчи сессиясидаги маърузаси. - Т.: Ўзбекистон, 1999.
15. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислон Каримовнинг 2008 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастўрнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
16. Каримов И.А. Жаҳон молиявий – иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. Тошкент, «Ўзбекистон». 2009.

17. Каримов И.А. Асосий вазифамиз – ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. Тошкент, “Ўзбекистон”. 2010.
18. Арипов А.Н. Современные тенденции развития телекоммуникаций - Т. Т. Мат-лы международной конференции «Экономика Ўзбекистана: Углубление экономических реформ и либерализации», ТГЭУ, 22-23 октября 2002.
19. Арипов А.Н. Состояние и перспективы развития телекоммуникаций в Республике Ўзбекистан. – журн. «Экономический вестник Ўзбекистана», №6. 2003. стр.28-32.
20. Арипов А.Н. Тенденции развития телекоммуникаций в Республике Ўзбекистан. – М., журн. «Электросвязь», №8, 2003.
21. Арипов А.Н., Иминов Т.К. Состояние и перспективы развития сферы телекоммуникаций республики Ўзбекистан Мат-лы 1-ой Международной конференции по телекоммуникациям в Центральной Азии и Каспийском регионе. Стамбул, Турция 22-24мая
22. Арипов А.Н., Иминов Т.К., Безбородов А.Г. Проблемы управления качеством информационных услуг в условиях углубления экономических реформ. - Т. Мат-лы международной конференции «Экономика Ўзбекистана: Углубление экономических реформ и либерализации», ТГЭУ, 22-23 октября 2002.
23. Арипов А.Н., Иминов Т.К., Инвестиционная политика развития телекоммуникаций. - Т. Мат-лы международной конференции «Техника и технология дистанционного обучения», ТУИТ, 13-14 май 2002.
24. Арипов А.Н., Иминов Т.К., Совершенствование ценообразования на услуги телекоммуникаций. Т. Мат-лы международной конференции «Экономика Ўзбекистана: Углубление экономических реформ и либерализации», ТГЭУ, 22-23 октября 2002.
25. Арипов А.Н., Махмудов М.М. Ценовая политика и методология формирования тарифов на услуги телекоммуникаций. – Журн. «Экономический вестник Ўзбекистана», №6. 2003. стр.36-39.

26. Арипов А.Н., Мирзахидов Х.М. Совершенствование организации системы управления маркетингом услуг телекоммуникаций. Ж., «Экономический вестник Ўзбекистана», 2003, № 8-9, стр.49-50.
27. Арипов А.Н. В фокусе правительств (Горизонты Ўзбекской почты) - М., Журн., «Почтовая связь. Техника и технология», 2004, №1, стр.2.
28. Буткеева Т.М. Методологические подходы к установлению тарифов в рыночной среде. Республиканский семинар «Внедрение новых технологий и либерализация рынка почты и телекоммуникаций». - Т.: ЎзАПИТ, НТО РЭС 2001.
29. Буткеева Т.М. Минимальная граница тарифа, как результат управления расходами. XLII НТК «Телекоммуникационные технологии XXI века». – Т.: ТЭИС, 2001.
30. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса. М.-Прспект, 2003.
31. Варакин Л.Е. Введение в теорию развития инфокоммуникаций. - Труды международной академии связи, 2000, № 2
32. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление. М.: -Омега-Л, 2004.
33. Государственное регулирование рыночной экономики. - М.: «Дело», 2002.
34. Гринберг А.С., Король И.А. Информационный менеджмент. М.: Юнити –Дана, 2003.
35. Згуровский М. Информационные сетевые технологии в науке и образовании. <http://www.zerkalo-nedeli.com/ie/show/400/35315/>
36. Избасаров А. Привлечение инвестиций и международная деятельность отрасли связи и информатизации. Журн. «Экономический вестник Ўзбекистана», №6. 2003., стр. 33-35.
37. Информационные технологии управления. / Под ред. Г.А. Титоренко. М.: ЮНИТИ, 2002., стр. 6-12.
38. Информационные технологии управления: Учеб. Пособие для вўзов / Под ред. Титоренко Г.А. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.

39. Информационные технологии. Под ред. Титоренко. М.: Юнити – Дана, 2002.
40. Кожакин В. Приватизация и реструктуризация – источники повышения эффективности отрасли связи и информатизации. Ж «Экономический вестник Ўзбекистана», 2003, №6, стр.21.
41. Круглова Н.Ю., Круглов М.И. Стратегический менеджмент. – М.:РДЛ, 2003.
42. Махмудов М.М. Роль отрасли связи и информатизации. Журн. «Экономический вестник Ўзбекистана», №6. 2003. стр.17-20.
43. Менеджмент. Под ред. М.М. Максимцева и М.А.Комарова. М., «Единство», 2002.
44. Мильчакова Н. Телекоммуникации в России: Структурные реформы и проблемы повышения рыночной стоимости акций. Ж. «Вопросы экономики» № 7, 2001.
45. Минаев В., Карпычев В. Экономические аспекты обеспечения информационной безопасности. Ж. «Вестник связи», М., 2003 г., №8, стр.23
46. Муҳитдинов Х.А., Иминов О.К. Телекоммуникация хизматлари бозори ривожланишининг молиявий асослари. Тошкент, “Академия” нашриёти. 2006.
47. Муҳитдинов Х.А. Ўзбекистонда ахборот - коммуникация технологиялари ҳолати ва истиқболи. Ж. “Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. Т., 2009., №5, 10-16-б.
48. Рахимбоев С.Қ. Телекоммуникация соҳасида баҳо сиёсатини такомиллаштириш. Ж. “Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. Т., 2009й., №5, 46-48-б.
49. Рейман Л.Д., Совершенствование системы государственного регулирования отрасли телекоммуникаций. С. Петербург, 2000.
50. Ременников В.В. Разработка управленческого решения: Уч. пособие для вўзов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

51. Соловьев В.С. Стратегический менеджмент. Учебник. Ростов-на-Дону, «Феникс», 2002.
52. Чернова Г.В., Кудрявцев А.А. Управление рисками. М.: -Прогресс, 2003.
53. Шибаршова Л.И. Развитие сферы почты и телекоммуникаций Республики Ўзбекистан в период рыночных преобразований (макроэкономические аспекты). Автореферат на соискание ученой степени док.эк.наук. Т., 2000.
54. Шибаршова Л.И. Информационные технологии и дистанционное обучение – новая эра образования. - Компас 2002, №4.
55. Aripov A.N., Iminov T.K, The state and prospects of the development of telecommunications sphere of the Republic of Uzbekistan 1-st International Caspian and Central Asian telecoms conferens. Istanbul, Turkey, 2002, 22-24 may.
56. www.tuit.uz
57. www.aci.uz
58. www.google.co.uz
59. www.ziyo.net