



RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA TELEKOMMUNIKATSIYA XIZMATLARI NARXLARINING SHAKLLANISHIGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI

Shoolim Shamansurov

O‘zbektelekom AK mutaxassisi

Tel: +998 99 797 90 93

Raqamli transformatsiya jarayonlari zamonaviy iqtisodiyotda narx shakllanish mexanizmlarining mazmuni va funksional rolini tubdan o‘zgartirmoqda. Telekommunikatsiya xizmatlari bozori ushbu o‘zgarishlarning eng faol namoyon bo‘layotgan sohalaridan biri bo‘lib, unda narxlar endilikda nafaqat ishlab chiqarish xarajatlari va talab–taklif nisbatlari, balki texnologik innovatsiyalar, raqamli infratuzilma, platforma iqtisodiyoti, iste’molchi xulq-atvori va institutsional muhit ta’sirida shakllanmoqda. Mazkur ilmiy tezisda raqamli transformatsiya sharoitida telekommunikatsiya xizmatlari narxlarining shakllanishiga ta’sir etuvchi asosiy iqtisodiy, texnologik, bozor va regulyativ omillar tizimli va nazariy jihatdan chuqur tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari narx siyosatini ishlab chiqishda kompleks va ilmiy asoslangan yondashuv zarurligini asoslab beradi.

Raqamli transformatsiya tushunchasi iqtisodiy adabiyotlarda ishlab chiqarish, xizmat ko‘rsatish va boshqaruv jarayonlarining raqamli texnologiyalar asosida tubdan qayta tashkil etilishi sifatida talqin etiladi. Bu jarayon iqtisodiy munosabatlarning barcha bosqichlariga, jumladan narx shakllanish mexanizmlariga ham bevosita ta’sir ko‘rsatadi. An’anaviy iqtisodiy nazariyada narxlar asosan ishlab chiqarish xarajatlari, bozor raqobati va iste’molchi talabi asosida shakllanadi. Biroq raqamli iqtisodiyot sharoitida ushbu yondashuvlar tobora cheklangan tus ola boshladi.

Telekommunikatsiya xizmatlari bozori bu jarayonni yaqqol namoyon etadi. Aloqa xizmatlari moddiy mahsulotlardan farqli ravishda nomoddiy xarakterga ega bo‘lib, ularni ishlab chiqarish va tarqatish jarayonida raqamli infratuzilma hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Shu sababli narxlar bilan real ishlab chiqarish xarajatlari o‘rtasidagi bog‘liqlik zaiflashadi, narxlar esa strategik va bozorni boshqaruvchi instrumentga aylanadi. Varian (2019) ta’kidlaganidek, raqamli xizmatlarda marginal xarajatlarning pastligi narx shakllanishining yangi mantig‘ini yuzaga keltiradi.

Telekommunikatsiya xizmatlari iqtisodiy jihatdan tarmoq effektlariga ega bo‘lgan xizmatlar toifasiga kiradi. Bunday xizmatlarda foydalanuvchilar sonining ortishi xizmatning umumiy qiymatini oshiradi, bu esa narx shakllanishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Tarmoq iqtisodiyoti nazariyasiga ko‘ra, bunday bozorlarda narxlar ko‘pincha qisqa muddatli foydadan ko‘ra, uzoq muddatli bozor kengayishini ta’minlash maqsadida shakllantiriladi (Shy, 2001). Telekommunikatsiya infratuzilmasining yuqori kapital sig‘imi narx siyosatini strategik



rejalashtirishni talab qiladi. Dastlabki investitsiyalar juda katta bo'lsa-da, qo'shimcha foydalanuvchiga xizmat ko'rsatish xarajati nisbatan past bo'ladi. Shu bois operatorlar narxni minimal darajaga tushirib, foydalanuvchilar sonini ko'paytirish orqali miqyos samaradorligiga erishishga intiladi.

Raqamli transformatsiyaning asosiy drayverlaridan biri texnologik innovatsiyalardir. Mobil aloqa texnologiyalarining avlodlari almashinuvi, keng polosali internet, bulutli hisoblash va sun'iy intellekt asosidagi tarmoq boshqaruvi narx shakllanish jarayonini tubdan o'zgartirdi. Texnologik rivojlanish xizmat sifati va tezligini oshiribgina qolmay, narxlarni xizmat darajasiga qarab differensiallash imkonini ham kengaytirdi. Masalan, yuqori tezlikdagi internet yoki premium mobil xizmatlar uchun yuqoriroq narx belgilash imkoniyati yuzaga keldi. Shu bilan birga, texnologik samaradorlikning oshishi arzon tarif paketlarini joriy etish imkonini ham yaratdi. Bu holat narx shakllanishini ko'p qatlamli va segmentatsiyalangan jarayonga aylantirdi.

Raqamli transformatsiya telekommunikatsiya bozorida raqobat muhitini sezilarli darajada kuchaytirdi. An'anaviy operatorlar bilan bir qatorda virtual mobil operatorlar va raqamli platformalar bozorga kirib keldi. Bu esa narx bosimini kuchaytirib, operatorlarni yangicha narx strategiyalarini ishlab chiqishga majbur qildi (Gruber, 2007). Narxlar endilikda raqobatda ustunlik beruvchi yagona omil bo'lib qolmadi. Operatorlar xizmatlarni paketlash, bonuslar, individual takliflar va sodiqlik dasturlari orqali raqobatlashmoqda. Natijada narxlar bozor muvozanatini saqlovchi va iste'molchi ehtiyojlariga moslashuvchi mexanizmga aylandi.

Raqamli transformatsiya iste'molchi xulq-atvorini ham tubdan o'zgartirdi. Telekommunikatsiya xizmatlari endilikda kundalik ehtiyoj sifatida qabul qilinmoqda. Bu holat talab elastikligini murakkablashtirib, narx shakllanishiga yangi talablarni qo'ymoqda. Iste'molchilar narxga sezgir bo'lish bilan birga, xizmat sifati, qulayligi va barqarorligiga ham katta e'tibor qaratmoqda. Hausman va hammualliflar (1994) ta'kidlaganidek, differensiallashgan mahsulotlar bozorida iste'molchilar narxdan ko'ra, mahsulotning umumiy qiymatini baholaydi. Telekommunikatsiya xizmatlari aynan shunday bozorlar sirasiga kiradi. Shu bois narx siyosati iste'molchi ehtiyojlari va xulq-atvorini chuqur tahlil qilgan holda ishlab chiqilishi zarur.

Telekommunikatsiya xizmatlari bozori yuqori darajada regulyatsiya qilinadigan soha hisoblanadi. Davlat siyosati, litsenziyalash talablari va raqobatni tartibga solish mexanizmlari narx shakllanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Raqamli transformatsiya sharoitida regulyatorlar narxlarni qat'iy belgilashdan ko'ra, bozor mexanizmlarini qo'llab-quvvatlovchi yondashuvlarga o'tmoqda.

OECD tadqiqotlariga ko'ra, raqamli telekommunikatsiya bozorlarida narx siyosati investitsiyalarni rag'batlantirishi, raqobatni susaytirmasligi va iste'molchi manfaatlarini himoya qilishi lozim (OECD, 2021). Shu sababli institutsional muhit narx shakllanishining



muhim determinanti hisoblanadi.

So‘nggi yillarda telekommunikatsiya operatorlari ma’lumotlar iqtisodiyotining faol subyektiga aylandi. Katta hajmdagi foydalanuvchi ma’lumotlarini tahlil qilish narxlarni individual asosda belgilash va dinamik tariflarni joriy etish imkonini bermoqda. Bu jarayon narx shakllanishini real vaqt rejimida moslashtirishga xizmat qiladi va iqtisodiy samaradorlikni oshiradi.

Nazariy tahlil shuni ko‘rsatadiki, raqamli transformatsiya sharoitida telekommunikatsiya xizmatlari narxlarining shakllanishi ko‘p omilli va murakkab jarayondir. Texnologik innovatsiyalar, bozor raqobati, iste’molchi xulq-atvori, institutsional muhit va raqamli platformalar ushbu jarayonning asosiy determinantlari hisoblanadi. Shu bois, narx siyosatini ishlab chiqishda an’anaviy yondashuvlar bilan cheklanib qolmasdan, kompleks va ilmiy asoslangan strategiyalarni qo‘llash zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Gruber, H. (2007). Competition and innovation: The diffusion of mobile telecommunications. *Information Economics and Policy*, 19(2), 176–193. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2007.02.002>
2. Hausman, J. A., Leonard, G. K., & Zona, J. D. (1994). Competitive analysis with differentiated products. *Annales d’Économie et de Statistique*, (34), 159–180. <https://doi.org/10.2307/20075955>
3. OECD. (2021). *Broadband pricing and competition policy*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/8f5f4a1e-en>
4. Shy, O. (2001). *The economics of network industries*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511754006>
5. Varian, H. R. (2019). *Intermediate microeconomics: A modern approach* (9th ed.). W. W. Norton & Company.
6. Shokirovna, B. Z., & Muxayyo, Y. (2023). Xurram o‘g‘li XS TOPIC: DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN UZBEKISTAN. *Scientific Impulse*, 2(16), 42-45.