

ҰЛТТЫҚ ТЕЛЕҚАТЫНАСТАР ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ МЕН ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Бекжанова Н.М.

Современное состояние и тенденции развития национальной телекоммуникационной инфраструктуры. Телекоммуникационная отрасль в настоящее время является одной из самых динамично развивающихся в мире, объем информации передаваемой через телекоммуникационную инфраструктуру, удваивается каждые 2-3 года.

Current state and tendencies of development of a national telecommunication infrastructure. The telecommunication branch is now one of most dynamically developing in the world, volume of the information transferred through a telecommunication infrastructure, doubles each 2-3 years.

Телеқатынастар саласы – бұл дамуына көп көңіл бөлініп жатқан, Қазақстан Республикасының экономикалық және әлеуметтік инфрақұрылымының маңызды құрамы. Ақпараттық-қатынас технологиялары экономиканы түбегейлі өзгертуде, оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруда аса зор рөл атқарады. Оның ақпараттың шұғыл алмасуын және қызметтің кез-келген саласында инновациялық ұсыныстардың жедел жеткізілуін қамтамасыз етеді. Бұл сала жылдан жылға көлемін арттырып және көрсетіліп жатқан қызметтері аясын кеңейте отырып, тұрақты дамып келе жатыр.

Қазақстан Республикасында ЖІӨ құрылымындағы телеқатынастар саласының үлесі жылдан жылға тұрақты өсіп келеді (1-кесте).

Кесте 1 – ҚР ЖІӨ құрылымындағы телеқатынастар саласының үлесі, пайыз [1]

Жыл	ЖІӨ, млрд.теңге	Нақты көлемінің индексі, өткен жылға пайызбен	ЖІӨ құрылымындағы телеқатынастар саласының үлесі, пайыз
2004	4 138,0	123,33%	2,71%
2005	5 326,9	128,73%	2,99%
2006	6 884,8	129,24%	2,93%
2007	7 080,2	102,84%	3,68%
2008	7 703,8	108,81%	3,84%

Ескертпе – ҚР Статистика агенттігінің мәліметтері негізінде құрастырылды.

Кестеден Қазақстанда соңғы үш жылдың ішінде орта есеппен телеқатынастар қызметінің өсу қарқыны жылына 38,8 пайызды құрағанын байқауға болады. Қазіргі кезде телеқатынастар қызметінің қазақстандық нарығы сегменті 120 мың мерзімді тұлғалар мен 2 200 мың үй шаруашылықтарын қамтиды.

Қазіргі кезде телеқатынастар қызметі нарығының негізгі даму тенденцияларының бірі бәсекелестік күресті күшейту болып табылады. Саладағы бәсеке ауқымдылық, серпінділік және инновация сияқты өлшемдермен сипаталады. Нарықта бәсекенің нысандары мен әдістерінің тез жаңаруы нарықтың жаңа сегменттерін жаулап алу үшін қызметтің сапасын көтеру және бәсекеге қабілеттілігін арттыру қажеттілігін тудырып отыр. Мұнда оператор кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі деп бәсекелестерге қарағанда өз

абоненттеріне неғұрлым тартымды тұтыну өлшемдерімен қызмет көрсетудегі оның нақты және әлеуетті мүмкіндіктерін түсінеміз.

Бүгінгі таңда Қазақстан Республикасында телеқатынастар қызметі нарығы жалпы әлемдік телеқатынастар кешенінің бір бөлігі ретінде қызмет етеді. Осыған орай қазақстандық телеқатынастар қызметі нарығын ырқына жіберу төмендегідей 3 сатыдан тұрды [2]:

Бірінші саты (2003-2004жж.) – саланың қазіргі жағдайы мен даму деңгейін талдау, әмбебап және жалпы қол жетімді телеқатынастар қызметін қаржыландыру механизмін жасау, қызметті уақыт бойынша есептеу жүйесін енгізу;

Екінші саты (2004-2006жж.) – операторларға лицензиялық талаптарға сәйкес жауап беретін халықаралық байланыс қызметтерін көрсету құқықтарын беру арқылы телеқатынастар қызметі нарығын біртіндеп ырқына жіберуді жүзеге асыру;

Үшінші саты (2006-2008жж.) – Қазақстанның 2012 жылы әлемнің неғұрлым бәсекеге қабілетті 50 елінің қатарына ену алғышартын жүзеге асыру мақсатында ұлттық телеқатынастар қызметі нарығын толықтай ырқына жіберу.

Осы стратегияға сәйкес 2008 жылдың 1 қаңтарындағы мәліметтер бойынша Қазақстан Республикасы Ақпараттандыру және байланыс агенттігі 1466 лицензия берген. Бірақ әлемде орын алған қаржы дағдарысының әсері бұл үдеріске түзетулер енгізді. Бұның негізгі себептерінің бірі болып телеқатынастар қызметі нарығында құрылымы көптеген ұсақ провайдерлерден, орташа компаниялар мен бір ғана ірі холдингтен тұратын ұлттық брендтердің төменгі деңгейі немесе олардың тіпті жетіспеушілігі табылады. Қазақстан Республикасы Ақпараттандыру және байланыс агенттігінің 2009-2011 жылдарға қызметінің стратегиялық бағыттарына мыналар жатады:

1. Халыққа және кәсіпорындарға электронды қызметтер ұсыну;
2. Халықты және кәсіпорындарды қол жетімді және байланыс қызметтерімен қамтамасыз ету;
3. Азаматтар мен кәсіпорындарды күнделікті өмірде ақпараттық-телеқатынастық технологияларды кеңінен қолдануға көшіру.

Бұл аталған міндеттерге қол жеткізуде нарықта телеқатынастар қызметінің бәсекелі нарығын құру үшін мемлекет тарапынан қолайлы және оңтайлы жағдайлар туғызылуы маңызды.

Қазақстанда телеқатынастар қызметі нарығында клиенттерге қызмет көрсетуде нарықтың белгілі бір сегменттерін иеленетін көптеген байланыс операторлары қызмет етуде. Дегенмен нарықта халықаралық және қалааралық телеқатынастар қызметтерін ұсынуда монополиялық жағдай қалыптасып отыр. Бұл нарықтың әртүрлі сегменттері үшін кең ауқымды қызмет аясын ұсынатын ұлттық байланыс операторы – «Қазақтелеком» АҚ – бүгінгі таңда қалааралық, халықаралық телефон байланысының толық құқықты операторлары ролін мына кәсіпорындар атқаруда: «KazTransCom» АҚ, «Транстелеком» АҚ, «Арна» АҚ, «Astel» АҚ, «Нұрсат» АҚ.

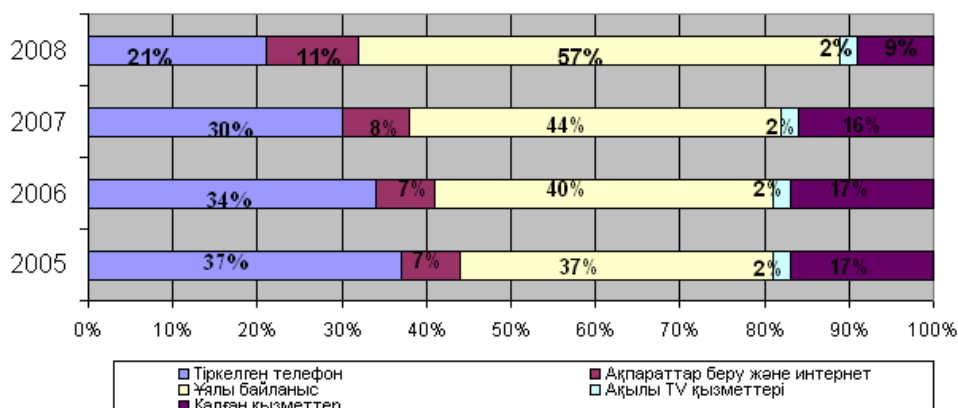
2009 жылы байланыс нарығының жиынтық көлемі 420 млрд. теңгеден асқан, бұл 2008 жылға қарағанда 3 пайызға жоғары. Ұлттық байланыс нарығының жылдан жылға тұрақты өсу қарқынын байқаймыз (2-кесте).

Кесте 2 – 2007-2008 жж. телеқатынастар нарығының табыс көлемі, млн.теңге

Оператор атаулары	2007 жылдағы табыс	2008 жылдағы табыс	2008 жылғы табыстың 2007ж. қарағандағы өсу қарқыны, %
«Қазақтелеком» АҚ	118 057	126 124	107%
«К-Селл» ЖШС	105 228	123 000	117%
«Кар-Тел» ЖШС	81 642	87 983	108%
«Алтел» АҚ	8 448	9 000	107%
«Транстелеком» АҚ	6 858	8 969	131%
Сала бойынша барлығы	314 000	379 000	121%

2008 жылы телеқатынастар нарығы 2007 жылмен салыстарғанда 21 пайызға өсті және 379,0 млрд. теңгені құрады. 2009 жылы нарықтың өсу қарқыны әлемдік қаржы дағдарысының салдарына қарамастан, бір қалыпта сақталып отыр, яғни өткен жылмен салыстырғанда 41 млрд. теңгеге артқан. Дегенмен жақын 3 жылда нарықтың өсу қарқыны төмендеп, 2013 жылы 8 пайызды құрайды деп күтілуде. Телеқатынастар нарығы қаржы дағдарысы салдарынан айтарлықтай зардап шеккен жоқ. Мәселен адам жұмыстан шығып қалған күннің өзінде, ол ең алдымен рекрутинг компанияларға телефон шалып, резюме жібереді, сөйтіп телеқатынастар қызметтерін белсенді пайдаланады.

Ұлттық телеқатынастар қызметі нарығының құрылымын келесі суреттен көруге болады.



Сурет 1 – Телеқатынастар нарығы құрылымының өзгеру серпіні, пайыз [3]

2009 жылдың 1 қаңтарына «iKS-Consulting» халықаралық талдау агенттігінің мәліметтері бойынша телеқатынастар қызметі нарығының жалпы көлемі шамамен 420 млрд. теңгені құрады, бұл көрсеткіш 2008 жылмен салыстырғанда 3 пайызға артық. Қазақстанда телеқатынастар қызметі нарығының жоғары қарқынмен дамуының негізгі факторы болып ұялы телефон секторы табылады. Нарықтың 57 пайыз негізгі үлес салмағын ұялы байланыс иеленеді, бұл көрсеткіш 2008 жылы 2005 жылмен салыстырғанда шамамен 35 пайызға өскен. Мұның себебі болып ақпараттандыру мен байланыс саласындағы ғылыми-техникалық байланыстың жоғары қарқынмен дамуы табылады. Қазақстанда ұялы байланыстан түскен табыстың көлемі соңғы үш жылдың ішінде 3 есеге өскен. Телеқатынастар қызметі құрылымындағы ұялы байланыс секторының ұстанымы жылдан жылға нығайып келеді. Егер 2004 жылы нарықтың жалпы көлеміндегі оның үлесі 35 пайызды құраса, ал 2008 жылы 57 пайызды құрады. Ақшалай нысанда ұялы байланыс нарығының көлемі

2009 жылы 237 млрд. теңгені құрады, бұл көрсеткіш 2008 жылмен салыстырғанда 7,8 пайызға артық. Тіркелген абоненттер саны да 2009 жылы 16,47 млн. адамды құрап, 2008 жылға қарағанда 3,5 пайызға өскен. Ұялы байланыс операторлары келесі факторлардың арқасында табыстың өсу қарқынын сақтап қалды:

- Белсенді абоненттер санының өсуі. Бұрын тіркелген, бірақ белсенді болмаған абоненттерді қайтадан тарту шараларын жүргізу «төлем қабілетті» абоненттер санын арттыруға мүмкіндік берді;

- Қосымша қызметтерді (VAS) тұтыну көлемінің артуы. 2009 жылы қосымша қызметтерден түскен табыс көлемі (30,1 млн. теңге) ұялы байланыс операторларының жалпы табысынан да асып түскен. Бұл жағдай адамдардың ақпараттарды соңғы үлгідегі USB-модем арқылы беру қызметін кеңінен пайдалануымен, сондай-ақ ұялы телефонмен сөйлесуге қарағанда анағұрлым арзан келетін SMS хаттар жіберуге бейімделуімен түсіндіріледі;

- Нарықта бәсекенің күшеюі ұялы байланыс қызметінің құнын төмендеуіне алып келді.

Ұялы байланыс нарығында негізгі брендтер болып мына оператор компаниялар табылады: «Beeline» (33%), «Activ» (27%), «K-Cell» (20%). Ұялы байланыс нарығында тұтынушыларға әртүрлі қызмет түрлері көрсетуде «өнімдер соғысы», яғни өткір бағалық бәсеке орын алған.

Тіркелген телефон байланысы өзінің дәстүрлі байланыс қызмет екеніне қарамастан, Қазақстан Республикасында телеқатынастар нарығында ұялы байланыс нарығынан кейінгі екінші орынды (30%), яғни нарықтың 1/3 бөлігін иеленеді. Оның көлемі 2008 жылы шамамен 82 млрд. теңгені құрады. Соңғы төрт жылдың ішінде аталған нарықтың өсу қарқыны 13,6% пайыздан 3,9 пайызға дейін төмендеді, ал телеқатынастар қызметі нарығының жалпы көлеміндегі бұл сектордың үлесі 38 пайыздан 21 пайызға дейін төмендеді.

Тіркелген байланыс желісінің саны 3,8 млн. бірлік болса, ал «Қазақтелеком» АҚ-ның абоненттік базасы 3 млн. бірлікті құрайды. Сонда тіркелген телефон байланысы нарығының негізгі үлесін «Қазақтелеком» АҚ иеленеді.

2009 жылы тіркелген байланыс секторынан алынған жалпы табыс көлемі 2008 жылмен салыстырғанда 2,8 пайызға төмендеген. Табыстың өсу қарқынының төмендеуі мынадай факторларға байланысты:

- Экономикалық тұрақсыздық жағдайында кәсіпорындардың іскерлік белсенділігінің төмендеуі салдарынан жақын және алыс шет елдермен сөйлесу қажеттіліктерінің азаюы;

- Ауылдық жерлерді телефондандыру есебінен нарықтың толығы. Қазақстандық үй шаруашылықтарының жалпы санының 54 пайызын қалалық үй шаруашылықтары құрайды. Телефон байланысының ену деңгейі 63 пайыз болғанда қала тұрғындарының телефон қызметіне қажеттілігі толықтай қанағаттандырылды деуге болады;

- Дәстүрлі телефон байланысын ұялы телефонмен алмастыру. Жақын және алыс шет елдермен ұялы байланыс арқылы тілдесу тарифінің төмендеуі.

Келесі көрсеткіш – тіркелген байланыстың телефон тығыздылығына тоқталамыз. Қазіргі кезде Қазақстан бойынша телефонмен қамтамасыз етілу орташа тығыздығы 100 тұрғынға шаққанда орта есеппен 23 тіркелген желіні

құрайды. Бұл Еуропа елдерімен салыстырғанда 1,5 есеге төмен, бірақ ТМД азия елдерімен салыстырғанда 1-3 есеге дейін жоғары.

Кесте 3 – Қазақстанда телеқатынастар қызметінің ену деңгейі [3]

Көрсеткіштер	2007ж.	2008ж.	2009-2011жж. (болжам)
Тұтастай нарық бойынша жергілікті телефон байланысы қызметінің 100 тұрғынға шаққандағы ену деңгейі	62,3 жанұя	68,4 жанұя	74,9 жанұя
100 тұрғынға шаққандағы телефон тығыздығы	20,8 тіркелген желі	23,4 тіркелген желі	26 тіркелген желі
Тұтастай нарық бойынша интернет желілері қызметінің 100 тұрғынға шаққандағы ену деңгейі	12,3 адам	14,8 адам	17,3 адам

Телеқатынастар қызметінің 100 жанұяға шаққандағы ену деңгейі тіркелген телефон сегментінде айтарлықтай жоғары, нарықтағы жалпы үлесі 68,4 жанұяды құрайды. Егер тіркелген байланыс сегменті жөнінде айтатын болсақ, аталған сегменттің даму әлеуеті жақын 3-4 жылда болмақ. Дегенмен тіркелген байланыс саласы, сондай-ақ ұялы байланыс нарығы толығы жағдайына жақын.

Тіркелген байланыс сегментінің дамуында өзінің еншілес компаниялары арқылы ұлттық телеқатынастар қызметі нарығының дамуына айтарлықтай ықпал ететін ұлттық байланыс операторы – «Қазақтелеком» АҚ алатын орны ерекше (4-кесте).

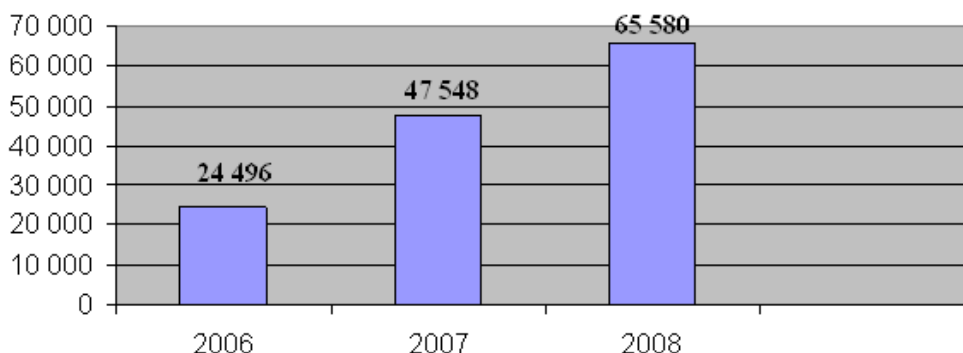
Кесте 4 – Қазақстанда тіркелген телефон нарығының бөлінуі [3]

Компаниялар	Жергілікті телефон, нарық үлесі, %			Қалааралық және халық-аралық телефон, нарық үлесі, %		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Қазақтелеком	91,2	92,0	91,70	85,6	85,4	80,6
Ducat	1,5	1,4	1,42	2,2	2,4	3,4
Nursat	0,5	0,4	0,42	0,7	0,7	1,5
Astel	-	-	-	1,5	1,5	1,9
TNS-Plus	-	-	-	2,7	2,8	3,2
KazTransCom	0,8	0,8	0,81	1,8	1,7	2,1
Transtelecom	3,5	3,1	3,12	3,5	3,2	3,8
Golden telecom	0,4	0,4	0,41	-	-	-
Басқа операторлар	2,1	1,9	2,12	2,0	2,3	3,5
Барлығы	100	100	100	100	100	100

Кестеден көріп отырғанымыздай, «Қазақтелеком» АҚ жергілікті телефон нарығында монополист болып табылады, сондай-ақ оның нарықтағы үлес салмағы жылдан жылға тұрақты өсіп келеді. Компания өзінің қызметін сауда үйінің қағидасымен жүзеге асырады, яғни жылжымайтын мүлік түріндегі активтерін ұсақ кәсіпкерлерге жалға береді. Көптеген оператор кәсіпорындар қызметін франчайзинг шартымен жүзеге асырады. Сонда компания 78,5 пайыз өзінің баланстық пайдасын және шамамен 90 пайыз капиталдандырылған рента түрінде табыс алады. Сонымен қатар монополист компания нарыққа басқа

операторлардың кіруіне кедергі жасап, тарифті құру жүйесіне айтарлықтай ықпал етеді.

Телеқатынастар нарығының анағұрлым тез қарқынмен дамып келе жатқан қызметтерінің бірі – Интернет қызметтері. Оның нарықтағы үлесі 8 пайызды құрайды және айтарлықтай өсу әлеуетіне ие (6-сурет).



Сурет 2 – Интернет және ақпараттарды беру қызметі нарығының даму серпіні

Дегенмен біздің елімізде Интернеттің дамуын тежейтін объективті себептер бар. Бұл қазақстандық ақпараттық контентаның дамымауы және халықты компьютерлендірудің нашарлығы. Қатардағы пайдаланушылар үшін оның тартымдылығын арттыру мақсатында Қазақстандық контентті толықтыру мәселесі ең бастылардың бірі болып табылады және мемлекет тарапынан ерекше назар аударуды талап етеді.

Осы заманғы телекоммуникация нарығындағы қатаң бәсекелестік және дәстүрлі телефон байланысы көлемінің төмендеуі жағдайында жаңа буындағы әртүрлі қызметтер ұсыну басымдық болып табылады. Жылдам және ең аз шығындармен жаңа, барынша жетілдірілген сервистерді енгізу мүмкіндігі, сондай-ақ клиенттердің әртүрлі топтары үшін сараланған қызметтер пакеттерін қалыптастыру – байланыс нарығында берік ұстанымды құрудың кілті.

Қорытынды

Сонымен қазіргі кезде телеқатынастар саласы әлемде жоғары қарқынмен дамып келе жатқан қызмет көрсету аясы, телеқатынастар инфрақұрылымы арқылы берілетін ақпараттар көлемі 2-3 жылда еселеніп өсуде. Елдегі ЖІӨ құрамында телеқатынастар саласынан түсетін табыстың үлесі, сондай-ақ онда жұмыс жасайтындар саны жылдан жылға артуда.

Әдебиеттер:

1. Қазақстан Республикасы статистикалық жинағы, Астана, 2009
2. Сулейменова Б.М. Управление развитием национальных брендов на рынке телекоммуникационных услуг РК. Автореферат, Алматы, 2009
3. Қазақстан Республикасының көлігі мен байланысы. Статистикалық жинақ, 2009 жыл