



ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Сүндетбаева Айнұр – магистрант
Қазақ технология және бизнес университеті,
Астана қаласы, Қазақстан

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЭЛЕКТРОНДЫҚ САУДА МЕН ТӨЛЕМДІ ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ

Резюме: В данной статье рассмотрены условия электронной торговли, а также этапы организации и совершенствования национальной системы электронных платежей в Республике Казахстан.

Summary: In this article conditions of electronic trade, and also stages of the organization and improvement of national system of electronic payments in Republic of Kazakhstan are considered.

Бүгінгі таңда Қазақстандағы шағын және орта бизнесті дамыту мақсатында электрондық коммерцияны тиімді пайдалану жолдары жан-жақты зерттелуде. Электрондық сауда алаңдарын, электрондық сөрелерді, онлайн-дүкендерді құру шағын және орта бизнес инвестицияларын Интернеттің қазақстандық сегментіне тартады, бизнесті жүргізудің үстеме шығындарын төмендетеді және отандық тауарлардың сыртқы нарықтарға шығуын жеңілдетеді. Сонымен қатар салық базасын көтеріп, сауданың қолайлы айналымнан шығуын қамтамасыздандырады.

Электронды коммерция тек on-line транзакциялардан құрылмайды. Оның толыққанды жүзеге асуына маркетингтік зерттеулер, әріптестерінің мүмкіндіктерін анықтау мәселелері, жабдықтаушылар мен тұтынушылар қызметтері, құжатайналымның дұрыс ұйымдастырылуы ықпалын тигізеді. Осының өзі электронды коммерция - кешенді ұғым екендігін көрсетеді.

Электронды сауда - заманауи жаңа тауар қатынасы, яғни сатып алушының электронды ақшасына сатқан сатушының тауар айырбасының жаңа түрі болып табылады. Сондықтан да электронды саудаға дәстүрлі сауда белгілері тән.

Электронды және дәстүрлі сауданың ортақ сипаттамаларын атауға болады:

сатып алушының тауар сапасымен танысуы, тауардың сыртқы көрінісі, негізгі ерекшеліктерінің сипаттамасы, тауарды қолдану немесе пайдалану туралы кеңес, сатып алушының шешім қабылдауы, таңдалған тауар үшін есеп айырысу, сатушының тауарды орау, дайындау және тауарды сатып алушыға жіберу, тауарды үйге жеткізу, тарауды ары қарай дайындау (құрастыру, жинау және т.б), тауарды сатып алғаннан кейін сервистік қызмет көрсету (егер шартта қарастырылса).

Ал электрондық сауданың дәстүрлі түрінен айырмашылығы мына ерекшеліктерден байқауға болады: тұтынушыларды дүкенге бейімдеу тәсілдерінің маңызы зор. Бұл үдеріс сауданың дәстүрлі түрінде 4 кезеңмен сипатталады: тұтынушыны жарнама арқылы еліктіру, мұнда дүкен орналасқан орын аса маңызды болып табылады; тұтынушыға дүкен сөрелерінің ерекше ұйымдастырылуымен әсер ету; тұтынушы үшін сауда алаңындағы тауардың ыңғайлы орналасуы және оның тартымдылығы; тұтынушының қажетті тауарды таңдау кезінде сауда алаңындағы сауатты кеңесшілер көмегінің ұсынылуы.

Ал, электронды сауда басқаша ұйымдастырылады:

1) Біріншіден - электронды сөрелер. Тауар туралы жарнамалық ақпарат электронды



дүкендер сөрелерінде орналасады. Бұл кай жерден кай тауарды алу керектігін камтамасыз ететін кыска және түсінікті ақпарат түрі болып табылады.

2) Екіншіден – тұтынушыға психологиялық әсер етуі. Электронды саудада сатушылар сатып алушыларға психологиялық әсер ете алмайды.

3) Үшіншіден - тауар туралы ақпарат беру. Қарапайым сауда үрдісінде тауармен жеке танысу қалыптасады. Ал электронды саудада тұтынушы тауар сипаттамасымен оқу арқылы танысады.

4) Төртіншіден - сауда жасау. Қарапайым сауда жасау кезінде тұтынушы тауарды жеке сатып алады. Ал электронды саудада сатып алушы тіркеуден өтіп, Интернет арқылы тапсырысты рәсімдейді.

5) Бесіншіден - сауданы ұйымдастыруда шығын мөлшері азайады. Электронды дүкен кеңселер, офистер, қойма және басқа да құралдардың болуын қажет етпейді.

6) Алтыншыдан - дүкенді аралау жеңілдігі. Қажет тауарды іздеу мақсатында электронды дүкенді аралау оңай.

7) Жетіншіден - тиімділік деңгейі. Кезкелген электронды дүкен әлемнің кезкелген жерінде қызмет көрсетуі шектелмеген.

8) Сегізіншіден - қызмет көрсету сапасы. Электронды дүкен сатып алушыны тауар туралы толық ақпаратпен камтамасыз ете алады. Алайда дұрыс ұйымдастырылмаған электронды дүкен қызметі тиімді нәтиже бермейді.

9) Тоғызыншы - нарыққа шығу мерзімі. Электронды дүкенді кыска мерзімде ұйымдастыруға болады. Өндіруші фирма тауар бағасын өзі анықтап, қадағалап отырады.

10) Оныншы - тауар түрлері. Дәстүрлі дүкенде тауар түрі аз болғандықтан сатып алушы қажетті тауарын бірнеше дүкендерден іздеуге мәжбүр болады. Егер тұтынушыға қажетті тауар бір электронды дүкенде кездеспесе, онда оны басқа дүкеннен, немесе тікелей өндірушіден табуға мүмкіндік бар.

Жоғарыда аталған айырмашылықтардан баска электронды сауданың сапалық және сандық сипаттамалары бар.

Электронды сауда Интернет арқылы жылжуы бойынша сатушы мен сатып алушының қатысуынсыз - ақ келісімшарттар көлемін ұлғайта береді. Ол ары қарай үлкен кәсіпкерлік істің бір бөлігіне айналады.

Жалпы алғанда Қазақстандағы электрондық сауданың қалыптасуын мен дамуы электрондық ақша жүйесін де дамытады. Мәселен, Қазақстанда бүгінде электрондық сауданы ұйымдастыру мен жүргізу бойынша инфрақұрылымды дамыту проблемалары бар, оның ішінде оларға көптеген өзара байланысты факторлар кедергі болып табылады, олардың бірі халықтың арасында интернетті қолданудың төмен деңгейі. Дегенмен, бүгінгі күні отандық банктер, сол сияқты шетелдік электрондық ақша жүйелері нарықтық ахуалға талдау жүргізіп, нарыққа шығудың мүмкіндіктерін зерделеуде. Яғни, электрондық ақша нарығын одан әрі дамытудың ықтимал бағыттары аенықталып нарықтың осы бөлігін дамытудың ең сұранысы мол әрі әлеуеті бар жолы ретінде еліміз үшін Ұлттық электрондық ақша жүйесін құрудың ықтимал үлгілері мен артықшылықтарын реттеу жөнінде ісшаралар жасалып жатыр.

Банктердің нарықтағы жұмыстарының электрондық ақша эмитенттері ретіндегі түрлі бизнес-үлгілері бар және әрбір банк өзі таңдаған бизнес – саясатының мақсаттары мен міндеттеріне қарай дербес шешім қабылдауға құқылы. Соған қарамастан, қазіргі кезеңде нарыққа жылдам шығу және әрбір банктің жаңа қызметті іске асыруының мәселелері емес, электрондық ақша нарығының барлық қатысушылары мен мемлекеттің ұзақ мерзімді мүдделеріне жауап беретін электрондық ақша нарығының тиімді жұмыс істейтін және әлеуетті үлгісін құру мәселелері қаралуда. Демек, нарықты одан әрі дамытудың мынадай ықтимал нұсқаларын немесе бағыттарын бөліп көрсетуге болады:



1. Банктердің өз электрондық ақша жүйелерін іске қосу арқылы жүзеге асыру;

2. Банктердің электрондық ақша жүйелерін құруды инвестициялау, оларда операторлық функцияларды орындайтын мамандандырылған банктік емес ұйымдармен әріптес бола отырып, бірлескен жобаларды іске асыруы;

3. Жекелеген банктердің шетелдік (халықаралық) электрондық ақша жүйелерінің бірімен ынтымақтаса отырып жобаларды іске қосуы;

4. Барлық банктермен қауымдасып, бір оператор негізінде Ұлттық электрондық ақша жүйесін құру.

Соған байланысты қазіргі кезеңде орын алып отырған және болашақта нарықтың ретсіз дамуы кезінде туындайтын кедергілерге қарсы тұра алатын, Қазақстан халқының электрондық ақша жөніндегі жаңа қызметтерге сұранысын толық қанағаттандыра алатын Ұлттық

электронды ақша жүйесін құруды қарастыру - нарықты дамытудың тиімді жолы деп санауға болады.

Электрондық сауданың даму динамикасынан нарықтың қатысушылары тарапынан электрондық ақшаны пайдалануға сұраныс артады. Демек, Қазақстандағы электрондық сауданың болашақтағы дамуы электрондық ақшамен тікелей байланысты екендігі сөзсіз.

ПАЙДАЛАҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. <http://news.delovoimir.kz/news/view/15064>
2. <http://protorg.info/novosti/voprosy-razvitiya-kazaxstanskoj-elektronnoj-kommercii-obsuzhdayutsya-v-almaty/>
3. <http://www.predictor.kz/?p=536>
4. <http://kurstenge.kz/news/show/856>
5. <http://domdeneg.kz/news/3660.html>