

ӨОЖ 338.23

А.К. Бейсенбаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

E-mail: azhar.kakimovna@mail.ru

**Саудадағы электрондық төлемді жетілдірудің экономикалық маңыздылығы**

**Аңдатпа.** Мақалада еліміздегі электрондық сауданың шарттары мен ұйымдастырылуы, электрондық төлемнің ұлттық жүйесінің жетілдіру шаралары қарастырылған.

**Түйін сөздер:** электронды сауда, мультиэмитенттік жүйе, мобильді сауда, сандық тауар.

Қазақстан әлемдік қаржы дағдарысының ел экономикасына және қаржы жүйесіне теріс әсер етуіне қарамастан қазіргі уақытта өзінің дамуының жана, дағдарыстан кейінгі сатысына кіруде. Дамудың дағдарыстан кейінгі кезеңіне кіру елге әлеуметтік-экономикалық дамудың барлық көрсеткіші бойынша, оның ішінде қаржы жүйесінің даму деңгейі және оған қызмет көрсету түрлері мен сапасы бойынша пайдалану мүмкіндігін арттырды.

Халыққа қызмет көрсету, әлеуметтік жағдайын арттыру мақсатында орындалған жұмыстар заман талабына сай іске алууда. Яғни сауда түрін жетілдіру және жаңа технологияларын пайдалану бойынша халыққа тұтыну сұранысын қанағаттандыру басты мақсат екені белгілі. Осы мақсатта электронды ақпарат алмасушы ұйымдар коммуникациялық құрылымға қомақты салымдар жасай отырып, тек ірі компаниялар арқылы жүзеге асыра алатын, ал қазіргі кезде Internet-ті пайдалану арқылы «электронды сатушы» қатарларына кішігірім фирмаларға да ене алатын мүмкіншілікке ие болды. Мысалы, World Wide Web жүйесінің электронды көрме-сөресі бүкіл әлемнен тұтынушылар тартуға мүмкіндік береді. Ешқандай материалды салымдарды қажет етпейтін on-line бизнес, «виртуалды» өткізудің жаңа арнасын қалыптастырады. Егер ақпарат, қызмет және тауар (мысалы, бағдарламалық қамсыздандыру) Web арқылы сатылса, онда сату үдерісі (төлемдерді қосқанда) on-line түрде жүргізіле алады.

Электронды саудаға тек қана Internet ғаламдық желісі ғана емес, сонымен қатар BBS, VAN басқа коммуникациялық орталарды пайдаланатын

«электронды дүкендер» жатады. Сонымен қатар WWW-дан алынған ақпарат арқылы жүргізілетін, бірақ мәліметтермен факс, телефон және т.б. арқылы алмасуды жүзеге асыратын сату үрдерісі тек жартылай ғана электронды саудаға кіреді. WWW электронды сауданың технологиялық базасы болуына қарамастан, жүйеде басқа да коммуникациялық мүмкіндіктер қолданылады. Тауар параметрлері мен тапсырысты рәсімдеу жайлы нақты мәлімет алу үшін электронды пошта арқылы сұрау салуға болады.

Қазіргі таңда on-line сатып алу кезінде көбіне төлем құралы ретінде кредиттік карточкалар қолданылады. Дегенмен төлем құралдарының жана түрлері де пайда бола бастады: смарт-карта, сандық ақша (digital cash), микротөлемдер және электронды чектер.

Электронды сауда тек қана on-line транзакцияларын ғана қамтып қоймайды. Бұл ұғым аясында қызметтің мынадай түрлерін қамтуы тиіс, маркетингтік зерттеулерді жүргізу, әріптестерінің мүмкіндіктерін анықтау, жабдықтаушылар мен тұтынушылар, құжатайналым ұйымдарымен және т.б. байланыста болу. Осылайша, электронды сауда кешенді ұғым және мәліметпен электронды алмасу оның құрамдас бөлігі болып табылады.

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

Электронды және дәстүрлі сауданың ортақ сипаттамаларын қарастырсақ:

- 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;
- тауарды ары қарай дайындау (құрастыру, жинау және т.б.);
- тауарды сатып алғаннан кейін сервистік қызмет көрсету (егер шартта қаралса).

Енді электрондық сауданың дәстүрлі түрінен айырмашылығын он сатылы ерекшелігі бойынша анықтайды, яғни:

- сатып алушыларды өзіне бейімдеу әдісі. Тұтынушыларды дүкенге бейімдеу тәсілі үлкен мәнге ие. Ол сауданың дәстүрлі түрінде 4 кезеңмен сипатталады:

- тұтынушыны жарнама арқылы еліктіру, мұнда дүкен орналасқан орын аса маңызды болып табылады;

- тұтынушыға дүкен сөрелерінің ерекше әрі ұйымдастыру жолдарымен әсер ету;

- дүкенге кірген тұтынушыны сауда алаңындағы тауардың орналасуы және оның ыңғайлы, тартымдылығы;

- тұтынушының қажетті тауарды таңдауы кезінде сауда алаңындағы кеңесшілер көмегі арқылы тауарды таңдау.

Ал электронды саудада жоғарыда аталған сатылар басқаша ұйымдастырылады:

Біріншіден, электронды сөрелер. Тауар туралы жарнамалық ақпарат электронды дүкендер сөрелерінде орналасады. Бұл қай жерден қай тауарды алу керектігін қамтамасыз ететін қысқа және түсінікті түрі болып табылады.

Екіншіден, тұтынушыға психологиялық әсер етуі. Электронды саудада сатушылар сатып алушыларға психологиялық әсер ете алмайды. Мысалы, электронды саудада сатушы сатып алушымен бетпе-бет жүздеспегендіктен өз келбетімен, сауаттылығымен, көркемділігімен және жағымды дауысымен әсер ете алмайды.

Үшіншіден – тауар туралы ақпарат беру. Қарапайым сауда үдерісінде тауармен жеке танысу қалыптасады. Ал электронды саудада тұтынушы тауар туралы сипаттамасы мен ақпараттық анықтамасын оқып танысу арқылы жүзеге асырады.

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

Бесіншіден, сауда ұйымдастырылуында шығын мөлшері. Электронды дүкенде сауданы ұйымдастыру және қызмет көрсету кеңселері, офистер, қойма және басқа да құралдардың болуын қажет етпейді. Бұл жарнама, бөлшек сауда мазмұнына шығынды азайтады және тауар арзанырақ болады.

Алтыншыдан, дүкенді аралау қарапайымдылығы. Қажет тауарды іздеу мақсатында дәстүрлі сауда орнын аралағаннан, электронды дүкенді аралау оңай.

Жетіншіден – тиімділік деңгейі. Кез келген электронды дүкен әлемнің кез келген жерінде, іссапар немесе демалыс кезінде қажетті тауар немесе қызмет көрсету таңдауы шектелмеген. Мұнда дүкендер дәстүрлі сауда орнындай сатып алушыларға толы емес, яғни кезекте тұрмайсың және тәулік бойы жұмыс істейді. Сатып алушы кез келген уақытта өзіне қажетті тауарды сатып ала алады.

Сегізіншіден, қызмет көрсету сапасы. Қарапайым дүкенде тауарды сатып алу не тауар туралы кеңес алу үшін кеңесшілер көмегіне жүгінуге тура келеді. Мұндай жағдайда таңдалатын тауар сатушының сатып алушыға неғұрлым сапалы кеңесіне және бөлген уақытына байланысты. Электронды дүкен сатып алушыны тауар туралы толық ақпараттық көмекпен қамтамасыз ете алады. Алайда дұрыс ұйымдастырылмаған электронды дүкен қызметі тиімді нәтиже бермейді.

Тоғызыншы, нарыққа шығу мерзімі. Электронды дүкен ұйымдастырылуына дәстүрлі дүкен ұйымдастырылуына қарағанда аз мерзім кетеді. Өндіруші фирма тауар бағасын өзі анықтап өзі қадағалай алады.

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 болмаса, онда оны басқа дүкеннен не тікелей өндірушіден табуға мүмкіншілігі бар.

Жоғарыда атап өткен 10 негізгі айырмашылықтан басқа, электронды сауданың сапалық және сандық өзгерістері бойынша:

- сатушы мен сатып алушы арасында тікелей келісім жүргізілмейді.

Пошталық және телефон тапсырыстары арқылы-ақ саудада сапалық өзгерістер көрініс табады. Электронды сауда Интернет арқылы жылжуы бойынша сатушы мен сатып алушының қатысуынсыз-ақ келісімшарттар көлемін ұлғайта береді. Ол ары қарай үлкен бір кәсіпкерлік істің бір бөлігіне айналады;

- аутентификация – бір тараптың екінші тарап қатысуынсыз-ақ сұхбаттасу терезелері арқылы келісім жүргізе алуы. Сауда келісімі кезеңінде сатып алушы сатушы ұсынған несиелік – дебеттік операциялар жүргізуі үшін сатушы экранда бірнеше қаржылық төлем түрлерін ұсынады. Ал сатып алушы өз кезегінде оның төлемқабілеттілігіне кепілдік беретін қаржылық және басқарма мекемелерінде идентификациядан өтеді.

- төлем жүйелері өзінің көптеген банктік кредиттік қолданатын қаржылық төлем жүйелеріне қарамастан көбіне ақша айналымын және тауар айырбасы бойынша да қолданады.

Енді бір маңызды тұсы, қазіргі уақытта интернетті пайдалану және мобильдік сауда негізінде цифрлық тауарлар нарығының кәсіпкерлік қызметінің саласын біртіндеп ендіру мен дамыту орын алуда. Күнделікті бөлшек төлем операцияларын жүргізетін пайдаланушылардың, сол сияқты өз қызметін тек қана цифрлық тауарлар нарығында көрсететін сауда қызметі субъектілерінің саны біртіндеп ұлғаюда. Осы тұста, жалпы алғанда, Қазақстанның электрондық саудасын дамытуға байланысты жаңа дамып келе жатқан сегментке қызмет көрсету үшін электрондық ақшаны пайдалануға қажеттілік туындайды.

Жалпы алғанда, Қазақстандағы электрондық сауданың қалыптасуы мен дамуы электрондық ақша жүйесін де дамытады. Мәселен, Қазақстанда бүгінде электрондық сауданы ұйымдастыру мен жүргізу бойынша инфрақұрылымды дамыту мәселелері бар, оның ішінде оларға көптеген өзара байланысты факторлар кедергі болып табылады, олардың бірі халықтың арасында интернетті қолдану деңгейінің қарқынсыздығы.

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 анықталып 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 іс-шаралар 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, олардың 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 және Қазақстан халқының электрондық ақша жөніндегі жаңа қызметтерге сұранысын толық қанағаттандыра алатын Ұлттық электрондық ақша жүйесін құруды біз нарықты дамытудың ең оңтайлы әрі тиімді жолы деп қараймыз. Қазіргі сәтте әлемде мұндай жүйелерге ұқсас жүйелер әзірге жоқ, әлемнің жекелеген елдерінде электрондық ақша бойынша ұлттық көлемдегі сәтті жүзеге асырылған жобалар болғанымен, олар карточкалық негізде құрылған электрондық ақша жүйелеріне (мысалы, Оңтүстік Корея – «K – cash» жүйесі, Германия – «Geldkarte» жүйесі, Бельгия – «Proton» жүйесі және т.б.) қатысты бо-

луы мүмкін. Бұл мәселеге қатысты жүргізілген алдын ала зерттеулер электрондық ақшаның бірыңғай мультиэмитенттік жүйесін құруға және қолдануға негізделген мұндай үлгінің әлемнің бірде-бір елінде іске асырылмағанын көрсетті. ҰЭАЖ құру жөнінде белгіленген бағыттарды ұйымдастыру және іске асыру жөніндегі тиісті шаралардың маңыздылығын түсіну және оларды қолдану қажеттігі қазіргі кезде алдымызда көптеген мәселелерді көтеріп отыр.

2011 жылғы 21 шілдеде «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне электрондық ақша мәселелері бойынша өзгеріс пен толықтырулар енгізу туралы» Қазақстан Республикасының Заңы қабылданды. Көрсетілген Заңның негізгі ережелерін орындау және іске асыру үшін ҚР Ұлттық Банкі Басқармасының 2011 жылғы 26 тамыздағы № 102 қаулысымен Қазақстан Республикасының аумағында электрондық ақшаны шығару, пайдалану және өтеу ережесі, сондай-ақ электрондық

ақша эмитенттеріне және электрондық ақша жүйелеріне қойылатын талаптар бекітілді.

Электрондық сауданың даму динамикасынан нарықтың қатысушылары тарапынан электрондық ақшаны пайдалануға сұраныс артады. Демек, Қазақстандағы электрондық сауданың дамуына электрондық ақшаның болашақтағы дамуымен тұтастай алғанда тікелей байланысты екендігіне көз жеткіземіз.

### Әдебиеттер

- 1 Материалы форума. Обзор электронных платежей в РК. <http://yvision.kz/post/250273>
- 2 Абен Бектасов. Казахстанская платежная система отвечает всем 10 принципам банка международных расчетов. Казахстанская правда. – № 388-389. 08.11.2012 г.
- 3 Информации Казахстанского сервиса обмена электронных денег. [www.Kazspeed.kz](http://www.Kazspeed.kz)

А.К. Бейсембаева

### Экономическое значение развития электронных платежей в торговле

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

**Ключевые слова:** электронная торговля, мультиэмитентная система, мобильная торговля, цифровой товар.

A.K. Beisembaeva

### Economic importance of electronic payments developments in trade

Resume. In this article conditions of electronic trade, and also stages of the organization and improvement of national system electronic payments in RK are considered.

**Keywords:** electronic trade, multiemittentny system, mobile trade, digital goods.