

## **ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯ АРҚЫЛЫ КӘСПОРЫНДАРДЫҢ ДАМУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ**

**Динара Сакенқызы Майдисарова**

С.Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің  
доценті, педагогика ғылымдарының кандидаты

**Акерке Атоғалиқызы Джумабаева**

С.Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университетінің  
магистранты

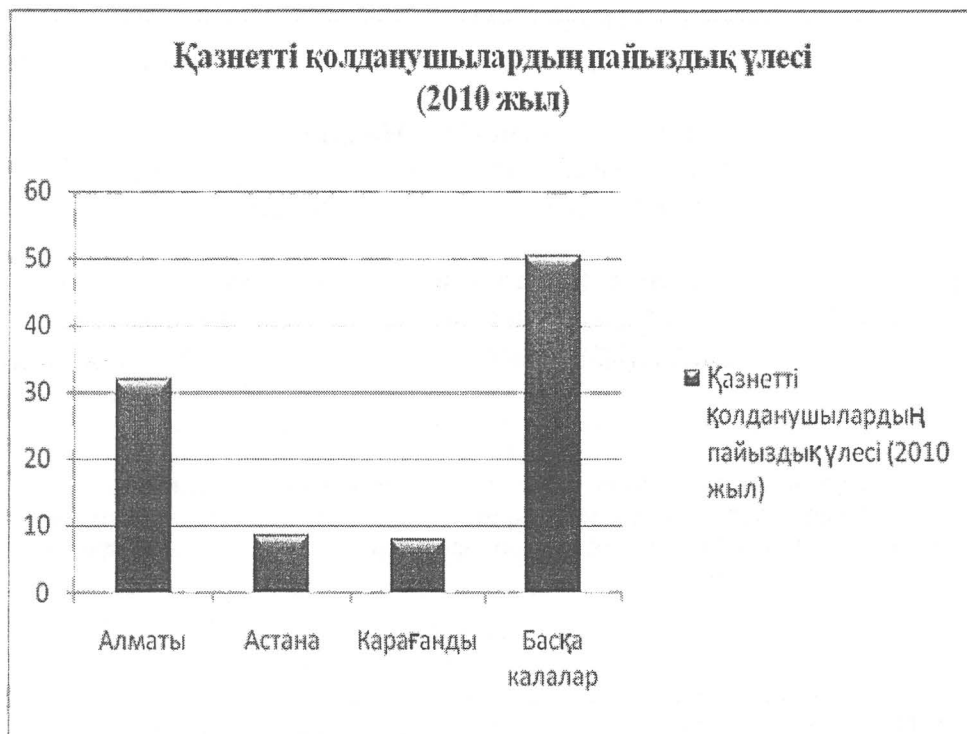
### **Резюме**

В данной статье было исследовано современное состояние казахстанского интернет пространства и перспективы развития электронной коммерции. Интернет-магазины, как инновационный способ продвижения отечественной продукции и развития предприятия.

### **Summary**

In this article was investigated the current state of Internet space of Kazakhstan and the prospect of development of electronic commerce. Internet shops, as innovative way of advance of a domestic production and development enterprise.

Қазнет ақырын, бірақ нақты қадамдармен дамуда. Қазақстанда интернетті қолданушылардың, қызықты интернет-жобалардың саны күннен-күнге артуда, жарнамалық науқандардың бюджетіне жиі-жиі қосылуда. Егер Қазақстандғы интернет-секторлардың өсу сипаттамаларына көңіл аударатын болсақ, онда өсімнің негізгі бөлігі халыққа және ауылды мекендерге қызмет көрсетуден болып отырғанын көреміз. Сонымен, Қазақстанда 2010 жылдың қорытындысы бойынша халыққа көрсетілген интернет-қызметтің көлемі 44% (ақшалай эквивалентте 24,3 млрд. теңгеге қызмет көрсетіліпті) өсіпті. Ал ауылды жерлерде көрсетілген интернет қызметтен түскен пайдаға 2009 жылмен салыстырғанда 74% (ақшалай эквивалентте 3,32 млрд теңгеге қызмет көрсетіліпті) ұлғайыпты. Сондықтан Қазақстанда интернеттеу үрдісі қарқынды жүруде [1].



Статистика агенттіктерінің соңғы мәліметтері бойынша 2011 жылдың I кварталында интернет қолданушылардың үлесі Қазақстан халқының 34,4% (шамамен 5,6 млн. адам) құрапты [2].

Мемлекет жүргізіп жатқан ақпараттық және коммуникациялық технологияларды дамыту жұмыстары бойынша Қазақстанда интернет қолданушылардың саны айтарлықтай өсіп, сонымен қатар ақпараттық интернет қорларының және желі қызметтерінің саны да, сапасыда артады деуге болады. Бұның барлығын интернет қорларының тек адам өмірінде ғана емес, сонымен қатар коммерцияның дамуына да белсенді қатысып жатқанын көрсетеді.

Осы көрсетілген статистикалар бойынша жылдан-жылға интернетті қолданушылардың саны артып, соның салдарынан «электронды», потенциалды «электронды» сатып алушылардың саны ұлғаюда. Осыған орай, Қазақстанда жобаларды коммерциализациялауды виртуалды түрде жүзеге асыру мүмкіндігін кеңейтуге болады және де оны кеңейту керек.

Нарықта өнімнің жоғары сапасы, тұтынушыларға өнім туралы ақпаратты жеткізу және тауарды тиімді сату жүйесі кәсіпорынды табысқа жетелейді. Бірінші екі шарт орындалды деп есептесек, қалғаны тиімді сату үрдісін қалыптастыру қажет. Тәжірибе көрсеткендей, Қазақстандық компанияларда, әсіресе сату технологияларымен қиыншылықтары көп. Көптеген компанияларда сату бөлімінің жұмысына кедергі келтіретін тауарды сату қиыншылықтары жиі кездеседі. Көбінесе жақсы сатушылардың да көмегімен бұл мәселе шешілмейді. Сондықтан, бұл мәселені тек сату үрдісін автоматтандыру, яғни электронды коммерция арқылы шешуге болады.

Интернеттің қарқынды дамуы, жаңа технологиялардың кең қолданылуы коммерциялық және күнделікті өмірдегі қарым-қатынасқа жаңа экономикалық құбылысты, яғни электрондық коммерцияны алып келді. Электронды коммерция – бұл Интернет дүкен, Интернет маркетинг және жарнама, әртүрлі төлем жүйелері және т.б. құрамына кіретін экономиканың үлкен саласы. Күннен-күнге интернетте өздерінің дүкендерін жасағысы келетіндердің саны артуда. Ал кейбір дүкендер өздерінің жұмысын тек интернетпен ғана істейді. Интернет көптеген компанияларға, фирмаларға өнімдерін сату үшін жаңа сату жолдарын, жарнамалық және маркетингтік зерттеулерге мүмкіндіктер береді. Интернет дүкендердің көптеген артықшылықтары бар:

- интернет дүкеннің көмегімен күніне жиырма төрт сағат, аптасына жеті күн бойы жұмыс істейді;
- далаға шықпай керек заттарды сатып алу мүмкіндігі;
- заттарды сату үшін мекемені жалға алу қажеттілігінің жоқтығы;
- жұмысшыларға айлық төлемейсіз;
- жазғы және қысқы демалыссыз жұмыс істейді;
- өнім немесе қызмет туралы мәліметтерді тез әрі жылдам табуға және өңдеуге мүмкіндік береді;
- сатушы мен сатып алушы арасындағы географиялық алшақтық жоқ..

Сонымен, электронды коммерцияның негізгі артықшылығы көптеген потенциалды сатып алушыларға географиялық орналасуына тәуелсіз қол жетімділігі. Сонымен қатар, кең ауқымды жарнама, маркетинг жүргізуге мүмкіндік береді [3].

Жоғарыда айтылғандарға қоса, электронды коммерцияның тағы бір артықшылығы – сатып алушыларға тауарды төмен бағамен ұсына

алады. Интернет тек сату каналы ғана емес, сонымен қатар, сатып алушыларға тауарды сатып алуға итермелейтін күшті құрал. Мысалы, көптеген сатып алушылар бірінші тауар туралы барлық мәліметтерді электронды дүкеннен біліп, кейін кәдімгі дүкендерден сатып алады. Бұл әрекеттерінің негізгі себебі несие карточкасы арқылы желіден сатып алуға қорқатындығы және тауарды сатып алғанға дейін көргісі келетіндігі болып отыр [4].

Электронды коммерция шығындарды азайту және сату көлемін арттыру үшін қолданылатын керемет құрал болғанымен, ұқыпты қарым-қатынасты талап етеді. Қазақстанда даму перспективалары өте жоғары. Интернет коммерция өз нарығын құра алады және интернет компаниялар өздерінің ережелері бойынша жұмыс жасай алады. Сонымен қатар, электронды дүкен арқылы сатылған тауарға төлейтін салық мөлшері де аз. Сондықтан осы айтылған артықшылықтар Қазақстанда электронды коммерцияның дамуына оң әсерін тигізу керек.

Интернеттің және ақпараттық технологиялардың соңғы жетістіктері жақын болашақта коммерцияның электронды коммерцияға өту қарқыны болатындығын болжауға мүмкіндік береді. Қазіргі кездің өзінде интернетті қолданушылардың 40% тауарды интернеттен сатып алады. Кейбір мәліметтер бойынша осы жылы интернет арқылы сатылатын тауардың жалпы көлемі 800 млрд. долларға жетуі мүмкін. Ол бүкіл әлем бойынша бөлшектеп тауар айналымының 10% құрайды [5].

Электронды коммерцияның даму перспективалары өте жоғары. Қазақстанда электронды коммерцияны дамытудың артықшылықтары:

- кең қол жетімділігі;
- сатушылардың бастапқы және ағымды төмен шығындары;
- сатып алушылардың кең ауқымдылығы;
- сатып алушылар үшін сатып алу үрдісінің қарапайымдылығы және ыңғайлылығы;
- заңды түрде салықты азайту;
- қала және ауыл мекендеріне бірдей сатып алу мүмкіндіктері.

Қорытындылай келе, электронды коммерция арқылы қомақты пайда табуға болатындығын көріп отырмыз. Болашақта кім бірінші, әрі кәсіби осы салаға енсе, сол ең жақсы нәтижелерге жетіп, электронды нарықта тұрақты өз орнын табады.

Қолданылған әдебиеттер:

1. <http://www.karaganda-shop.kz/company/kompaniya-karaganda-shopkz/articles/dinamika-razvitiya-internet-auditorii-i-interneta-v-resp>
2. <http://profit.kz/articles/1600-Vzrosleuschij-Kaznet/>
3. Пирогов С.В. - «Обзорных крупных проектов» /«Электронная коммерция» Москва, 2003 - С.69-61.
4. Попов В.М. Глобальный бизнес и информационные технологии: современная практика и рекомендации / В.М.Попов, Р.А.Маршавин, С.И.Ляпунов; под общ. ред. В.М.Попова. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 238 с.
5. Холмогоров В. Интернет – маркетинг. Краткий курс. 2-е издание/ В.Холмогоров. – СПб.: Питер, 2002. – 272 с.