

ҚР ЭЛЕКТРОНДЫҚ КӘСІПкерлік Ортаның Мемлекеттік Құқықтық Реттеу

Сәтілда Ақжол Шалқарұлы

[Akzhol_13@mail.ru](mailto:Акзхол_13@mail.ru)

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық Университетінің «Құқықтану»
мамандығының 4-курс студенті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
Ғылыми жетекші: з.ғ.к., доцент Сақтаганова И.С.

Ғалымдар және саладағы тәжірибелі адамдар электрондық кәсіпкерлік және электрондық коммерция ұғымдарына қатысты екі түрлі көзқарасқа ие. Көптеген зеріттеулер электрондық коммерция ұғымын сатып алу және сату операцияларын ғаламтор арқылы жүргізумен байланыстырады. Бірақ, ғаламтор арқылы сауда мен электрондық коммерция бір зат емес. Кез-келген ғаламторға жалғанған немесе жалғанбағандығына қарамастан компьютерлер жүйесін қолдану арқылы жасалған мәміле электрондық коммерция деп аталады. [1]

Жаңа технологиялық жүйелерді қолдану әлемде өз бастауын 1995 жылғы алғаш ғаламтор арқылы сатылымнан бастау алып, 30 жыл бойы даму үстінде.[2] Қазақстандағы интернет арқылы сауда бөлшектеп сату- сатып алу секторында қолданылу үстінде, сонымен қатар электрондық кәсіпкерліктің қалыптасуы мен дамуына алдағы үлес қосушы сектор ол кәсіпкерлер арасындағы электрондық кәсіпкерлік болып саналады. Сауда операцияларын ғаламтор құралдарын арқылы жүргізу—электрондық кәсіпкерліктің тек уақыт өте келе сирейтін құрамдас бөліктерінің бірі.

ҚР Сауда қызметін реттеу туралы заңда электрондық кәсіпкерліктің ұғымына қатысты бірқатар анықтамалар беріледі. Онда электрондық коммерция ол электрондық сауда мен көрсетілетін қызметтің барысында коммуникациялық технологияларды пайдалану арқылы жүзеге асырылатын кәсіпкерліктің түрі екеніне айқын көрсетеді. Бірақ, осы ұғымды талқылау барысында толығымен электрондық коммерция электрондық кәсіпкерліктің құрамдас бөлігі екеніне көз жеткізу үшін келесі ғалымдардың анықтамаларына үңілсек болады.

Давыдов В.М. және Рудецкая А.В. ғалымдары «Электрондық коммерция» кітабында электрондық бизнес, электрондық коммерция және кәсіпкерлікке қатысты келесі анықтамаларды берген. Олардың зеріттеуі бойынша электрондық бизнес дегеніміз ақпараттық құрылғылар мен жабдықтарды қолдану арқылы құрылған тиімді серіктестікті шаруашылық жүргізу жолы . онда: сату, маркетинг, финанстік анализ, төлемдер, қызметкерлерді іздеу, қолданушыларды қолдау және серіктестік қатынастарды қолдау. Электрондық бизнесті жүргізудің бір түрі электрондық коммерция дей отыра, келесідей анықтаманы ұсынады. Олар электрондық коммерция детальды шаруашылық субъектілері, ұйымдастырумен байланысы жоқ шаруашылық субъектілер қарым-қатынасқа түсу арқасында пайда табуды көдеп цифрлік технологияларды қолдану арқасында жүзеге асыру деп анықтайды.[3]

Электрондық кәсіпкерліктің қалыптасу тарихына келетін болсақ зеріттеуші Черноиванов А.П. өзінің «Электрондық кәсіпкерліктің даму бағыты» атты мақаласында электрондық кәсіпкерліктің қалыптасуының сегіз этапын белгілейді. Олар:

➤ Туылуы(1961-1968ж)Алғаш «электрондық коммерция» термині пайда болды; алғаш «mainframebased» бағдарламасы пайда болды; TDCC (Transportation Data Coordination

Committee) комитеті пайда болды электрондық стандарттаумен айналысты; EDI (Electronic Data Interchange) ақпаратты электронды алмасуды стандарттады

➤ Техникалық стандарттау (1969-1988ж) Tradacoms Американдық стандарттар жиыны пайда болып, Еуропалық стандарт болып бекітіліп GTDI атауына ие болды (General-purpose Trade Data Interchange standards) және ойдағыда Еуропалық өзінің жаңа стандарттар жүйесіне өтті EDIFACT (Electronic Data Interchange for Administration Commerce and Transport)

➤ Ғаламтор жүйесінің коммерциялизациясы (1989-1997ж) жаңа стандартты заманауи ақпараттық ғаламтор желісіне қосылу(WWW); алғаш жекеменшік компаниялар ғаламтордың аренаына шығарылды; алғаш электронды ақшалар пайда болды; электронды төлем жүйесі пайда болды; интернет магазиндер мен банктер пайда болды.

➤ Институционализациялану (1997-2000ж) Женевалық конвенция қабылданып, Еуропалық одақтың электронды қолтаңба туралы декларациясы қабылданды.

➤ Электрондық төлем жүйесінің таралуы (2000-2005ж) интернет банкинг жүйесінің пайда болып; дәстүрлі банктерді электрондық төлем жүйесін қолдауы.

➤ Әлеуметтік желілердің таралуы (2005-2008ж) электронды порталдар пайда болуы, дәстүрлі бизнестердің жаңа жүйесен қатар дамуы, электронды жарнама тақталары.

➤ Әлеуметтік желілердің таралуы(2006-қазірге дейін) халықаралық, ауданық әлеуметтік желілердің танылуы, виртуалды құндылықтарды саудаға түсуі, жарнамалардың ақпараттандыруының жетілдірілуі.

➤ Электрондық мобилді бизнестің диссеминациялануы(2009-қазірге дейін) көптеген коммерциялық бағдарламалар таралу арқасында компьютерлерден мобильды құрылғыға өтуі.[4]

Электронды кәсіпкерліктің дамуын 4 кезеңге бөлуге болады.

Бірінші, ол коммуникация. Ол келесідей сервистердің пайда болуымен анықталады:

- FTP – File Transfer Protocol (файлдарды тасымалдау протоколы), оның негізгі ерекшелігі, ол файлдарды тасымалдау мен қатар қабылдауды жүзеге асырады. Бұл сервис негізгі тегін программаларды тарату, толықтыру және дүзеу жұмыстарын коммерциялық программаларға жүргізуші болып келеді;

- Gopher – мәзірді енгізу жүйесі, жаһандық ғалам тордың тәжірибелік түрі болып қала береді. Қазіргі уақыта бұл жүйе қолданыстан бәсеңдеуде.

- Жаңалықтар.

Бірінші, кезеңнің арқасында файлдарды тасымалдау мен қабылдау жүйесі және академиялық пен жай компьютерлік қызығушылықтар арасында коммуникацияны реттеу жүзеге асты.

Екінші кезеңнің атауын бір жақты маркетинг деп қоғамда танылған. Ол “Mosaic”- ғаламтордың про нұсқасында нарықтық ақпараттың тарату қызыметін мен клиенттік қызметтерді жүзеге асырумен белгіленеді.

Үшінші, кезең WWW- World Wide Web. Қазіргі әлемдік ғаламтордың пайда болуымен мінезделеді.

Қазір біз электрондық кәсіпкерліктің қалыптасуының төртінші сатысындамыз, ол саты бизнес секторларының жаңа бизнес бағыттарына трансформация жасауымен сипатталады.

Электронды кәсіпкерлікті жақы жүргізу үшін қазіргі таңда қажеттілер ол:

- Қажеттілігі төмен және табыс әкелмейтін тапсырыспен оны орындау арасындағы артық әрекеттерден арылу, компаниялармен «динамикалық» жаңа қалыпты портнерлік қарым қатынастар құру.

- Техникалық архитектураны жасап шығару, ол барлық қарым-қатынас спектрін қамтуы қажет (қатардағы жұмышідан бастап, тұтынушылар мен сауда ұйымдарын және нарықты), қатынастардың құрамдас бөліктерінің интеграциясын : ақпараттар базасын, бизнес- процесстерді, парақшалардың ақпараттық жабдықталуы мен қамтамасыз етілуін және т.с.с.

Кәсіпкерлер тұтынушылардың сұранысын қанағаттандыруға жұмыс жасауы қажет және аналитикалық қабілеттерін пайдалана отыра барлық қосымша қызметтермен толықтырылып тұтынушыларға ұсынылуы қажет.

Кәсіпкерлер барлық сол саладағы бәсекелестерін тыңғылықты қадағалап қана қоймай, сала бойынша пайда болғанында бақылауда ұстауы қажет, жаңа әдістермен тұтынушылар базасын кеңейтумен жұмыс асауға әрдайым дайын болуы міндет.

Электронды кәсіпкерлік жаңа интернет технологияларды енгізу арқасында бизнес-процессті жүзеге асырып қана қоймай, толық автоматтандыруға, тауарды іздеуді жүзеге асыруды немесе қызметті іздеуді қоса отыра, тауарды тиеу мен жеткізуді жүзеге асыруға болады.[5]

Электрондық кәсіпкерлік құқық саласы ретінде реттелуі өте маңызды рөл ойнайды қазіргі таңда қазақстанда электрондық кәсіпкерлікті реттеуге бағытталған бірнеше жаңа құқықтық-нормалар қабылданып іске қосылған. Әзірге қазақстандық электрондық кәсіпкерлікке қатысты жеке кодексті құру жоспарда ғана. Қазақстандық аналитиктер жылдық ғаламтордан келіп жатқан пайданың пайызы мен ақшалай өсімін қалыптастыруға қажетті екенін аңғарып, салық заңнамасына енгізілген тиімді өзгерістерді ғана қалыптастырып үлгерді. Заңнамаларға оралатын болсақ салаға қатысты тек ҚР Сауда қызметін реттеу; туралы заңнамада электронды коммерция ұғымына анықтамасы болса; Электрондық құжат және электрондық қолтаңба туралы заң; Кәсіпкерлік туралы кодекс және өзге де нормативтік актілер мен қаулылар бар. 2015 жылы Электрондық сауда алаңдарының жұмыс істеуін қоса алғанда, электрондық сауданы жүзеге асыру қағидаларын бекіту туралы бұйрық шығып алғаш электрондық кәсіпкерлік туралы ақпараттар базасын құрып реттеуге бағытталға алғаш бастама еді. Бірақ, 2019 жылы 19 шілдеде Сауда және интеграция министрінің бұйрығымен күшін жойды. Бұл дүрс қадам жасар алдындағы бір қадам артқа деп болжадым мен. Себебі, қазіргі жаңашыл емес электрондық кәсіпкерліктің субъектілері объектісі және көлемі 2015 жылға қарағанда айтарлықтай өсті. Елімізде қабылданған 2020 жылға толығымен сай заңнамалар бар.

Мәселен, ортақ теориялар мен шетелдік декларациялар мен стандарттарға сай электрондық кәсіпкерліктің субъектілері бар және олардың өз ара қатынасының толық жүйелі екенін анықтап көрсете алатын тәжірибелі ғалымдар мен оқулықтар көп.

Қазіргі таңда алдыңғы қатардағы электрондық кәсіпкерлікке ие дамыған мемлекеттердің ортақ үлкен мәселелері бар. Ол олардың сыртқы нарықпен үлкен байланысқа тәуелді бола тұра ішкі өнімдері мен ішкі экономиканың шектерінің тарылуында. Яғни, жылдан-жылға дәстүрлі кәсіпкерлердің саны төмендеуде соған сәйкес ішкі өндірушілердің саны төмендеуде бұл әлемдік проблема жұмыссыздыққа қайта өсу қауіпін төндіреді. Енді қазіргі еліміздегі мәселен неде? Біздің елімізге кәсіпкерлік заңнамасына электрондық кәсіпкерлік субъектілерін анықтап олардың формаларын белгілеп қажетті салық салу стандарттарын енгізу қажет. Бұл біздің еліміздің заңнамаларына ауадай қажет өзгерістердің бір. Себебі, бұл қауіп біз секілді дамушы мемлекеттің дамыған мемлекеттердің сыртқы экономикаға тәуелділігінен қорқуына қарағанда жылдам жетуі мүмкін. Біздің толық сыртқа шығаратын нарықта үлкен рөл ойнайтын өнер-кәсіптерді қалыптастыру үшін мықты шектерді анықтап ортақ баланс ұсынып әділ бәсекеге стандарттарын белгілейтін заңнама қажет. 2020жылы заңнамаларда электрондық кәсіпкерлікпен айналысуға үлкен басымдық беруде, бірақ бұл кәсіпкерлік түрін қолданып немесе жүзеге асыратын азаматтардың аз болуы ол 2012 жылғы мәселемен күресудің қажеті төмен. 2012 жылы электрондық кәсіпкерліктің тұтынушылары мен субъектілер саны арттыруға тырысып жаңа заңнамаларды талап еткен. Бірақ қазір осы электрондық кәсіпкерліктің пайдасы мен тиімділігі халықтың да, кәсіпкерлердің де көзі жетті және оларға ешқандай салықтан босату, тауарларын маркерлеу дұрыс емес деп ойлау секілді ешқандай жеңілдіктер жасау қажеттілігі төмен, өйткені олардың бәсекеге қабілеттілігі қарапайым дәстүрлі кәсіпкерлерге қарағанда әлде қайда жоғары және тұтынушылар саны да күн санап еселеп артуда. Тұтынушылар санының артуы сұраныстың бар екенін көрсетеді, ал сұраныс бар көбейген сайын кәсіпкерлердің саны

артады. Біз Ресейдің қабылдаған немесе АҚШ қабылдаған заңнамаларды оңай түсініп жүзеге асыруға ынталымыз. Бірақ, олардың заңдары мен жобалары толық идеалды емес. Қазір еліміздегі парламент жаңа заң шығарып әр бір шетелден келген электрондық кәсіпкерліктің тауарларын көршілес Ресей секілді маркерлеуге ойлануда. Бірақ, бұл өте тиімді бақылау құралы. 1,6трл кураған Ресейдің халқының саны 7 есе көп сәйкесінше сұраныс та, кәсіпкерлердің саны 7 есе көп. Заңнамаға электронды кәсіпкерлердің формасын анықтап қойылатын талаптар мен жасайтын операциялардың шегін толық көрсетуіміз қажет. сәйкесінше табыс көлемі мен шегтерін анықтап салықтың мөлшерлерін жеке анықтау қажет.

Қазақстандық электрондық кәсіпкерліктің ортаны мемлекеттік құқықтық реттеу үшін жетекші шетелдік заңнамаларға үңлу қажет.ның ішінде АҚШ, Еуропалық Одақтың стандарттарын бекіткен заңнамаларға көз жүгірте отырып келесі механизмдерді ұсынамын.

Бітіру біліктілік жұмысында жүргізілген зерттеу нәтижесінде келесі қорытынды жасауға болады.

Жаңа электрондық кәсіпкерлік саласын реттейтын толық механизмді іске қосудың арқасында, электрондық кәсіпкерліктің айқын болашағына сенімді қарап тлық қалыптасқан электрондық кәсіпкерлік нарығының толық мүмкіншіліктерімен қамтамасыз ете отыра, электрондық кәсіпкерлікті жаңа дәрежеге көтереміз. Бұл өз кезегінде отандық электрондық кәсіпкерлік нарығын үлкейтуге бағытталған әділ бәсекені электрондық кәсіпкерліктер арасында дамытып, отандық транс ұлттық компаниялардың қалыптасуына толық мүмкіндіктер береді.

Электрондық коммерцияны шаруашылық жүргізуші субъектілер арасындағы өзара іс-қимыл және мәмілені жасаудың барлық кезеңдері ақпараттық технологияларды пайдалана отырып жүргізілетін пайда табу мақсатында тауарды немесе қызметтерді сатуға бағытталған іскерлік операциялардың кез келген түрлерін жүргізуді қамтитын автоматтандырылған коммерциялық қызмет ретінде айқындауға болады.

Электрондық коммерция - электрондық бизнестің маңызды құрылымдық компоненттерінің бірі. Ол бизнес-қызметтегі операциялардың кең спектрін қамтиды: компанияның виртуалды нысанын ұйымдастырудан электрондық түрде де, материалдық нысанда да тауарды немесе қызметті өткізуді жүзеге асырғанға дейін.

Электрондық бизнес өзінің даму барысында ақпараттық технологиялардың үздіксіз дамуымен және бизнес-процестерді автоматтандырудың жаңа тәсілдерін әзірлеумен қатар жүретін бірнеше кезеңдерден өтті. Ол біртіндеп дамыды, бірақ қарқынды даму және қысқа стагнация кезеңдері болды. Деректерді оңай алмасу ретінде басталған электронды бизнес автоматтандырудың және жетілдірілетін технологияларды пайдаланудың негізінде жүзеге асырылатын күрделі бизнес-үдерістерге дейін дамыды, оларсыз осы қызмет қазіргі уақытта мүмкін болмас еді. Олардың тұрақты дамуын ескере отырып, электрондық бизнес дамуды жалғастыратын болады.

Электрондық бизнес Халықаралық экономикалық қатынастарда маңызды орын алады, өйткені ақпараттық технологияларды дамыту әлемдік шаруашылық байланыстарды, жекелеген мемлекеттерді, тұтастай алғанда әлемдік экономиканы дамытудың, елдердің қызмет нәтижелерімен алмасуын ұлғайтудың, Халықаралық еңбек бөлінісін тереңдетудің, халықаралық бизнестің дамуына және жаңа нысандарын құруға ықпал етудің қозғаушы факторы болып табылады. Электрондық бизнес трансшекаралық операцияларды неғұрлым тиімді жүзеге асыру үшін мүмкіндіктер ашады.

Электрондық бизнес экономиканы жаһандандыру процесімен тікелей байланысты, өйткені қызметті жүзеге асыру процесінде Жаһандық бәсекелестікке қатысу және фирмааралық кооперацияны кеңейту жолымен Ұлттық экономика субъектілері арасында дәстүрлі шекаралар мен үлкен қашықтықтар өшіріледі. Бұл өзара байланыс жаһандандыру процесін дамытудағы электрондық Бизнестің маңызын арттыра отырып, анағұрлым күшті болып келеді. Электрондық Бизнестің шаруашылық байланыстарын жаһандандыру процестеріне әсері электронизациялауға тауарлар мен қызметтер нарықтары, реттеу және басқару мүмкіндіктері ұшырайтын жаһандық деңгейде де, сондай-ақ шаруашылық

байланыстарда ақпараттық технологияларды пайдалану бизнесті электрондық санатқа көшіретін жекелеген субъектілер деңгейінде де байқалады.

Экономикалық кеңістікті қайта құру процесіне Халықаралық экономикалық қатынастарда жетекші рөл атқаратын ТҰК электрондық бизнес саласына қосу тән. Электрондық бизнес компаниялардың қызметін транснационалдауды жеңілдетеді және халықаралық қызметті жүзеге асыру үшін қажетті болып табылады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Горбунова О., Горбунова Ю. Проблемы и перспективы развития электронной торговли в России // Социально-экономические явления и процессы. – 2016.–№ 8.
2. Влияние информационных технологий на национальную безопасность // IV ежегодная конференция Построение стратегического общества через образование и науку. М., 2001.
3. В. М. Давыдов, А. В. Рудецкая ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ Хабаровск Издательство ТОГУ 2015].
4. Черноиванов А.П. Направления развития электронного предпринимательства в современной России. - М., 2017.
<https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-razvitiya-elektronnogo-predprinimatelstva-v-sovremennoy-rossii>
5. Мадеева М.А., Мадеев М.А. «Электронный бизнес». - Екатеринбург, 2016.