

Электрондық коммерция статистикасы бойынша көрсеткіштерді қалыптастыру жөніндегі әдістемені бекіту туралы

Қазақстан Республикасының Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы Басшысының м.а. 2022 жылғы 13 желтоқсандағы № 38 бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2022 жылғы 14 желтоқсанда № 31099 болып тіркелді

"Мемлекеттік статистика туралы" Қазақстан Республикасы Заңының 12-бабы 5) тармақшасына және Қазақстан Республикасының Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі төрағасының 2020 жылғы 23 қазандағы № 9-нқ бұйрығымен бекітілген Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы туралы ереженің 15-тармағы 20) тармақшасына сәйкес БҰЙЫРАМЫН:

1. Қоса беріліп отырған Электрондық коммерция статистикасы бойынша көрсеткіштерді қалыптастыру жөніндегі әдістеме бекітілсін.

2. Қазақстан Республикасының Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының Қызмет көрсету және энергетика статистикасы департаменті Заң департаментімен бірлесіп заңнамада белгіленген тәртіппен:

1) осы бұйрықты Қазақстан Республикасы Әділет министрлігінде мемлекеттік тіркеуді;

2) осы бұйрықты Қазақстан Республикасының Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының интернет-ресурсында орналастыруды қамтамасыз етсін.

3. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының Қызмет көрсету және энергетика статистикасы департаменті осы бұйрықты Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросының құрылымдық және аумақтық бөлімшелеріне жұмыста басшылыққа алу үшін жеткізсін.

4. Осы бұйрықтың орындалуын бақылау Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы басшысының жетекшілік ететін орынбасарына жүктелсін.

5. Осы бұйрық алғашқы ресми жарияланған күнінен кейін күнтізбелік он күн өткен соң қолданысқа енгізіледі.

Басшының міндетін атқарушы

Ж. Джаркинбаев

"Келісілді"

Қазақстан Республикасы

Электрондық коммерция статистикасы бойынша көрсеткіштерді қалыптастыру жөніндегі әдістеме

1-тарау. Жалпы ережелер

1. Электрондық коммерция статистикасы бойынша көрсеткіштерді қалыптастыру жөніндегі әдістеме (бұдан әрі – Әдістеме) халықаралық стандарттарға сәйкес қалыптастырылатын және "Мемлекеттік статистика туралы" Қазақстан Республикасының Заңының 12-бабы 5) тармақшасына сәйкес бекітілетін статистикалық әдіснамаға жатады.

2. Әдістеменің мақсаты Қазақстан Республикасындағы электрондық сауданың дамуын сипаттайтын электрондық коммерция бойынша статистикалық көрсеткіштерді қалыптастыру бойынша бірыңғай тәсілдерді әзірлеу және мемлекеттік статистиканың жалпыға бірдей қабылданған халықаралық стандарттармен, жіктемелермен және әдістермен келісілуі мен салыстырмалылығын қамтамасыз ету болып табылады.

3. Осы Әдістемені Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы және оның аумақтық бөлімшелері электрондық коммерция статистикасы бойынша көрсеткіштерді қалыптастыру үшін жалпымемлекеттік статистикалық байқаулар жүргізу кезінде қолданады.

4. Әдістемеді келесі анықтамалар қолданылады:

1) бөлшек сауда – сатып алушыға жеке, отбасылық, үй ішінде немесе кәсіпкерлік қызметпен байланысты емес өзгедей пайдалануға арналған тауарларды сату жөніндегі кәсіпкерлік қызмет;

2) көтерме сауда – кейіннен сатуға немесе жеке, отбасылық, үй-ішілік және осыған ұқсас өзге де пайдалануға байланысты емес өзге де мақсаттарға арналған тауарларды сату жөніндегі кәсіпкерлік қызмет;

3) мамандандырылған электрондық сауда алаңы – экономикалық қызметтің бір сыныптағы тауарлары, бір түрдегі жұмыстары мен көрсетілетін қызметтері өткізілетін электрондық сауда алаңы;

4) ішкі сауда – жеке және заңды тұлғалардың Қазақстан Республикасы аумағында тауарларды сатып алуды-сатуды жүзеге асыруға бағытталған кәсіпкерлік қызметі;

5) ішкі сауда субъектісі – Қазақстан Республикасының заңнамасында белгіленген тәртіппен ішкі сауданы жүзеге асыратын жеке немесе заңды тұлға;

6) электрондық коммерция – электрондық саудадағы, сондай-ақ көрсетілетін қызметтерді сатудағы, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар арқылы жүзеге асырылатын кәсіпкерлік қызмет;

7) электрондық сауда – тауарларды өткізу жөніндегі, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар арқылы жүзеге асырылатын кәсіпкерлік қызмет;

8) электрондық сауда алаңы – электрондық саудаға қатысушыларды инфрақұрылыммен, оның ішінде ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалана отырып, олардың арасында жұмыстар мен қызметтер көрсетуге арналған шарттар жасасуды қамтамасыз ететін интернет-ресурс;

9) электрондық саудаға қатысушылар – сатып алушы, сатушы және (немесе) электрондық сауда алаңы ретінде қатысатын жеке және заңды тұлғалар;

10) үй шаруашылығы – бірге тұратын, өз табыстары мен мүлкін толықтай немесе ішінара біріктіретін және тауарлар мен көрсетілетін қызметтерді бірлесіп тұтынатын бір немесе одан да көп жеке тұлғалардан құралған экономикалық субъект.

2-тарау. Электрондық коммерция статистикасы бойынша жалпы мемлекеттік статистикалық байқаулар жүргізудің ерекшеліктері

5. Ұсыныс тарапынан электрондық коммерция бойынша дереккөздер "Электрондық коммерция туралы есеп" (индексі Э-коммерция, кезеңділігі жылдық), "Кәсіпорындарда ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалану туралы есеп" (индексі 3-ақпарат, кезеңділігі жылдық) жалпы мемлекеттік статистикалық байқаулар болып табылады.

6. Сұраныс тарапынан электрондық коммерция бойынша дереккөздер "Үй шаруашылығының ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалануы жөніндегі зерттеу сауалнамасы" (индексі Н-020, кезеңділігі жылдық), "Күнделікті шығыстарды есепке алу күнделігі" (индексі D003, кезеңділігі тоқсандық) және "Үй шаруашылықтарының тоқсан сайынғы табыстары мен шығыстарын есепке алу журналы" (индексі D004, кезеңділігі тоқсандық) жалпы мемлекеттік статистикалық байқаулар болып табылады.

7. Электрондық сауда бойынша жалпы мемлекеттік статистикалық байқаулардың мақсаты электрондық сауданы мониторингтеу және талдау үшін ұсыныс тарапынан және сұраныс тарапынан электрондық сауданың көлемі мен сипаттамаларын өлшеу болып табылады.

8. Ұсыныс тарапынан жалпы мемлекеттік статистикалық байқау субъектілері Интернет желісі арқылы тауарлар мен қызметтерді өткізуді жүзеге асыратын заңды тұлғалар, дара кәсіпкерлер, сұраныс тарапынан – Интернет желісі арқылы тауарлар мен қызметтерді сатып алуды немесе тапсырыс беруді жүзеге асыратын үй шаруашылықтары болып табылады.

9. Тұтынушының белгілі бір түрдегі және сападағы өнімді, тауарларды дайындауға, оған жеткізуге, сатуға немесе жұмысты орындауға, қызмет көрсетуге ұсынысы тапсырыс деп есептеледі. Бір тапсырыс бір немесе бірнеше өнімді сатып алуды қамтиды.

10. Кәсіпорындарды статистикалық байқаулар (ұсыныс тарапынан) онлайн сатылатын немесе сатып алынатын тауарлар мен қызметтердің типі, тапсырыстар саны, өзінің Интернет-ресурсын және электрондық коммерция платформасын пайдаланатын кәсіпорындардың саны, тауарлар мен қызметтерді сату көлемі, жеткізу әдістері, электрондық коммерцияны жүргізу үшін пайдаланылатын электрондық платформалар немесе Интернетте сатып алу үшін төлем әдістері, электрондық платформалар сияқты электрондық коммерция қызметінің сипаттамалары туралы сұрақтарды қамтиды.

11. Үй шаруашылықтарын статистикалық байқаулар (сұраныс тарапынан) Интернет желісін қандай мақсатта пайдаланады, соның ішінде тауарларды немесе қызметтерді сатып алу немесе тапсырыс беру, тауарларды немесе қызметтерді сату, тауарлар мен қызметтердің санаттары, жалпы құны, төлем әдісі, Интернет желісі арқылы тапсырыс берілген тауарлар мен қызметтерді жеткізу әдістері, Интернет желісі арқылы тауарлар мен қызметтерге тапсырыстардың болмау себептері сияқта электрондық сауда қызметінің сипаттамалары туралы сұрақтарды қамтиды.

12. Кәсіпорындарды жалпы мемлекеттік статистикалық байқау ірі және орта кәсіпорындар үшін каталог бойынша жаппай әдіспен, шағын кәсіпорындар үшін іріктемелі әдіспен (іріктемелі жиынтық 10%) жүргізіледі. Іріктеме мөлшері экономикалық қызмет бойынша ұлттық деңгейде және кәсіпорындардың мөлшері бойынша өкілдікті қамтамасыз етеді.

13. Үй шаруашылықтарын зерттеуді арнайы дайындалған интервьюерлер үй шаруашылықтарына бару арқылы сұхбат жүргізу әдісімен және үй шаруашылықтарының статистикалық нысандарды өз бетімен толтыруы арқылы жүзеге асырылады.

14. Үй шаруашылықтарының іріктемелі жиынтығын қалыптастыру үшін дереккөз "е-Статистика" интеграцияланған ақпараттық жүйесінің компоненті "Тұрғын үй қорының статистикалық тіркелімі" ақпараттық жүйесі болып табылады. Жалпы жиынтыққа жалпы коммуналдық пәтерлерде, жатақханаларда, қарттар мен мүгедектігі бар адамдарға арналған интернаттарда, балалар үйлерінде, түрмелерде, қонақ үйлерде, діни қауымдастықтарда және басқа да осыған ұқсас тұрғын үй-жайларда тұратындарды қоспағанда, тұрғын үй-жайлардың барлық түрлерінде тұратын үй шаруашылықтары кіреді.

15. Тұтынушыларға және мақсатты аудиторияға байланысты электрондық коммерцияның бірнеше негізгі санаты:

B2B ("Business-to-Business", "Бизнеске арналған бизнес") заңды тұлғалар, нарықтың экономикалық субъектілері арасындағы коммерциялық қатынастарды білдіреді,

коммерциялық ұйымдардың өзара іс-қимылын анықтайды, мысалы, тауарларды немесе қызметтерді жеткізуге, сатуға, сатып алуға мәмілелер, серіктестік келісімшарттар жасау ;

B2C ("Business-to-Consumer", "Тұтынушыға арналған бизнес") заңды және жеке тұлғалар арасындағы тауарлар мен қызметтердің саудасын көздейді, бөлшек сауданы білдіреді, бірақ тек онлайн-алаңдар – дүкендер, қызметтер, банктер арқылы;

B2G ("Business-to-Government", "Үкіметке арналған бизнес") нарық қатысушыларына қатаң талаптары бар, мәмілелер мөлшері ірі конкурстар, тендерлер негізіндегі электрондық коммерция болып табылады және оған мынадай нарық қатысушылары кіреді: заңды тұлғалар – компаниялар, корпорациялар, брендтер бір тараптан және муниципалдық органдар, мемлекеттік инстанциялар – басқа тараптан;

C2C ("Consumer-to-Consumer", "Тұтынушыға арналған тұтынушы") жеке тұлғалар арасындағы мәмілелерді жүзеге асыруды білдіреді және электрондық хабарландыру жүйесі арқылы пайдаланушылардың коммерциялық қатынастарына негізделген;

G2C ("Government-to-Citizens", "Азаматтарға арналған үкімет") салықтар мен айыппұлдарды төлеу, жобалар мен коммерциялық қызметтің нысандарын тіркеу, рұқсат құжаттарын алу сияқты онлайн-сервистер арқылы халықтың мемлекеттік ақпаратқа қол жеткізуін қамтамасыз етеді.

3-тарау. Электрондық коммерция статистикасы бойынша көрсеткіштер

16. Электрондық коммерцияда сатуды жүзеге асыратын кәсіпорындардың саны (үлесі) экономикалық қызмет түрлеріне, кәсіпорындардың мөлшеріне, төлем тәсіліне, жеткізу тәсіліне, ұсынылатын тауарлар мен қызметтердің түрлері бойынша бөліністе қалыптастырылады және мынадай санаттар бойынша бөлінеді:

өзінің Интернет-ресурсы бар кәсіпорындар;

бөгде ұйымының электрондық коммерция платформасын пайдаланатын кәсіпорындар (маркетплейс);

электрондық коммерция платформасы бар кәсіпорындар (маркетплейс);

электрондық коммерция платформасы бар (маркетплейс) және жолаушыларды тасымалдауды ұйымдастыру және ақпараттық сүйемелдеу жөніндегі қызметті жүзеге асыратын кәсіпорындар.

17. Тауарларды (қызметтерді) өткізу көлемі сатылған тауарлар, өнімдер және көрсетілген қызметтер үшін қолма-қол және қолма-қол емес есеп айырысу үшін алынған ақшалай түсімнің сомасын сипаттайды.

18. Интернет арқылы тауарларды (қызметтерді) өткізу көлемі өткізу және жүргізілген транзакциялар бойынша электрондық коммерция платформасы (маркетплейс) арқылы өтетін төлемдер көлемі үшін өз Интернет-ресурсын пайдаланатын кәсіпорындардың тауарлар мен қызметтерді өткізу көлемінен қалыптастырылады.

19. Электрондық коммерция платформасы (маркетплейс) арқылы өтетін тауарлар мен қызметтерді сатып алушылардың (тұтынушылардың) төлемдер көлемі тауарларды сатып алушылардың төлемдер көлемінен және көрсетілген қызметтер бойынша тапсырыстардың жалпы сомасынан тұрады.

20. Бөлшек саудадағы электрондық сауданың үлесі бөлшек сауданың жалпы көлеміндегі электрондық коммерцияның қарқындылығын көрсетеді, Интернет арқылы бөлшек сауда көлемінің бөлшек сауданың жалпы көлеміне қатынасымен айқындалады және мынадай формула бойынша есептеледі:

$$S_1 = \frac{V_{ec}}{V_{rt}} * 100\%$$

мұнда,

S_1 – бөлшек сауданың жалпы көлеміндегі электрондық сауданың үлесі;

V_{ec} – Интернет желісі арқылы бөлшек сауда көлемі;

V_{rt} – құндық мәндегі бөлшек сауда көлемі.

21. Көтерме саудадағы электрондық сауданың үлесі көтерме сауданың жалпы көлеміндегі электрондық коммерцияның қарқындылығын көрсетеді, Интернет арқылы көтерме сауда көлемінің көтерме сауданың жалпы көлеміне қатынасымен айқындалады және мынадай формула бойынша есептеледі:

$$S_2 = \frac{V_{ee}}{V_{oo}} * 100\%$$

мұнда,

S_2 – көтерме сауданың жалпы көлеміндегі электрондық сауданың үлесі;

V_{eo} – Интернет желісі арқылы көтерме сауда көлемі;

V_{oo} – құндық мәндегі көтерме сауда көлемі.

22. Үй шаруашылықтарының тұтыну шығыстарындағы Интернет желісі арқылы сатып алуға арналған шығыстардың үлесі үй шаруашылықтарының тұтыну шығыстарының жалпы сомасынан Интернет желісі арқылы жүзеге асырылған сатып алулардың үлесін көрсетеді және мынадай формула бойынша есептеледі:

$$D_i = \frac{E_i}{E_T} * 100\%$$

мұнда,

D_i – үй шаруашылықтарының тұтыну шығыстарындағы Интернет- сатып алулардың үлесі;

E_i – Интернет желісі арқылы сатып алуға шығыстар сомасы;

E_T – үй шаруашылықтарының тұтыну шығыстарының сомасы.

© 2012. Қазақстан Республикасы Әділет министрлігінің «Қазақстан Республикасының Заңнама және құқықтық ақпарат институты» ШЖҚ РМҚ