

ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Кайимова З.А.

Кайимова Зумрад Абдуллаевна – старший преподаватель,
кафедра экономики,
Бухарский государственный университет, г. Бухара, Республика Узбекистан

Аннотация: в статье рассматриваются особенности электронных платежных систем в Республике Узбекистан.

Ключевые слова: платежная система, концепция, стратегия, электронная коммерция, инновации, банк, маркетинг.

Правительство Узбекистана проводит активную политику развития информационно-коммуникационных технологий в Узбекистане и обеспечения информационной безопасности. За последние 5 лет в стране произошел значительный скачок в развитии электронных платежей. Услуги по переводу денежных средств, оплата коммунальных платежей, счетов за Интернет и мобильную связь стали доступны с появлением новых систем оплаты.

Развитие экономической сферы любой страны невозможно без эффективной платежной системы с действенными платежными механизмами. Платежные системы, являясь основой устойчивости финансовой системы государства, снижают операционные издержки в экономике, увеличивают эффективность использования финансовых и иных видов ресурсов, повышают ликвидность финансового рынка и способствуют проведению денежно-кредитной политики.

Так, согласно индексу Индекс электронной коммерции В2С за 2019 год Узбекистан занял 106-е место среди 144 стран мира, при этом 47% населения Узбекистана использует Интернет, а 41% имеет финансовый счет. Страна располагает 16 безопасными веб-серверами на 1 миллион жителей, а оценка надежности почтовых доставок Всемирного почтового союза составляет 16%.

Таблица 1. Индекс электронной коммерции В2С ЮНКТАД, 2019 г.

Рейтинг 2017	Страна	Доля лиц, использующих Интернет (2016)	Доля лиц, владеющих счетом (2014 или позже)	Наличие безопасных веб-серверов на 1 млн жителей (2016)	Надежность почтовых доставок ВПС (2016)	Значение индекса (2016)	Значение индекса (2015)	Рейтинг 2015
105	Гана	35	41	37	28	35	43	91
106	Узбекистан	47	41	36	16	35	35	104
107	Камерун	25	12	26	76	35	24	118
108	Непал	20	34	33	52	35	28	111

Источник: ежегодный отчет UNCTAD B2C E-commerce Index 2019.

Индекс электронной коммерции В2С, опубликованный Конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), оценивает возможности страны по ведению электронной коммерции в сегменте «бизнес-потребитель» (англ. business-to-consumer). Оценка готовности к электронной торговле может служить первым этапом в разработке национальной стратегии электронной торговли, отмечает ЮНКТАД.

На начало 2020 года общее количество интернет-пользователей в нашей стране составляет 20 миллионов и выросло за год на 5,3 млн пользователей (рост 36%). При этом общая скорость доступа Узбекистана к международным сетям составила 104,1 Гбит/с, а рост этого показателя за год составил более 58%. За 2019 год стоимость 1 Мбит/с снизилась с \$76,6 до \$30,2 т.е. более чем в два с половиной раза. С сентября 2019 года в связи либерализацией валютного рынка в Узбекистане, расчёт стоимости в долларах США ведется по рыночному курсу.

Вместе с тем, существует целый ряд проблем, препятствующих цифровизации экономики. Согласно постановлению Президента Республики Узбекистан от 14.05.2018 года N ПП-3724 «По ускоренному развитию электронной коммерции» не на должном уровне находится процесс внедрения современных информационно-коммуникационных технологий, направленный на развитие электронной коммерции, что приводит к сдерживанию цифровизации экономики и развития предпринимательской деятельности. Рассмотрим некоторые из них:

1. Низкая скорость и высокие цены на доступ в Интернет. Правительством, предусмотрено снизить цены на доступ в Интернет, увеличить скорость подключения минимум в 4 раза, доведя её к 2020 году до

уровня стран СНГ (средняя скорость интернет-подключения в странах СНГ в 10 раз выше, чем в Узбекистане).

В 2019 году компанией «Узбектелеком» был реализован ряд проектов по расширению пропускной способности существующих и строительству новых приграничных стыков с операторами сопредельных стран для того, чтобы удовлетворить растущие потребности граждан в услугах Интернет. В результате всех принятых мер скорость организованных каналов доступа к сети Интернет увеличилась в два раза.

2. Проблема отсутствия или плохого качества телекоммуникационной сети в отдаленных районах, территориях, примыкающих к автомобильным и железным дорогам, а также локализация трафика. В настоящее время компания «Узбектелеком» выделяет средства на развитие и улучшение телекоммуникационных технологий в отдаленных уголках страны для обеспечения населения качественными услугами.

Во многих зарубежных странах локализация Интернет трафика на территории страны составляет не менее 60%, тогда как в Узбекистане 19%. В связи с чем, АК «Узбектелеком» планирует локализовать популярные мировые интернет-ресурсы и порталы. Идёт работа по созданию условий для развития качественного национального контента. Практическое отсутствие кредитных карт. По мере популяризации таких платежных систем как Click, Payme, Mbank, а также использования дебетовых карт каждый год увеличивается количество безналичных платежей. По данным Центрального Банка в обращении находится более чем 19 млн банковских карт при населении в 31 млн человек. При этом практически отсутствуют кредитные карты или их получение и использование связано с большими издержками – высокой процентной ставкой, сложной процедурой оформления и неудобствами для клиентов. Для запуска системы кредитных карт, банкам нужно вложиться в открытие новых отделов, переобучение сотрудников, выпуск новых пластиковых карт и повышение финансовой грамотности населения.

Отсутствие интеграции отечественных платежных систем с популярными зарубежными аналогами сказывается на полноценном международном сотрудничестве субъектов предпринимательства страны с ведущими иностранными организациями в сфере электронной торговли, а также экспортном потенциале и конкурентоспособности местного рынка.

На низком уровне остается популяризация удобств и достоинств электронной коммерции, в том числе безналичного расчета за товары (услуги), особенно на местах, что приводит к снижению налоговых поступлений в государственный бюджет.

Решением проблемы может послужить возможность оплаты товаров и услуг международными пластиковыми картами UnionPay International через обычные терминалы системы Uzcard. Такая услуга уже запущена Единым общереспубликанским процессинговым центром и «Кишлок курилиш банком». Терминалы, установленные в торговых точках и пунктах обслуживания, имеют возможность одновременно обслуживать карты Uzcard и UnionPay International.

На сегодняшний день рынок электронных платежных систем Узбекистана предоставлен сервисами интернет- и мобильного-банкинга такими как HamkorBank Mobile, IpakYuli Mobile, Alpay, а также платежными системами, предоставляющими возможности оплаты, как через персональный компьютер, так и через мобильные телефоны (Click, Payme, Mbank). Электронные платежи имеют большое значение и для развития туризма. В международном туризме платежные карты используются как безопасные платежные инструменты, принимаемые по всему миру. Это снижает риски при перевозке крупных сумм денег, упрощает процесс заказа билетов и бронирования мест в отеле.

Список литературы

1. *Kubaevich K.F. et al.* The modern state of crediting practices of commercial banks of the republic of Uzbekistan // Journal of Critical Reviews, 2020. Т. 7. № 7. С. 387-390.
2. *Кайимова З.А., Темиров Ш.* Роль иностранных инвестиций в модернизации экономики республики Узбекистан // International scientific review, 2016. № 2 (12).
3. *Abdullaevna K.Z., Alievna M. O.* Innovation policy of the country and its mechanism // Достижения науки и образования, 2020. № 2 (56).
4. *Таирова М.М., Гиязова Н.Б.* Поддержка предпринимательской деятельности в Узбекистане // International scientific review, 2016. № 2 (12).
5. *Adilova Z.D., Shadieva Z.T., Umarova Z.T.* Development perspectives of tourism market in Uzbekistan // Beiträge zur Entwicklung in Usbekistan und China: Wissenschaftliche Schriftenreihe: Band 5, 2012. Т. 5. С. 82.
6. *Khurramov O.K., Boboqulov A.A.* Digital tourism plays an important role in economic development // Наука-эффективный инструмент познания мира, 2019. С. 9-10.
7. *Bayazovna G.N.* Marketing communication strategy and its essence // Вопросы науки и образования, 2020. № 1 (85).

8. *Navruz-zoda B.N., Khurramov O.K.* The role of information technologies in digital tourism // International scientific review of the problems of economics, finance and management, 2020. С. 22-36.
9. *Адилова З.Д.* Тенденции развития интеграции науки и образования: зарубежный и отечественный опыт // Вестник ТИСБИ, 2019. № 1. С. 57-69.
10. *Каюмович К.О. et al.* Directions for improvement digital tourism and tourism info structure in Uzbekistan // Journal of Critical Reviews, 2020. Т. 7. № 5. С. 366-369.
11. *Таурова М.М., Дустова А.К.* Роль маркетинга в экономическом развитии Узбекистана // Вопросы науки и образования, 2020. № 5. С. 89.
12. *Каюмович К.О. et al.* Opportunity of digital marketing in tourism sphere // International Journal of Psychosocial Rehabilitation, 2020. Т. 24. № 8.
13. *Кайимова З.А., Таурова М.М.* Инвестиционная деятельность коммерческих банков Республики Узбекистан // Современные тенденции развития аграрного комплекса, 2016. С. 1602-1603.
14. *Adilova Z.D., Khanturaev B.A.* The impact of the development of the digital economy on science and education // Вестник науки и образования, 2020. № 16. С. 94.
15. *Каюмович К.О.* The capability of internet in sphere of tourism and services // Polish science journal, 2019. С. 160.
16. *Adilova Z.D., Khanturaev B.A.* Development of higher education systems on the basis of digitization and clustering // Academy. № 8(59), 2020. С. 42.
17. *Каюмович К.О., Annamuradovna F.S., Kamalovna S.F.* The aspect and influence of use the global internet in tourism // Достижения науки и образования, 2019. № 13 (54).