

ВОПРОСЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ: ПРАКТИКА И ТЕОРИЯ

Сауле
МАХАТОВА*

магистрант Института управления Академии государственного
управления при Президенте Республики Казахстан, Астана,
Казахстан, saulezhan1@gmail.com

Дата поступления рукописи в редакцию: 02/12/2022

DOI: 10.52123/1994-2370-2022-968

УДК 339.1

МРНТИ 06.71.15

Аннотация. В 2020-2021 гг. в условиях карантина, связанного с пандемией COVID-19, казахстанские потребители начали массово совершать покупки через интернет. Вместе с такими бенефитами, как удобство «невыхода из дома» и, не контактируя с людьми, промониторив цены, выбирать и заказывать готовую еду, продовольственные и непродовольственные товары, казахстанский потребитель столкнулся с проблемой возврата товара как надлежащего, так ненадлежащего качества, и даже с фактами интернет-мошенничества. Государство и потребитель оказались не готовы к возникшим реалиям торговли через интернет. Участвовавшие факты нарушений прав потребителей в электронной торговле сигнализируют о недостаточной защищенности потребителей. Рассмотрен механизм защиты прав потребителей, в частности, в электронной торговле. Предложены рекомендации по повышению эффективности защиты прав казахстанских потребителей.

Ключевые слова: Электронная торговля, электронная коммерция, интернет-магазин, потребитель, защита прав потребителей, интернет-мошенничество.

Аңдатпа. 2020-2021 жж. COVID-19 пандемиясымен байланысты болған карантин жағдайында қазақстандық тұтынушылар интернет арқылы жаппай сатып алуды бастады. «Үйден шықпай-ақ» және өзге адамдардан оқшаулана, бағаларды зерттеп, дайын тағамдарды, азық-түлікті және азық-түлік емес тауарларды таңдау және тапсырыс беру сияқты жеңілдіктермен қатар, қазақстандық тұтынушы тиісті немесе тиісті емес сападағы тауарларды қайтару қиындығына, тіпті интернет-алаяқтық фактілеріне тап болды. Мемлекет пен тұтынушы интернет арқылы сауда жасау жағдайына дайын болмай қалды. Электрондық саудада тұтынушылардың құқықтарын бұзу фактілерінің көбеюі тұтынушылардың құқықтары жеткіліксіз қорғалғандығын айқындайды. Тұтынушылардың, әсіресе, электрондық саудадағы құқықтарын қорғау механизмі қаралды. Қазақстандық тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың тиімділігін арттыру бойынша ұсыныстар берілді.

Түйін сөздер: Электрондық сауда, электрондық коммерция, интернет-дүкен, тұтынушы, тұтынушылардың құқықтарын қорғау, интернет-алаяқтық.

Abstract. In 2020-2021, during the quarantine associated with the COVID-19 pandemic, Kazakhstani consumers began to make massive purchases via the internet. Along with such benefits as the convenience of not having to leave home or interact with people in person, as well as being able to compare prices, choosing and ordering ready-made food, groceries, and other products, the Kazakhstani consumer was also faced with problems returning goods, whether defective or not, and even internet fraud. Neither the state, nor the consumer, were prepared for the emerging realities of online trading. Increasing cases of consumer rights violations in eCommerce were a sign of the lack in consumer protection. This is now being looked at, with recommendations on how to effectively improve the rights of Kazakhstani consumers.

Keywords: e-Commerce, online-shopping, online store, consumer, consumer protection, online fraud.

Введение

Даже самый застенчивый потребитель имеет рыночную власть над продавцом. Избыток товарного предложения, непрерывный поток модификаций и новинок, возможности неограниченного ценового поиска через интернет, наличие сервисных служб доставки, ремонта и замены, а самое

главное, конкуренция, конкуренция и еще раз конкуренция. Вот что дает нам, потребителям, рыночную власть над поставщиком товаров и услуг (Бонд & Киршенбаум, 2006).

Как указано в книге «Защити себя сам» авторов Т.Квятковской и Г.Осиповой (1995), «Потребитель – не просто претендент на звание покупателя или заказчика услуг. Его гражданско-правовой

* Автор для корреспонденции: С. Махатова, saulezhan1@gmail.com

статус свидетельствует о том, что в условиях рынка он первая и главная фигура. Защита его прав начинается со знания этих прав. Наши права потребителя нарушаются на каждом шагу, мы все по этому поводу сетуем, жалуемся друг другу, ругаем власть или какие-то государственные органы, но от этого мало что меняется. А знаете почему? Потому что главный и первый виновник нарушения прав потребителей – сам потребитель. Ведь потребительские права никогда не будут реализованы, если на них нет спроса. А откуда возьмется этот спрос, если вы эти права не знаете либо знаете о них чуть-чуть, понаслышке?» (Квятковская & Осипова, 1995).

Итак, не каждый из нас является продавцом, но каждый из нас является

потребителем тех или иных товаров и услуг, вступая в правоотношения купли-продажи. Качество товаров и услуг выступает основным фактором простого удовлетворения жизнью, а также гарантией здоровья и безопасности для жизни потребителя. И наоборот, не соответствующие требованиям закона, продукты и услуги, создают угрозу обществу.

Потребитель должен знать свои права и уметь защищать свои права. А кто такой потребитель? Какие права есть у потребителя?

Значения терминов «потребитель», чем он отличается от «покупателя», приведены ниже в дефинициях.

Таблица 1 – Дефиниции

Дефиниция	Краткое содержание	Автор
Покупатель	Тот, кто покупает, делает покупку	Словарь под редакцией А.П.Евгеньевой
	Тот, кто покупает что-либо, то есть целенаправленно приобретает в обмен на деньги или другие ценности	М.Улышева, «Эксперт», 2013
Потребитель	1. Лицо или организация, потребляющие продукты чьего-нибудь производства. Запросы потребителя. Защита прав потребителя. 2. переносное значение Человек, который стремится жить, больше получая от других, чем отдавая им (неодобрительное)	Толковый словарь Ожегова С.И.
	Лицо или организация, потребляющие продукты чьего-нибудь производства. 2. То же, что покупатель. "Товары для массового потребителя".	Словарь OXFORD Languages

Составлено автором статьи

Итак, разница между словами «покупатель» и «потребитель» заключается в том, что потребитель сам является лицом, потребляющим какой-либо товар или услугу, а покупатель может дальше реализовать товар или услугу в коммерческих целях.

Согласно нормам Закона Республики Казахстан «О защите прав потребителей» (2010), потребитель имеет право на свободное заключение

договоров на приобретение товаров (выполнение работ и оказание услуг); а также получение информации о товаре, приобретение безопасного и качественного товара, обмен и возврат товара, возмещение в полном объеме убытков (вреда), причиненных их жизни, здоровью и (или) имуществу вследствие недостатков товара (работы, услуги).

Наряду с традиционными видами торговли на рынках и в магазине, где

потребитель напрямую может взаимодействовать с продавцом, быстрыми темпами стала развиваться электронная торговля с использованием интернета и возможностью онлайн-оплаты.

С развитием цифровизации совершение покупок через интернет стало настолько доступным, что это стало частью нашей жизни. Вместе с тем, на

ускоренные темпы развития электронной торговли повлияли карантинные условия во время всемирной пандемии COVID-19, когда было запрещено выходить из дома, и даже действовали положения комендантского часа.

Ниже показана динамика роста объема электронной торговли в Казахстане за период 2016-2020 годы.



Рисунок 1 – Объем электронной торговли, млн тенге

Данная диаграмма показывает, что объем розничной электронной торговли за период с 2016 по 2020 годы вырос с 78500,5 млн тенге до 476951,5 млн тенге, что составило 608% (Капитал, 2021).

Материалы и методы

В статье использованы статистические данные из официальных источников. Применялся метод качественного анализа действующего законодательства Республики Казахстан в сфере защиты прав потребителей, изучена международная практика в сфере электронной торговли.

Основная часть

Что же такое электронная торговля? Согласно пункта 65 статьи 1 Налогового Кодекса Республики Казахстан, электронная торговля товарами - предпринимательская деятельность по реализации товаров физическим лицам, осуществляемая посредством информационных технологий

через интернет-магазин и (или) интернет-площадку (Кодекс РК о налогах, 2017)

Электронная коммерция предусматривает различные стратегии ведения бизнеса. Рассмотрим одну из самых глобальных видов электронной коммерции «Business-to-Client» (B2C). Одно из его преимуществ: удобство для пользователей. Сейчас пользователи во многих странах мира могут совершать покупки, не покидая Facebook или Instagram, онлайн-магазин Amazon, eBay, Etsy, AliExpress, и другие. Это делает онлайн-шоппинг чрезвычайно комфортным для пользователей и в то же время играет на руку бизнесу, ведь потребители могут совершать быстрые, эмоциональные покупки (Что такое электронная коммерция, 2022).

Следует отметить, что такие «акулы» электронной коммерции, как Amazon, eBay, Etsy, AliExpress создали максимально справедливые условия защиты прав потребителей. К примеру, прямо на сайте онлайн-продавца можно открыть спор, и предоставив фото и видео товара ненадлежащего качества, у

потребителя есть возможность вернуть свои деньги.

В сентябре текущего года на проведенном в Казахстане первом международном форуме электронной коммерции, на площадке МФЦА, вице-министр торговли и интеграции РК А. Жанасова рассказала о проделанной работе Министерства торговли и интеграции РК по развитию электронной торговли в Казахстане. Так, по итогам 2021 года объем рынка B2C электронной торговли составил 1,3 трлн. тенге. Доля электронной торговли по итогам прошлого года по данным АО «Казпочта» оставила 9,6% от общего объема розничной торговли (13,5 трлн.тенге). Объем рынка B2C электронной торговли за 7 месяцев 2022 года составил – 654 млрд.тенге, при объеме розничной торговли – 7,5 трлн.тенге. Доля электронной торговли за текущий период составила 8,7%. А.Жанасова также отметила, что принимаемые меры направлены на повышение прозрачности и упрощение процессов торговли, а также на создание благоприятных условий развития электронной коммерции в Казахстане (МТИ РК, 2022).

И это только официальная статистика. А сколько интернет-продаж осуществляется не зарегистрированными субъектами предпринимательства!

В целом, развитие электронной торговли – благо для экономики страны. Но, как показывает практика, права потребителя не всегда защищены.

По информации, предоставленной Комитетом по защите прав потребителей Министерства Торговли и интеграции Республики Казахстан, за 8 месяцев 2022 года в разрезе отрасли «Электронная торговля» поступило 1430 обращений, что по сравнению с аналогичным периодом за прошлый год демонстрирует рост 190% (в 2021 году поступило 751 обращений в этой сфере).

Действительно, на просторах казахстанского интернета в 2020-2021 гг. появилось очень много онлайн-продавцов, особенно в социальных сетях Facebook и Instagram. Каждый, «кому не лень», начал продавать товары, которые зачастую оказывались сомнительного производства, при этом, не удосужившись зарегистрироваться в качестве

индивидуального предпринимателя, что само по себе уже является незаконной предпринимательской деятельностью. Так какие же еще нарушения совершают онлайн-продавцы?

Зачастую, в нарушение пункта 13 статьи 25 Закона Республики Казахстан «О защите прав потребителей», онлайн-продавцы не предоставляют такую информацию о себе, как наименование (фирменное наименование), местонахождение (юридический адрес) продавца (изготовителя, исполнителя), местонахождение индивидуального предпринимателя или юридического лица (его филиала, представительства), уполномоченного продавцом (изготовителем) на принятие претензий от потребителя и производящего ремонт и техническое обслуживание товара (ЗРК «О защите прав потребителей, 2010). Данный факт затрудняет, а иногда и вовсе делает невозможным применение механизма защиты прав потребителей.

Доверчивые потребители, сначала производят онлайн-оплату, и только потом, получив товар ненадлежащего качества, задаются вопросом о местонахождении продавца, чтобы отправить претензию о возврате товара. И, как правило, покупатель начинает читать отзывы после того, как столкнулся с недобросовестными действиями продавца.

Имеют место объявления в социальных сетях «товар обмену и возврату не подлежит» несмотря на то, что этот товар не входит в перечень, подпадающих под исключение из статьи 30 ЗРК «О защите прав потребителей» (ЗРК «О защите прав потребителей, 2010).

Некоторые «продавцы» получив деньги, перестают отвечать на сообщения и звонки, а даже блокируют покупателя. В таких случаях потребитель «приобретает» статус потерпевшего.

Настораживает статистика случаев интернет-мошенничества. По данным Комитета по правовой статистике и спецучетам Генеральной прокуратуры, в 2020 году количество случаев интернет-мошенничества в Казахстане увеличилось на 70,6 %. Данная статистика охватывает не только электронную торговлю, но и деятельность

различных финансовых пирамид, звонков от якобы «банковских сотрудников и сотрудников правоохранительных органов». С целью защиты граждан и борьбы с интернет-мошенничеством, на ежегодной коллегии в Министерстве внутренних дел в конце января 2021 года глава ведомства Е.Тургумбаев сообщил, что в связи с двукратным ростом интернет-мошенничества в стране разработана специальная программа по противодействию таким преступлениям (МВД РК, 2021). В структуре Центра по борьбе с киберпреступностью министр поручил создать группу по противодействию интернет-мошенничествам и специальные следственно-оперативные группы в каждом регионе, которые должны быть укомплектованы квалифицированными специалистами в IT-сфере (Женисбекова, 2021).

При этом, обращения граждан в органы Полиции о том, что не смогли осуществить обмен либо возврат товара ввиду игнорирования продавцом, либо с просьбой установить местонахождение продавца, оставляются без рассмотрения и списываются в архив, либо направляются (возвращаются) в уполномоченный орган по защите прав потребителей, ввиду того, что отсутствуют реквизиты продавца (ИИН либо БИН). Другие государственные органы также не в силах оказать содействие в таких ситуациях.

В качестве примера рассмотрим кейс из практики Департамента по защите прав потребителей города Алматы (далее - Департамент). В апреле 2021 года в Департамент обратилось 20 потребителей с разных городов Казахстана, с жалобой на действия ТОО «SM KZ», которая на странице Instagram предлагала готовую мебель по «вкусной» цене, то есть дешевле рыночной. Потребители перечислили «продавцу» деньги через Kaspi – приложение, общая сумма составила более 21 млн тенге. При этом, продавец «кормил» потребителей обещаниями, что мебель скоро придет, объясняя задержку различными причинами. Департаментом в интересах потребителей подан иск в суд Алатауского района города Алматы. Решением Суда от 09 ноября 2021 года

исковое заявление Департамента о взыскании задолженности с ТОО «SM KZ» удовлетворено. В ходе разбирательства также выяснилось, что ответчик не впервые занимается таким видом мошенничества.

По сей день количество нарушений прав потребителей в сфере электронной торговли растет. Продавцы товаров через социальные сети одновременно создают несколько аккаунтов, при этом оперативно удаляя негативные отзывы потребителей.

В свою очередь, государство расходует немалые средства из бюджета на повышение правовой грамотности потребителей, на создание и трансляцию социальных информационных видеороликов о правах потребителей. Территориальными департаментами ведется активная работа с потребителями, проводятся выездные и онлайн-лекции для студентов ВУЗов, в торговых центрах распространяются раздаточные материалы о правах потребителей. На проведение исследований, оказание социологических, аналитических и консалтинговых услуг в сфере экономики, торговли, государственного управления и защиты прав потребителей бюджетом потрачено в 2019 году – 606,893,1 тенге; в 2020 году – 510,241,1 тенге; в 2021 году – 496,107,5 тенге; за 8 месяцев 2022 года - 347,214,3 тенге (МТИ РК, 2022).

Парадокс в том, что пропорционально активной работе уполномоченного органа, растет количество обращений граждан. Несмотря на знание своих прав потребителями, количество нарушений прав потребителей из года в год растет, в том числе в электронной торговле.

Следовательно, необходимо повышать правовую грамотность не только потребителей, но и продавцов. Вместе с этим, механизм защиты прав потребителей должен предупреждать нарушения, а не бороться с последствиями.

Правовое регулирование электронной коммерции и цифровых технологий остается важным вопросом для законодателей многих стран, где цифровизация достигла определенного уровня развития. В Казахстане этот

вопрос так или иначе решается в процессе разработки Государственной программы "Цифровой Казахстан", Концепции правовой политики на 2021-2030 годы, Государственной программы развития торговли Республики Казахстан на 2021-2025 годы (Московчук, 2020)

Такие авторами, как Жумадилова М. и Жусупбекова М., в 2018 году в научной статье «Некоторые правовые аспекты электронной торговли в республике Казахстан» уже даны предложения о принятии нового закона РК «Об электронной торговле», который бы регулировал все отношения, возникающие в электронной торговле. Данный вопрос по сей день не утратил своей актуальности. (Жумадилова & Жусупбекова, 2018).

Согласно подпункта 1) пункта 4 статьи 29-1 Закона Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности», электронная торговая площадка, информационно-рекламная торговая площадка в электронной коммерции не вправе разглашать информацию, содержащуюся в электронных документах или электронных сообщениях, в том числе сведения, составляющие коммерческую и иную охраняемую законом тайну. (ЗРК «О регулировании торговой деятельности, 2004)

При этом, согласно пункта 12 статьи 28 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан, обобщенная информация, не раскрывающая сведений о деятельности конкретного субъекта предпринимательства, является общедоступной. (Предпринимательский кодекс РК, 2015). Пунктом 13 названной статьи указано, что фамилия, имя, отчество или наименование индивидуального предпринимателя; наименование и дата регистрации юридического лица; идентификационный номер; юридический адрес (место нахождения); вид деятельности; фамилия, имя, отчество руководителя относятся к общедоступной информации, то есть не являются коммерческой тайной.

Казахстанские интернет-магазины главным образом являются торговыми площадками, где «встречаются» и взаимодействуют потребители и

продавцы. При этом, торговая площадка не несет ответственности за добросовестность продавца. К примеру, интернет-магазин «Kaspi.kz» отказывает потребителям в выдаче сведений о продавце, ссылаясь на коммерческую тайну, хотя наименование, адрес и контакты продавца не являются коммерческой тайной. На практике, после жалобы потребителя, «Kaspi.kz» блокирует недобросовестного продавца, но не оказывает содействие в защите прав потребителя.

В связи с этим, предлагаем внедрить в казахстанское законодательство положительный опыт из международной практики в сфере защиты прав потребителей. К примеру, в Китайской Народной Республике в 2019 году вступил в силу Закон «Об электронной коммерции». Несоблюдение требований этого Закона грозит предпринимателям штрафами, причем не только продавцам, но и для сервисов, создающих возможность продажи товаров и оказания услуг, поэтому контроль осуществляется не только государственными органами, но и площадками для электронной торговли.

Заключение

Практическое применение механизма защиты прав потребителей «обнажило» пробелы, которые надо устранить.

К примеру, имеются некоторые «нестыковки» в законодательстве. Пунктом 8 статьи 6-2 Закона Республики Казахстан «О защите прав потребителей» предусмотрено, что рекомендация об устранении нарушений, выявленных по результатам профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля, должна быть исполнена в течение десяти рабочих дней со дня, следующего за днем ее вручения (извещения) (ЗРК «О защите прав потребителей, 2010).

Вместе с тем, за неисполнение данного требования административная ответственность продавца не предусмотрена. То есть, если продавец не исполнит рекомендацию уполномоченного государственного органа, ему за это «ничего не будет».

Пунктом 2 статьи 33-2 Закона Республики Казахстан «О защите прав потребителей» предусмотрена обязанность продавца размещения на интернет-ресурсе, который используется продавцом (изготовителем, исполнителем), информации о его контактных данных (фактического адреса и номера телефона) (ЗРК «О защите прав потребителей, 2010).

Несоблюдение продавцом в электронной торговле этой нормы Закона усложняет а иногда и делает невозможным отправку претензии потребителем. На поиски фактического адреса продавца расходуется много времени и дополнительных ресурсов со стороны потребителя и уполномоченного госоргана. При этом, без наличия информации о наименовании ТОО либо ИП и их реквизитов (БИН либо ИИН) ни один из государственных органов не сможет оказать содействие в установлении фактического местонахождения продавца. Тем более, как установить местонахождение тех продавцов в электронной торговле, которые не являются субъектами предпринимательства? Это один из самых актуальных и наболевших вопросов в сфере защиты прав потребителей.

В связи с этим, необходимо оптимизировать механизм защиты потребителя в электронной торговле. Например, используя инструменты цифровизации, можно разработать такой функционал, чтобы перед осуществлением денежного перевода, необходимо было указать «покупка», а далее система сама будет запрашивать «наименование продавца, БИН или ИИН» и «фактический адрес»; либо платежная система откажет в транзакции, если этот клиент банка (продавец) не является предпринимателем. Благодаря такому функционалу сократилось бы количество недобросовестных продавцов, так как

онлайн-продавцы будут вынуждены указывать свои реквизиты даже в социальных сетях. «Белая» электронная торговля покажет реальную статистику о количестве предпринимателей и объемах электронной торговли в Казахстане, а также количество нарушений прав потребителей в электронной торговле сойдет на нет.

Те потребители, которые возьмут на себя ответственность произвести оплату за товар или услугу без соблюдения таких требований, не смогут защитить свои права, что и происходит на сей день.

Внедрение вышеуказанного функционала может дать положительный мультипликативный эффект: снизится количество нарушений со стороны продавцов в электронной торговле, а значит и снизится количество жалоб и заявлений от потребителей в уполномоченные государственные и правоохранительные и судебные органы.

Таким образом, механизм защиты прав казахстанских потребителей требует доработки, в части:

1) введения меры административной ответственности в Кодекс РК «Об административных правонарушениях» за невыполнение рекомендаций уполномоченного органа по защите прав потребителей, предусмотренного пунктом 8 статьи 6-2 Закона Республики Казахстан «О защите прав потребителей».

2) введения в Кодекс РК «Об административных правонарушениях» мер административной ответственности к торговым площадкам, на которых происходит нарушение прав потребителей.

3) принятия нового Закона РК «Об электронной торговле», который бы регулировал все отношения, возникающие при электронной торговле.

4) внедрение функционала запроса реквизитов продавца при онлайн-оплате.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бонд Д., Киршенбаум Р. под редакцией И.Гансвинда (2006). Охота на циничного покупателя, Секрет фирмы, (с.11-12).
- Женисбекова А. (2021). Рост интернет-мошенничества в Казахстане: как обезопасить себя и свои деньги? <https://cabar.asia/ru/rost-internet-moshennichestva-v-kazahstane-kak-obezopasit-sebya-i-svoi-dengi>

- Жумадилова М., Жусупбекова М.К. (2018). Некоторые правовые аспекты электронной торговли в Республике Казахстан. <https://elis.psu.ru/node/555764>
- Закон Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности» от 12 апреля 2004 года № 544. <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000544>
- Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-IV. [https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z100000274 /z100274.htm](https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z100000274_z100274.htm)
- Капитал (2021). Рынок e-commerce превысит 3 трлн тенге к 2024 году. URL: <https://kapital.kz/economic/97376/rynok-e-commerce-prevysit-3-trln-tenge-k-2024-godu.html>
- Квятковская Т., Осипова Г. (1995). Защити себя сам, Жеті жарғы.
- Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» (Налоговый кодекс) от 25 декабря 2017 года № 120-VI. <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1700000120>
- Министерство торговли и интеграции РК (2022). Доля электронной торговли по итогам прошлого года составила 9,6 %.
- <https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/press/news/details/423275?lang=ru>
- Министерство торговли и интеграции РК (2022). Бюджетные затраты по направлениям расходования средств по состоянию на 1 сентября 2022 года.
- <https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/documents/details/346374?lang=ru>
- Министерство Внутренних дел РК (2021). МВД подвело итоги года и определило приоритеты.
- <https://www.gov.kz/memleket/entities/qriim/press/news/details/150325?lang=ru>
- Московчук А. (2020). Регулирование электронной торговли: обзор изменений в законодательстве.
- <https://www.zakon.kz/5034687-regulirovanie-elektronnoy-torgovli.html>
- Предпринимательский кодекс РК от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК.
- <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375>
- Что такое Электронная коммерция (2022). Руководство, SendPulse.
- <https://sendpulse.kz/support/glossary/ecommerce>

REFERENCES

- Bond D., Kirshenbaum R. pod redakcij I.Gansvinda (2006). Ohota na cinichnogo pokupatelja, Sekret firmy, (pp.11-12).
- Что такое Jelektronnaja kommercija (2022). Rukovodstvo, SendPulse.
- <https://sendpulse.kz/support/glossary/ecommerce>
- Kapital (2021). Rynok e-commerce prevysit 3 trln tenge k 2024 godu.
- <https://kapital.kz/economic/97376/rynok-e-commerce-prevysit-3-trln-tenge-k-2024-godu.html>
- Kvjatkovskaja T., Osipova G. (1995). Zashhti sebja sam, Zheti zhargy.
- Kodeks Respubliki Kazahstan «O nalogah i drugih objazatel'nyh platezhah v bjudzhet» (Nalogovyj kodeks) ot 25 dekabrya 2017 goda № 120-VI. <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1700000120>
- Ministerstvo trgovli i integracii RK (2022). Dolja jelektronnoj trgovli po itogam proshlogo goda sostavila 9,6 %. <https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/press/news/details/423275?lang=ru>
- Ministerstvo trgovli i integracii RK (2022). Bjudzhetye zatraty po napravlenijam rashodovaniya sredstv po sostojaniju na 1 sentjabrja 2022 goda.
- <https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/documents/details/346374?lang=ru>
- Ministerstvo Vnutrennih del RK (2021). MVD podvelo itogi goda i opredelilo priority.
- <https://www.gov.kz/memleket/entities/qriim/press/news/details/150325?lang=ru>
- Moskovchuk A. (2020). Regulirovanie jelektronnoj trgovli: obzor izmenenij v zakonodatel'stve.
- <https://www.zakon.kz/5034687-regulirovanie-elektronnoy-torgovli.html>
- Predprinimatel'skij kodeks RK ot 29 oktjabrja 2015 goda № 375-V ZRK.
- <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375>
- Zhenisbekova A. (2021). Rost internet-moshennichestva v Kazahstane: kak obezopasit' sebja i svoi den'gi?
- <https://cabar.asia/ru/rost-internet-moshennichestva-v-kazahstane-kak-obezopasit-sebja-i-svoi-dengi>
- Zhumadilova M., Zhusupbekova M.K. (2018). Nekotorye pravovye aspekty jelektronnoj trgovli v Respublike Kazahstan. <https://elis.psu.ru/node/555764>
- Zakon Respubliki Kazahstan «O regulirovanii trgovoj dejatel'nosti» ot 12 aprelja 2004 goda № 544
- <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000544>
- Zakon Respubliki Kazahstan «O zashhite prav potrebitelej» ot 4 maja 2010 goda № 274-IV.
- [https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z100000274 /z100274.htm](https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z100000274_z100274.htm)

Сауле МАХАТОВА, Қазақстан Республикасының Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясының Басқару институтының магистранты, Астана, Қазақстан, saulezhan1@gmail.com

PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS IN ELECTRONIC COMMERCE: PRACTICE AND THEORY
Saule MAKHATOVA, master student at the Institute of Management, Academy of Public Administration under the President of the Republic of Kazakhstan, Astana Kazakhstan, saulezhan1@gmail.com