



Статистика, учет и аудит, 2(93)2024. стр. 31-43
DOI: <https://www.doi.org/10.51579/1563-2415.2024.-2.03>

Междисциплинарные исследования
МРНТИ 06.71.15
УДК 339.16

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРАВОВОЙ СРЕДЫ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КАЗАХСТАНЕ

Т.А.Азатбек¹, М.А.Жанабергенова², Г.А.Турмаханбетова³, Н.С.Сабыр^{4*}

¹Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

²Центр развития торговой политики «QazTrade», Астана, Казахстан

³ Учреждение «Esil university», Астана, Казахстан

⁴ Центр социально-экономических исследований Института экономики КН МНВО РК, Астана, Казахстан

*Corresponding author e-mail: nursymbat_93@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена актуальной проблеме системного анализа правовой среды рынка электронной коммерции. Правовые институты отражают характер сложившихся экономических отношений, формирующихся под воздействием цифровизации, проникающей во все виды формы и направления деятельности человека.

Авторами проведена систематизация норм действующего законодательства, обеспечивающего функционирование рынка электронной коммерции в Казахстане, обоснована закономерность эволюционного развития отраслей права, обеспечивающие нужды виртуального бизнеса. На основе сравнительного анализа определены основные этапы становления правовой среды и направления совершенствования законодательства в цифровой сфере. Критический анализ нормативно-правовых актов обусловил выводы и рекомендации авторов о сформированности правовой среды рынка электронной коммерции и направлений ее дальнейшего развития, ориентированные на реализацию регуливающей и стимулирующей функции. Особое внимание авторами уделено анализу практической реализуемости принимаемых нормативных актов и обоснованию необходимости разработки подзаконных актов.

Ключевые слова: правовая среда, рынок электронной коммерции, защита прав потребителей, цифровая сфера, электронная торговля.

Введение. Электронная коммерция стала объективной реальностью современного мира, рынок электронной коммерции – драйвером экономического роста в периоды спада. Закономерность развития современного мирового рынка такова, что в нем растет доля электронной коммерции, что обусловлено множеством факторов, среди которых ключевую роль играет технологическое развитие, инновационные технологии в сфере создания и распространения возможностей искусственного интеллекта, в целом цифровизация всех сфер жизнедеятельности человека [1]. Однако до сих пор отсутствуют системные исследования по изучению институциональной среды

Cite this article as: Azatbek T., Zhanabergenova M., Turmakhanbetova G., Sabyr N. Analysis of the legal environment of the e-commerce market in Kazakhstan. *Statistics, accounting and audit*. 2024, 2(93), 31-43. (In Russ.). DOI: <https://www.doi.org/10.51579/1563-2415.2024.-2.03>



электронной коммерции в мире и Казахстане, которые дают представление о сущности и структуре институциональной среды рынка электронной коммерции, критериях и принципах определения его границ. Все это обуславливает актуальность проводимого исследования.

Исследованию вопросов электронной коммерции, раскрытию ее сущности, формированию характера экономических отношений в сфере электронной коммерции и электронного бизнеса посвящено немало работ зарубежных авторов. Так, Д. Козье [2], Д. Эймора [3], Р. Фриберга [4], М. Гансландта, М. Сандрстома [5], М. Смита [6], в своих работах подробно освещают проблемы развития электронной коммерции, характер и последствия ее влияния на экономический рост.

Проблемы становления и развития институциональной среды рынка электронной коммерции в различных аспектах ее проявления рассматривались в трудах Калужского [7], в частности им исследуются процессы, связанные со становлением электронной коммерции в условиях глобальной сетевой экономики, анализируются тенденции институционализации виртуальных продаж.

Структура институциональной среды электронной коммерции имеет характер функциональной, представляющее собой системное множество институтов со специализированной функцией регуляции данной сферы деятельности, основополагающим из которых выступают правовые институты. Их формирование обусловлено спецификой экономических отношений, возникающих вследствие цифровизации, связанные с реализацией прав в цифровом пространстве, использованием цифровых данных и технологий, которые характеризуются нестатичностью, постоянным развитием и изменениями.

Постоянные изменения обуславливают соответствующую корректировку нормативно-правовых средств регулирования сферы электронной коммерции. Этот вопрос является актуальным во всех странах, где функционирует рынок электронной коммерции. Так Pinghui Xiao в своей работе «The rise of livestreaming e-commerce in China and challenges for regulation: A critical examination of a landmark case occurring during COVID-19 pandemic» [8] раскрывает коллизии и пробелы в законодательстве Китая, которые допустили возможность посредством ложных заявлений, в режиме реального времени ввести в заблуждение потребителей на рынке электронной коммерции, продав им под видом люксовой продукции обычную воду с сахаром. Этот случай показал актуальность проблемы незащищенности потребителей от подобного рода мошеннических действий.

Попытка количественного анализа влияния регулирующего воздействия государства на деятельность цифровых платформ представлена в работе Qinpeng Wang и Yifei Hao [9]. Они использовали метод моделирования катастроф, для оценки состояния объекта после свершения данной катастрофы.

Сравнительный анализ систем правового регулирования электронной коммерции на примере США, ЕС и Индонезии, провел в своем исследовании Abdul Halim Barkatullah [10], которое позволило ему сделать вывод о том, что обеспечение безопасности и правовой защиты потребителей является необходимым условием развития электронной коммерции. Он указывает, что саморегулирование имеет большее значение в электронной коммерции в США и ЕС наравне с законодательством,



для обеспечения безопасности потребителей в транзакциях электронной коммерции, а в Индонезии соответствующая правовая среда еще не сформирована.

В целом изучение зарубежного опыта по формированию правовой среды рынка электронной коммерции, позволило выделить модели США, Германии, Китая и Сингапура, характеризующиеся спецификой подхода и выбора средств регулирующего воздействия [11]. Исходя из выделенных подходов, считаем необходимым провести анализ состояния правовой среды рынка электронной коммерции в Казахстане, для определения ее сформированности и направления дальнейшего развития.

Основные положения. В Казахстане институциональная среда электронной коммерции, в том числе правовая, только формируется, уточняются понятия электронной коммерции и торговли, внедряются понятия и институты, которые в последующем станут предметом регулирования. Это обуславливает необходимость проведения критического анализа состояния правовой среды развития рынка электронной коммерции для выработки рекомендаций по ее дальнейшему совершенствованию.

Материалы и методы. Материалом для исследования послужили нормативно-правовые акты, принятые в сфере регулирования торговли информации и цифровых технологий. Для достижения поставленной цели исследования применены такие методы научного познания, как сравнительный анализ, обобщение, систематизация, историко-логический метод, метод нормативно-правового исследования.

Реализация цели представленного исследования предполагает систематизацию зарубежной и отечественной практики развития электронной коммерции, которая позволила определить ключевые факторы, влияющие на развитие рынка электронной коммерции. На следующем этапе проведен анализ нормативной базы формирования данных факторов и оценка функций институтов рынка электронной коммерции, ее соответствия потребностям рынка. В заключение дана оценка правовой среды и необходимости ее совершенствования.

Результаты и обсуждение. В эволюции правовой среды рынка электронной коммерции в Казахстане можно выделить три важных этапа.

Первый период длился с 2000 до 2013 год. Принимаемые законодательные акты и меры правительства преимущественно были направлены на информатизацию общества посредством стимулирования информационно-коммуникационных технологий, построение коммуникационных сетей и не включала активных мер по поддержке субъектов электронной коммерции. В 1991 году впервые в Казахстане появился Интернет, что обусловило развитие в дальнейшем ее инфраструктуры и с ускорением пропускной способности Интернета в стране стали появляться первые сайты зарубежных магазинов. В начале 2000 годов интенсивно внедряются новые финтех технологии, что способствовало развитию системы безналичных платежей, озаменованных появлением терминалов оплаты за товары и услуги, а в последующем и интернет банкинга. Начиная с 2004 года правительство активно продвигает проект Электронного правительства, который дал мощный толчок развитию цифровых навыков населения и повысил электронную вовлеченность населения до 50%. К концу данного периода созданные технологические условия развития электронной коммерции обуславливали необходимость более существенных реформ правовой среды, для активизации международной торговли в сети.



Второй период с 2014 по 2018 годы, который характеризуется активными действиями по формированию непосредственно понятийного аппарата электронной коммерции и разработке системы регулирования данной сферы. В этот период электронная вовлеченность населения достигает порядка 72%, но активная электронная торговля осуществляется только 6% населения. Повышению динамики и расширению сфер осуществления электронной коммерции способствовало и расширение функций электронного правительства, которое наращивало количество услуг, осуществляемых онлайн. Соответственно под эти цели формировалась и законодательная база.

Третий период с 2019 года по настоящий момент, отличается активными мерами стимулирования электронной коммерции. На данном этапе происходит взрывной рост объемов электронной коммерции, который был обусловлен, прежде всего, пандемийными ограничениями. В законодательство в сфере регулирования электронной коммерции внесены изменения, отражающие потребности уже сформировавшегося рынка электронной коммерции, которые способствуют его дальнейшему развитию.

Совершенствование законодательства по формированию правовой среды рынка электронной коммерции осуществлялось по следующим направлениям (рисунок):

Внедрение категориального аппарата «электронной коммерции», включая уточнение ее понятия, определение электронной торговли, понятие участников, определение инструментов торговли и места его осуществления, а также правила ведения торговой деятельности. В Законе РК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам регулирования торговой деятельности», законодательно дано понятие электронной коммерции, электронной торговле, закреплены обязанности продавцов, их ответственность за качество товара и его своевременную поставку, и регламентирован порядок осуществления интернет-торговли [12].

Развитие системы налогообложения в сфере электронной коммерции. В 65 подпункте, 1 статьи Налогового кодекса, в целях налогообложения также включено понятие электронной торговли, критериями идентификации которой выступают [13]: оформление сделок по реализации товаров осуществляется в электронной форме; оплата за товары производится безналичным платежом; -предпринимательская деятельность по реализации товаров физическим лицам, осуществляемая с помощью информационных технологий через интернет-магазин и (или) интернет-площадку, при наличии собственной деятельности по доставке товаров покупателю (получателю) либо договоров с лицами, осуществляющими услуги по перевозке грузов, курьерскую и (или) почтовую деятельность.



Рисунок - Совершенствование законодательства Казахстана в сфере электронной коммерции

В первом пункте статьи 88 Налогового кодекса предусматривается обязательная постановка на учет в качестве налогоплательщика, хозяйствующих субъектов, осуществляющих электронную торговлю товарами и отдельные виды деятельности [13]. Регистрация производится на основании уведомления о начале или прекращении деятельности в качестве налогоплательщика на основании закона Республики Казахстан «О разрешениях и уведомлениях». В рамках электронной торговли не требуется открытие на территории РК представительства или филиала. Иностранские компании проходят условную регистрацию путем направления письма в Комитет государственных доходов МФ РК.

Предусмотрен механизм и порядок взимания НДС с иностранных компаний, осуществляющих электронную торговлю товарами на территории Республики Казахстан. При этом, в соответствии 779 статьи Налогового кодекса, обязательство по уплате налога возникает у иностранной компании, осуществляющей электронную торговлю товарами и оказание электронных услуг, если выполняется одно из 4 условий [13]:

- 1) местом жительства физического лица-покупателя является РК;
- 2) местом нахождения банка, в котором открыт банковский счет, используемый физическим лицом-покупателем для оплаты услуг, или оператора



электронных денег, через которого физическим лицом-покупателем осуществляется оплата услуг, является территория РК;

3) сетевой адрес физического лица-покупателя, использованный при приобретении услуг, зарегистрирован в РК;

4) международный код страны телефонного номера (в том числе мобильного), используемого для приобретения или оплаты услуг, присвоен РК.

В случае превышения установленной стоимостной (1000 евро) или весовой нормы (31 кг.) вместо налога уплачиваются таможенные платежи и НДС на импорт.

3. *Ведется поступательная работа по формированию механизма регулирования создаваемого единого электронного рынка в рамках ЕАЭС.* Так, главами государств ЕАЭС 9 декабря 2023 года в г. Бишкек подписан Протокол о внесении изменений в Договор о Евразийском экономическом союзе (29 мая 2014 года) в части определения порядка взимания косвенных налогов при оказании услуг в электронной форме. Согласно данного протокола введено понятие «электронные услуги», к которым отнесены услуги, оказанные через информационно-телекоммуникационную сеть (сеть электросвязи, интернет); конкретизирован перечень 14 услуг, включающих бронирование билетов, гостиниц, предоставление программ (kaspersky, графических редакторов adobe) и др.; определено место оказания электронных услуг. В условиях интеграции услуги, оказываемые нерезидентами, осуществляются в электронной форме и не привязаны к месту их осуществления, что затрудняет определение места оказания услуг и исчисления НДС. Протоколом определено, что НДС по услугам в электронной форме будет взиматься по принципу страны назначения, то есть по месту конечного потребления услуги. Это будет способствовать разрешению споров по установлению места уплаты НДС за электронные услуги, увеличению дополнительных поступлений в бюджет страны. В настоящее время в пилотном режиме реализуется проект (эксперимент) [14] «Об определении особенностей таможенного декларирования, категории товаров, региона реализации эксперимента в области внешней электронной торговли, проводимого в Республике Казахстан и применения уведомительного порядка соблюдения технических регламентов в отношении товаров электронной торговли» в области внешней электронной торговли. В эксперименте участвуют Департамент государственных доходов города Астана, Алматы и Актюбинской области. Результаты эксперимента позволят определить доходы в государственный бюджет страны в результате функционирования единого рынка электронной коммерции ЕАЭС.

4. *Осуществляется регулирование цифровых активов, посредством придания им имущественного статуса.* В законодательство внесено понятие «цифровой актив» - имущество, созданное в электронно-цифровой форме с применением средств криптографии и компьютерных вычислений, не являющееся финансовым инструментом, а также электронно-цифровая форма удостоверения имущественных прав [15]. Данное изменение способствует приданию правового статуса результатам применения цифровых технологий, чтобы сделать их объектом гражданско-правовых сделок, говорится в Законе РК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам регулирования торговой деятельности». В соответствии с Законом РК «О цифровых активах в Республике Казахстан» выделяют обеспеченные и необеспеченные цифровые активы. Обеспеченные - цифровой актив, зарегистрированный посредством цифровой платформы по хранению и обмену обеспеченными цифровыми активами, который удостоверяет права на материальные, интеллектуальные услуги и активы, за



исключением денег и ценных бумаг. Необеспеченные - цифровой актив, полученный в информационной системе в виде вознаграждения за участие в поддержании консенсуса в блокчейне и не выражающий чьи-либо денежные обязательства, которыми можно торговать в цифровой форме на бирже цифровых активов.

5. *Обеспечение защиты прав потребителей в электронной коммерции.* Так в Закон РК «О защите прав потребителей» внесены изменения по вопросам защиты прав потребителей [16]. Данные изменения направлены на усиление общественных институтов, де бюрократизация системы защиты прав потребителей, введение гражданской правовой ответственности бизнеса с целью мотивации к добровольному разрешению спора между субъектами рынка, включая сегмент онлайн торговли. Основные принципы защиты прав потребителей дополнены положением по обязательному обеспечению защиты персональных данных о потребителях, также недопущения бизнесменами в договорах условий, нарушающих или ущемляющих права и законные интересы потребителей. Вопросы правового регулирования персональных данных и их защиты в РК регламентированы Законом РК от 21 мая 2013 года "О персональных данных и их защите", Законом РК от 24 ноября 2015 года "Об информатизации". Основной целью законодательства в этой сфере является обеспечение защиты прав и свобод человека и гражданина при сборе и обработке его персональных данных. В достижение этой цели создан единый Уполномоченный орган в сфере защиты персональных данных.

Особенностью законодательства о защите прав потребителя является то, что не делается разграничения норм для традиционной и цифровой торговли. В соответствии с 28 статьей, Закона РК «О защите прав потребителей» Интернет-ресурсы используемые в целях реализации товаров приравниваются к «торговым объектам», что в свою очередь позволяет исключить правовые неточности в сегменте онлайн торговли [16]. Расширено определение термина «электронная коммерция», которое позволило регулировать вопросы нарушения прав потребителей услуг и работ при заказе на различных приложениях к мобильному телефону.

В законодательство внесены новые требования к продавцам по контролю за качеством товаров, утвержден порядок изъятия и отзыва товаров [17]. Так, продавец обязан изъять из обращения товар, не отвечающий требованиям безопасности, а также своевременно информировать соответствующие государственные органы и потребителя о возможной опасности для его жизни, здоровья или имущества, окружающей среды, в том числе принять от потребителя проданный товар с возмещением его стоимости и убытков, причиненных потребителю [18]. Начиная с 2021 года в Казахстане запущена Единая информационная система защиты прав потребителей, которая рассматривает обращения потребителей как в рамках традиционной так и цифровой торговли.

Владельцы электронных торговых площадок наделены правом заключать с предпринимателями договора включающие положения по соблюдению требований о защите прав потребителей. В случае поступления от потребителя жалобы вместе с подтверждающими материалами или уведомления уполномоченного органа о несоблюдении требований закона электронная торговая площадка примет меры, которые он предусмотрел в договоре с бизнесменом.

В 28 статье, 5 пункта «Закона о защите прав потребителей» законодательством внедрено положение о предоставлении потребителю возможности комментирования [16], что способствует развитию информированности потребителей и поддержке



добросовестных продавцов. Законодательное регулирование социальных сетей и мессенджеров, а также любых интернет-ресурсов, где можно зарегистрировать аккаунты и публиковать информацию в Казахстане, было закреплено Законом «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам защиты прав ребенка, образования и информатизации» [19] путем внесения в Закон «Об информатизации» таких понятий как «онлайн-платформа», «сервис обмена мгновенными сообщениями» и «пользователь онлайн-платформы». С принятием Закона РК «Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе» усилился контроль за деятельностью в данной сфере. Цель этого законодательного акта - определение правовых основ функционирования онлайн-платформ, а также производства, размещения, распространения и хранения онлайн-рекламы, предотвращения и пресечения противоправного контента.

Заключение. Развитие правовой институциональной среды рынка электронной коммерции Казахстана непосредственно связано с потребностью рынка, которая отражает общемировые тренды в данном сегменте. Исходя из современных реалий для развития электронной коммерции, как составляющей отрасли торговли, создана необходимая правовая среда. Основной объем правовых норм заключен во множестве подзаконных актов. Специфика законодательства о цифровых и информационно-коммуникационных технологиях состоит в необходимости применения новых для нашего общества терминов и институтов, понятных в основном пока только специалистам. Поэтому только практика применения законодательных норм даст возможность оценить их качество и применимость.

Сложившиеся правовые институты в экономике Казахстана на современном этапе отвечают требованиям участников цифровых рынков, позволяя государству планомерно и системно реализовывать регулируемую и стимулирующую функцию. Основной упор необходимо сделать на формирование механизма реализации принятых законодательных актов, способствующих формированию единых, понятных всем правил игры, в направлении принятия соответствующих подзаконных актов и подготовке специалистов в соответствующей отрасли права.

В Казахстане государство не преследует цель усиления регулирующей и контролирующей функции на рынке электронной коммерции, не стремится к принятию единого закона в отношении электронной коммерции. Учитывая стадию развития рынка электронной торговли, меры государства носят стимулирующий характер, реализация которых происходит через разработку Дорожных карт и программ развития. В настоящее время реализуется План мероприятий по развитию рынка электронной коммерции до 2025 года [14]. Разработанные мероприятия охватывают три направления: регулирование электронной коммерции, развитие электронной коммерции, защита прав потребителей. Программа нацелена на планомерное развитие внутренней и внешней электронной торговли, посредством вывода казахстанских обработанных товаров и казахстанских субъектов электронной торговли на международный рынок. Для этого предусмотрен ряд стимулирующих мер: возмещение затрат на оплату регистрационного взноса и рекламу казахстанских обработанных товаров на экспорт посредством электронной торговли, продвижение отечественных товаров на международных торговых площадках.

Недостатком действующего законодательства является отсутствие общего подхода к трактовке категориального аппарата электронной коммерции, при разработке документов недостаточно учитываются международные и иностранные комплексные



акты, отсутствует системность в разработке нормативно-правовых актов, что имеет своим последствием снижение эффекта от недоиспользования потенциала электронной коммерции. Например, в современном отечественном законодательстве представлены порядка двадцати определений разных видов платформ, и, с принятием закона «Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе» систематизации не произошло. Отсутствие идентичности в формулировках и понятиях способствует появлению коллизий в данном вопросе, что обуславливает сложности в практической реализации норм НПА.

Дальнейшее совершенствование законодательства в цифровой сфере, в том числе электронной коммерции, целесообразно реализовать через принятие Цифрового кодекса, который должен стать своеобразным рамочным законодательным актом, имеющим общую и особенную части где будут изложены основные положения об отдельных институтах рассматриваемой отрасли законодательства. Учитывая динамичность развития цифровой сферы и необходимость постоянного совершенствования отраслевого законодательства, Цифровой кодекс такого формата обеспечит системность реализации внедряемых новшеств.

Информация о финансировании. Данная статья подготовлена в рамках проекта грантового финансирования МНВО «Формирование институциональной среды рынка электронной коммерции в Казахстане, ее оценка и разработка механизма развития» (ИРН AP14871419).

Список литературы

1. В2С секторындағы электрондық коммерцияға даярлық деңгейі бойынша Қазақстан аймақтарының рейтингі: бағалау әдістемесі мен ұсыныстар // Экономика, стратегия и практика. – 2023. - №1. - С.20-34., doi.org/10.51176/1997-9967-2023-1-20-35.
2. Козье Д. Электронная коммерция / Пер. с англ. – М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. – 288 с.
3. Эймор Д. Электронный бизнес. Эволюция и/или революция. – М.: Вильямс, 2001. – 752 с.
4. Friberg R., Ganslandt M., Sandström M. E-commerce and prices - theory and evidence // Working Paper Series in Economics and Finance, Stockholm School of Economics. - 2000. – № 389. – <https://econpapers.repec.org/paper/hhshastef/0389.htm>
5. Friberg R., Ganslandt M., Sandström M. Pricing Strategies in E-Commerce: Bricks vs. Clicks // Working Paper Series, Research Institute of Industrial Economics. - 2001. – № 559. – <https://econpapers.repec.org/paper/hhsuiwop/0559.htm>
6. Smith M., Bailey J. and Brynjolfsson E. Understanding digital markets: review and assessment. MIT Press, 1999. – 34 p.
7. Калужский, М. Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М.Л. Калужский. ОмГТУ. – Москва: Экономика, 2014. – 328 с.
8. Pinghui Xiao The rise of livestreaming e-commerce in China and challenges for regulation: A critical examination of a landmark case occurring during COVID-19 pandemic // Computer Law and Security Review. – 2024. - V. 52. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0267364924000220>.
9. Xiaochao Wei a, Qiping She Quantitative cusp catastrophe model to explore abrupt changes in collaborative regulation behavior of e-commerce platforms // Information Sciences. - 2023. – V. 642. - 119127. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0020025523007120>.
10. Abdul Halim Barkatullah Does self-regulation provide legal protection and security to e-commerce consumers? // Electronic Commerce Research and Applications. - 2018. – V. 30. - P.94-101. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1567422318300565>.
11. Азатбек Т.А., Шымшыков Ж.Е., Тлесова А.Б., Жанбозова А.Б. Зарубежный опыт государственного регулирования рынка электронной коммерции: уроки для Казахстана // Вестник КазУЭФМТ. – 2023. - №1. - С. 30-38. DOI 10.52260/2304-7216.2023.1(50).4.
12. Закон РК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам регулирования торговой деятельности» от 27 октября 2015 года № 364-V [Электронный ресурс] // Центральная Дом Бухгалтера РК. - Режим доступа:



<https://cdb.kz/sistema/biblioteka-bukhgaltera/articles/vse-ob-elektronnoy-torgovle-/?CODE=vse-ob-elektronnoy-torgovle-&s=> (дата обращения 18.06.2024).

13. Налоговый кодекс РК [Электронный ресурс] // Нормативно-правовая база. Учет Законодательство. - Режим доступа: <https://zakon.uchet.kz/rus/docs/K1700000120> (дата обращения 19.06.2024).

14. Приказ Заместителя Премьер-Министра - Министра финансов Республики Казахстан от 4 июля 2023 года № 739 «Об определении особенностей таможенного декларирования, категории товаров, региона реализации эксперимента в области внешней электронной торговли, проводимого в Республике Казахстан и применения уведомительного порядка соблюдения технических регламентов в отношении товаров электронной торговли» [Электронный ресурс] // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. - Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2300033082> (дата обращения 18.06.2024).

15. Гражданский кодекс РК [Электронный ресурс] // Информационно-правовая система. Гид по законодательству РК. - Режим доступа: https://kodeksy-kz.com/ka/grazhdanskij_kodeks/115.htm (дата обращения 19.06.2024).

16. Закон РК «О защите прав потребителей, о внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам ведения бизнеса от 6 апреля 2024 года № 71-VIII ЗРК. [Электронный ресурс]// Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. - Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2400000071> (дата обращения 15.06.2024).

17. Приказ Министра по инвестициям и развитию от 4 декабря 2015 года № 1155 [Электронный ресурс] // Справочная система Параграф. - Режим доступа: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=32202072&pos=5;-106#pos=5;-106 (дата обращения 16.06.2024).

18. Закон РК «О регулировании торговой деятельности» [Электронный ресурс] // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. - Режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000544_ (дата обращения 15.06.2024).

19. Закон РК «Об информатизации, с внесением изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам защиты прав ребенка, образования, информации и информатизации Закон Республики Казахстан» от 3 мая 2022 года № 118-VII ЗРК. [Электронный ресурс] // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. - Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2200000118> (дата обращения 16.04.2024).

References

1. B2C sektoryndagy jelektronnyk kommercijaga dajarlyk dengeji bojnsha Kazakhstan ajmaktarynyn rejtingi: bagalau adistemesi men usynstar [Rating of Regions of Kazakhstan in Terms of Readiness for B2C E-commerce: Evaluation Methodology and Recommendations]. *Jekonomika, strategija i praktika*, 2023, 1, 20-34, doi.org/10.51176/1997-9967-2023-1-20-35 (in Kazakh).

2. Koz'e D. Jelektronnaja kommercija [E-commerce]. Moscow, *Izdatel'sko-torgovyj dom «Russkaja redakcija»*, 1999, 288 p. (in Russian).

3. Jejmor D. Jelektronnyj biznes. Jevoljucija i/ili revoljucija [Electronic business. Evolution and/or revolution]. Moscow, Vil'jams, 2001, 752 p. (in Russian).

4. Friberg R., Ganslandt M., Sandström M. E-commerce and prices - theory and evidence. *Working Paper Series in Economics and Finance, Stockholm School of Economics*, 2000, 389. <https://econpapers.repec.org/paper/hhshastef/0389.htm>.

5. Friberg R., Ganslandt M., Sandström M. Pricing Strategies in E-Commerce: Bricks vs. Clicks. *Working Paper Series, Research Institute of Industrial Economics*, 2001, 559. <https://econpapers.repec.org/paper/hhsiuiwop/0559.htm>.

6. Smith M., Bailey J. and Brynjolfsson E. Understanding digital markets: review and assessment. *MIT Press*, 1999, 34 p.

7. Kaluzhskij M. L. Jelektronnaja kommercija: marketingovye seti i infrastruktura rynka [E-commerce: marketing networks and market infrastructure]. Moscow, *Jekonomika*, 2014, 328 p. (in Russian).

8. Pinghui Xiao The rise of livestreaming e-commerce in China and challenges for regulation: A critical examination of a landmark case occurring during COVID-19 pandemic. *Computer Law and Security Review*, 2024, 52. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0267364924000220>.



9. Xiaochao Wei a, Qiping She Quantitative cusp catastrophe model to explore abrupt changes in collaborative regulation behavior of e-commerce platforms. *Information Sciences*. 2023, 642, 119127. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0020025523007120>
10. Abdul Halim Barkatullah Does self-regulation provide legal protection and security to e-commerce consumers? *Electronic Commerce Research and Applications*, 2018, 30, pp. 94-101. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1567422318300565>.
11. Azatbek T.A., Shymshykov Zh.E., Tlesova A.B., Zhanbozova A.B. Zarubezhnyy opyt gosudarstvennogo regulirovaniya rynka jelektronnoj kommercii: uroki dlja Kazahstana [Foreign experience in state regulation of the e-commerce market: lessons for Kazakhstan]. *Vestnik KazUJeFMT*, 2023, 1, pp. 30-38. DOI 10.52260/2304-7216.2023.1(50).4. (in Russian).
12. Zakon Respubliki Kazahstan «O vnesenii izmenenij i dopolnenij v nekotorye zakonodatel'nye akty Respubliki Kazahstan po voprosam regulirovaniya torgovoj dejatel'nosti». *Cenral'nyj Dom Buhgaltera*. Available at: [https://cdb.kz/sistema/biblioteka-buhgaltera/articles/vse-ob-elektronnoj-torgovle-/?CODE=vse-ob-elektronnoj-torgovle-&s=\(data obrashhenija 18.06.2024\)](https://cdb.kz/sistema/biblioteka-buhgaltera/articles/vse-ob-elektronnoj-torgovle-/?CODE=vse-ob-elektronnoj-torgovle-&s=(data obrashhenija 18.06.2024)).
13. Nalogovyy kodeks Respubliki Kazahstan. *Normativno-pravovaja baza. Uchet Zakonodatel'stvo*. Available at: <https://zakon.uchet.kz/rus/docs/K1700000120> (data obrashhenija 19.06.2024).
14. Prikaz Zamestitelja Prem'er-Ministra - Ministra finansov Respubliki Kazahstan «Ob opredelenii osobennostej tamozhennogo deklarirovaniya, kategorii tovarov, regiona realizacii jeksperimenta v oblasti vneshnej jelektronnoj torgovli, provodimogo v Respublike Kazahstan i primenenija uvedomitel'nogo porjadka sobljudenija tehniceskikh reglamentov v otnoshenii tovarov jelektronnoj torgovli». *Informacionno-pravovaja sistema normativnyh pravovyh aktov Respubliki Kazahstan*. Available at: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2300033082> (data obrashhenija 18.06.2024).
15. Grazhdanskij kodeks Respubliki Kazahstan. *Informacionnaja-pravovaja sistema, Gid po zakonodatel'stvam Respubliki Kazahstan*. Available at: https://kodeksy-kz.com/ka/grazhdanskij_kodeks/115.htm (data obrashhenija 19.06.2024).
16. Zakon Respubliki Kazahstan «O zashhite prav potrebitelej, o vnesenii izmenenij i dopolnenij v nekotorye zakonodatel'nye akty Respubliki Kazahstan po voprosam vedenija biznesa ot 6 aprelja 2024 goda № 71-VIII ZRK. *Informacionno-pravovaja sistema normativnyh pravovyh aktov Respubliki Kazahstan*. Available at: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2400000071> (data obrashhenija 15.06.2024).
17. Prikaz Ministra po investicijam i razvitiju. *Spravocchnaja sistema Paragraf*. Available at: online.zakon.kz/Document/?doc_id=32202072&pos=5;-106#pos=5;-106 (data obrashhenija 16.06.2024).
18. Zakon Respubliki Kazahstan «O regulirovanii torgovoj dejatel'nosti». *Informacionno-pravovaja sistema normativnyh pravovyh aktov Respubliki Kazahstan*. Available at: https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000544_ (data obrashhenija 15.06.2024).
19. Zakon Respubliki Kazahstan «Ob informatizacii, s vneseniem izmenenij i dopolnenij v nekotorye zakonodatel'nye akty Respubliki Kazahstan po voprosam zashhity prav rebenka, obrazovaniya, informacii i informatizacii Zakon Respubliki Kazahstan». *Informacionno-pravovaja sistema normativnyh pravovyh aktov Respubliki Kazahstan*. Available at: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2200000118> (data obrashhenija 16.04.2024).

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯ НАРЫҒЫНЫҢ ҚҰҚЫҚТЫҚ ОРТАСЫНЫҢ ЖАЙ-КҮЙІН ТАЛДАУ

Т.А.Азатбек¹, М.А.Жанабергенова², Г.А.Турмаханбетова³, Н.С.Сабыр^{4*}

¹ Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

² «QazTrade» сауда саясатын дамыту орталығы, Астана, Қазақстан

³ «Esil university» мекемесі, Астана, Қазақстан

⁴ ҚР ҰӘҚ ҒК Экономика институтының әлеуметтік-экономикалық зерттеулер орталығы, Астана, Қазақстан

Түйін. Мақала электрондық коммерция нарығының құқықтық ортасын жүйелі талдаудың өзекті мәселесіне арналған. Құқықтық институттар цифрландырудың әсерінен қалыптасатын, адам қызметінің барлық түрлері мен бағыттарына енетін қалыптасқан экономикалық қатынастардың сипатын көрсетеді.



Авторлар Қазақстанда электрондық коммерция нарығының жұмыс істеуін қамтамасыз ететін қолданыстағы заңнаманың нормаларын жүйелендірді, виртуалды бизнестің қажеттіліктерін қамтамасыз ететін құқық салаларының эволюциялық даму заңдылығын негіздеді. Салыстырмалы талдау негізінде құқықтық ортаны қалыптастырудың негізгі кезеңдері және цифрлық саладағы заңнаманы жетілдіру бағыттары айқындалды. Нормативтік-құқықтық актілерді сыни талдау авторлардың электрондық коммерция нарығының құқықтық ортасын қалыптастыру және оны одан әрі дамыту бағыттары туралы, реттеуші және ынталандырушы функцияларды іске асыруға бағытталған тұжырымдары мен ұсынымдарын анықтады. Авторлар қабылданатын нормативтік актілердің практикалық іске асырылуын талдауға және заңға тәуелді актілерді әзірлеу қажеттілігін негіздеуге ерекше назар аударды.

Түйін сөздер: құқықтық орта, электрондық коммерция нарығы, тұтынушылардың құқықтарын қорғау, цифрлық сала, электрондық сауда.

ANALYSIS OF THE LEGAL ENVIRONMENT OF THE E-COMMERCE MARKET IN KAZAKHSTAN

T. Azatbek¹, M. Zhanabergenova², G. Turmakhanbetova³, N. Sabyr^{4*}

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan,

²The Center for the Development of trade policy «QazTrade», Astana, Kazakhstan

³Establishment «Esil university», Astana, Kazakhstan

⁴Center for Socio-Economic Research of the Institute of Economics of the National Academy of Economics of the Republic of Kazakhstan, Astana, Kazakhstan

Summary. The article is devoted to the urgent problem of system analysis of the legal environment of the e-commerce market. Legal institutions reflect the nature of the established economic relations, which are formed under the influence of digitalization, which penetrates into all types of forms and directions of human activity.

The authors systematize the norms of the current legislation ensuring the functioning of the e-commerce market in Kazakhstan, substantiate the pattern of evolutionary development of branches of law that meet the needs of virtual business. Based on a comparative analysis, the main stages of the formation of the legal environment and directions for improving legislation in the digital sphere are determined. A critical analysis of regulatory legal acts led to the conclusions and recommendations of the authors on the formation of the legal environment of the e-commerce market and the directions of its further development, focused on the implementation of regulatory and incentive functions. Special attention is paid by the authors to the analysis of the practical feasibility of the adopted regulations and the justification of the need to develop by-laws.

Keywords: legal environment, e-commerce market, consumer protection, digital sphere, e-commerce.

Авторлар туралы ақпарат:

Азатбек Толқын Азатбековна - Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан, e-mail: tolkun_d2005@mail.ru;

Жанабергенова Мира Айтпаровна – «QazTrade» сауда саясатын дамыту орталығы, Астана, Қазақстан, m.zhanabergenova@gmail.com;

Турмаханбетова Ғалия Атабекқызы- «Esil university» мекемесі, Астана, Қазақстан, e-mail: turgalat@mail.ru;

Сабыр Нұрсымбат Сайнқызы* – Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі Ғылым комитетінің Экономика институты, Астана, Қазақстан, e-mail: nursymbat_93@mail.ru.



Информация об авторах:

Азатбек Толкын Азабековна - Евразийский национальный университет им.Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан, e-mail: tolkyn_d2005@mail.ru;

Жанабергенова Мира Айтпаровна - Центр развития торговой политики «QazTrade», Астана, Казахстан, PhD, e-mail: m.zhanabergenova@gmail.com;

Турмаханбетова Галия Атабековна - Учреждение «Esil university», Астана, Казахстан, e-mail: turgalat@mail.ru;

Сабыр Нурсымбат Сайынкызы* - Институт экономики КН МНВО РК, научный сотрудник, Астана, Казахстан, e-mail: nursymbat_93@mail.ru.

Information about authors:

Tolkyn Azatbek - L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan, e-mail: tolkyn_d2005@mail.ru;

Mira Zhanabergenova – The Center for the Development of trade policy «QazTrade», Astana, Kazakhstan, e-mail: m.zhanabergenova@gmail.com;

Galiya Turmakhanbetova – Establishment «Esil university», Astana, Kazakhstan, e-mail: turgalat@mail.ru;

Nursymbat Sabyr* - Institute of Economics of the Science Committee of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan, researcher, Astana, Kazakhstan, e-mail: nursymbat_93@mail.ru.

Получено: 19.05.2024

Принято к рассмотрению: 15.06.2024

Доступно онлайн: 30.06.2024