

ЭОЖ 347.2/.3
МРНТИ 10.27.51

DOI: <https://doi.org/10.37788/2023-2/87-94>

А.К. Кыдралинова¹, Д.С. Капаров^{1*}, А.А. Тыныбаева¹, А.Р. Асқар¹

¹Инновациялық Еуразия университеті, Қазақстан

*(e-mail: s.d.aliyakbar@mail.ru)

Ақпараттық кеңістікте электрондық коммерцияны дамыту және тұтынушылардың құқықтарын қорғау қажеттілігі

Аңдатпа

Негізгі мәселе: ұсынылған зерттеудің негізгі тезисі - жаһандану мен ақпараттық қоғамның дамуының қазіргі жағдайында тауарға азаматтық-құқықтық айналымдағы және сәйкесінше адам құқықтарын қорғаудағы көзқарастар түбегейлі өзгереді. Электрондық сауданы дамыту аясында ақпарат та пайда болды, бұл ғылымда көптеген қайшылықтарды тудырады. Мүмкін, бұл ақпарат Азаматтық құқық ғылымы үшін салыстырмалы түрде жаңа объект болып табылады, мысалы, екі мың жылдан астам уақыттан бері белгілі және классикалық болып саналатын құқық объектілерімен салыстырғанда. Ақпарат, құпия ақпарат (коммерциялық құпия және ноу-хау) құқық объектілері деп аталатындарға жатады, ал өркениеттер оларды типтік емес деп атайды, өйткені олар жақында азаматтық құқыққа белгілі болды. Экономикалық қатынастарды дамыту, әдетте, болашақта Республика Конституциясына қайшы келмейтін жеке азаматтық-құқықтық институт құра алатын құқық нормаларының жаңа, тиісті массивін әзірлеуді талап етеді.

Мақсаты: зерттеудің мақсаты-электрондық коммерция қатынастарының құқықтық табиғатын, оның маңызды белгілері мен электрондық коммерция мен ақпарат саласындағы қатынастарды азаматтық-құқықтық реттеудің ерекшеліктерін жан-жақты азаматтық-құқықтық талдау негізінде өз тұжырымдарын жасау; көрсетілген саладағы заңнаманы жетілдіру үшін ұсыныстар мен ұсынымдар беру. Сонымен қатар, мақалада электрондық коммерция қызметтерін тұтынушылардың құқықтарын қорғауға баса назар аударылады.

Әдістері: зерттеу жүргізу кезінде автор келесі әдістерді басшылыққа алды: жалпы ғылыми (тарихи, ресми-логикалық, жүйелік-құрылымдық, жүйелік-салыстырмалы және сол сияқтылар) және арнайы заңдық (ресми-құқықтық, салыстырмалы-құқықтық және басқалар).

Нәтижелер және олардың маңыздылығы: мақалада жазбаша нысанды тасымалдаушының эволюциясы жазбаша нысанның жанында жаңа нысанның пайда болуына әкелмейтіндігі негізделеді: деректерді электронды түрде беру құралдарында ерік-жігерді тіркеудің ерекшелігі тек мәтіндік құжатты әзірлеуде ғана емес, сонымен қатар дыбыстық, бейне файлдар, графикалық файлдар арқылы ерік-жігерді бекіту мүмкіндігі болып табылады. Азаматтық құқық доктринасында тұжырымдамалық тәсіл тұжырымдалған, оған сәйкес ақпаратқа меншік құқығының пайда болу және өмір сүру мүмкіндігі жоққа шығарылады. Азаматтық-құқықтық мағынада мұндай ақпаратты зат ретінде пайдалануға немесе зияткерлік, шығармашылық қызметтің нәтижесі ретінде пайдалануға болмайды. Мақалада кәсіпкерлік қызметті жүзеге асырумен байланысты емес жеке, отбасылық, тұрмыстық, мәдени-тұрмыстық және басқа да жеке тұрмыстық қажеттіліктерді қанағаттандыру мақсатында тауарларды (жұмыстарды, қызметтерді) сатып алуға, тапсырыс беруге бағытталған шарттардан туындаған жеке тұлға-кәсіпкердің қарым-қатынасына тұтынушылардың құқықтарын қорғау заңнама қолданылуы тиіс деген тұжырым тұжырымдалған.

Түйінді сөздер: электрондық сауда, ақпарат алу құқығы, ақпарат, ақпараттық қауіпсіздік, тұтынушылардың құқықтарын қорғау, азаматтық құқықтық объектілер.

Кіріспе

Ақпараттық қоғамға көшу үрдісінде шарттар электронды түрде жасалады, оны қолданудың көптеген артықшылықтары бар: жасасу жылдамдығы, контрагенттердің нақты орналасқан жеріне байланылуы болмауы және басқалар. Сауда-саттықта көбірек мәмілелер электрондық деректермен алмасу және заңды маңызды ақпаратты сақтау арқылы жүзеге асырылады, сондықтан азаматтық-құқықтық қатынастарда жиі қолданылады. Экономикалық қатынастарды дамыту, әдетте, болашақта Қазақстан Республикасының Конституциясына

қайшы келмейтін жеке азаматтық-құқықтық институт құра алатын құқық нормаларының жаңа, тиісті массивін әзірлеуді талап етеді [1]. Мәмілелер жасау кезінде электрондық байланыс құралдарын пайдалану мүмкіндігі заңнамада жарияланған (Қазақстан Республикасы Азаматтық кодексінің 207, 1087-баптары [2]), бірақ оны қолдану тетіктері тиісті бекітілмеген, заңнама ақпараттық технологиялардың тиімді дамуын, сауда айналымының серпінін қамтамасыз етпейді.

Электрондық коммерцияны теориялық талдауға арналған арнайы әдебиеттерді зерттеу электрондық байланыс құралдары арқылы мәмілелер жасау кезінде қалыптасатын қатынастардың әртүрлі аспектілерін зерттеудің үзіндісін көрсетеді. Қазақстан Республикасында аталған мәселелер бойынша іс жүзінде өркениеттік жұмыстар жоқ, ал электрондық коммерция саласындағы жұмыстардың басым көпшілігін экономикалық ғылыми зерттеулер шеңберінде мамандар дайындады, олардың ұстанымдарын автор жұмысты жазу процесінде осы үшін қажетті көлемде ескереді. Электрондық коммерцияны азаматтық-құқықтық зерттеуге ғылыми қызығушылық жақында пайда болды, бұл бірінші кезекте электрондық байланыс құралдарының көмегімен шарттар жасасу кезінде қалыптасатын қатынастарды, сондай-ақ электрондық есеп айырысуларды, шарттардың электрондық тәсілмен орындалуын және т.б. реттеу қажеттілігімен байланысты.

Тиісінше, электрондық коммерция әкелетін мәселелік салдар туралы ұмытпау керек - бұл құқықтарын қорғауды қажет ететін тұтынушыларды қорғаудың әлсіздігі.

Зерттеудің мақсаты - электрондық коммерция қатынастарының құқықтық табиғатын, оның маңызды белгілері мен электрондық коммерция мен ақпарат саласындағы қатынастарды азаматтық-құқықтық реттеудің ерекшеліктерін жан-жақты азаматтық-құқықтық талдау негізінде өз тұжырымдарын жасау; аталған саладағы заңнаманы жетілдіру үшін ұсыныстар мен ұсынымдар беру. Сонымен қатар, мақалада электрондық коммерция қызметтерін тұтынушылардың құқықтарын қорғауға баса назар аударылады.

Зерттеу объектісі - электрондық коммерция саласындағы азаматтық-құқықтық реттеу процесінде қалыптасқан қоғамдық қатынастар. Зерттеу пәні монографияларда және басқа да құқықтық дереккөздерде, халықаралық актілерде тұжырымдалған негізгі доктриналық, заңнамалық және құқық қолдану ережелері; Қазақстан Республикасының және басқа елдердің қолданыстағы заңнамасында, сот тәжірибесінде электрондық коммерция саласындағы қатынастарды азаматтық-құқықтық реттеу мәселелеріне қатысты болып табылады.

Материалдар мен әдістер

Жұмыстың әдіснамалық негізі зерттеу пәніне объективті талдауды қамтамасыз еткен философиялық-дүниетанымдық тәсілдер, қағидалар, жалпы ғылыми және арнайы-ғылыми әдістер жүйесі болып табылады. Ақпарат құқығының тұжырымдамалық негіздерінің эволюциясын және электрондық коммерция қызметтерін тұтынушыларды қорғау құқығын анықтау үшін диалектика әдісі қолданылды. Талдау әдісін қолдану тұтынушыларды қорғау құқығының белгілерін, оның мазмұнының құрылымдық бөліктерін, электрондық коммерция саласындағы құқықтық қатынастарды, электрондық сауданы құқықтық қамтамасыз ету механизмін анықтауға мүмкіндік берді. Жүйелік және функционалды-құрылымдық әдістер электрондық коммерция қызметтерін тұтынушылардың ақпараты мен қорғау құқықтарын қарастыруға мүмкіндік берді және оны қамтамасыз ету механизмі әрқайсысы белгілі бір функцияларды орындайтын өзара байланысты элементтер жиынтығы ретінде біртұтас. Ресми-құқықтық әдісті қолдану заңнамадағы олқылықтарды анықтауға, оны жетілдіру бойынша ұсыныстар дайындауға ықпал етті. Салыстырмалы-құқықтық әдіс электрондық коммерция қызметтерін тұтынушыларды қорғау құқығын құқықтық қамтамасыз етудің оң халықаралық тәжірибесін ескеруге мүмкіндік берді.

Нәтижелері

Алынған нәтижелердің ғылыми жаңалығы қаралған мәселелердің сипаты мен мазмұны бойынша бұл мақала халықаралық тәжірибе контекстінде Қазақстан Республикасында электрондық коммерция қызметтерін тұтынушыларды қорғау құқығы мен ақпаратқа құқықты кешенді зерттеудің бірі болып табылатындығында. Осыған байланысты сауда процестеріне де, электрондық коммерцияға қатысатын адамдардың құқықтарына да әсер ететін ақпараттық құқықтық қатынастардың қарқынды дамуына байланысты қолданыстағы заңнаманы жетілдіру бойынша бірқатар жаңа теориялық тұжырымдар мен ұсыныстар тұжырымдалды.

Қазіргі жағдайда заңнаманы жетілдіру аспектісінде ортақ бөлгішке келу өте қиын, өйткені Қазақстанда электрондық сауданың салыстырмалы түрде аз тәжірибесі жинақталды,

алайда ол күн сайын толықтырылуда. Ақпараттық қоғам жағдайында құқықтың әртүрлі салаларының көптеген ережелері өзгертіндіктен, заң шығарушы ақпараттың барлық түрлері үшін белгілі бір құқықтық режимді жасауға тырысады. Бұл ұстаныммен келісу қиын, өйткені ақпараттың әртүрлі түрлері үшін бірыңғай құқықтық режим болмауы мүмкін және «ақпараттың» құқықтық режимі дұрыс атап өтілгендей, өзгеруі мүмкін, бұл құқықтың әртүрлі салаларында болуы мүмкін. Бұл жерде ақпараттың әртүрлі құқықтық режимдерді («құқықтық иілігі» деп аталатын) қабылдау қабілеті ғана емес, «құқықтық режим» терминінің өзі біртекті емес, бір құқықтық институт шеңберінде қалыптасқан құбылыс екендігі анық. Кейбір нысандар (мысалы, ақпарат) құқықтың әртүрлі салаларында құқықтық режимнің тасымалдаушысы бола алады. Яғни, оларға қатысты әртүрлі құқықтық қатынастар туындауы мүмкін және әр құқықтық қатынастың ақпарат түрінде өзіндік объектісі болады. Әлбетте, құқықтың әр саласының «өзіндік» «құқықтық ақпарат режимі» болуы мүмкін.

Талқылау

Рим құқығында коммерция жеке тұлғалардың (*ius commercii* – сауда құқығы) және заттардың (*res in commercio* – айналымдағы заттар, коммерциядағы заттар) меншік қатынастарына қатысу қабілеті деп түсінілді. Егер Римдегі сауда мен сауда теңестірілсе, кейінірек өркениетте осы және онымен байланысты ұғымдардың көптеген түсіндірмелері болды. Мысалы, Ресейдің революцияға дейінгі сауда құқығы сауда мен сатуды ажырата білді. Саудадан айырмашылығы, сату дегеніміз-бөтен емес, өз тауарларын сату. Мемлекет сату үшін жеңілдетілген шарттар жасады. Өндірістік қызметті ынталандыру мақсатында (тек тауарлар ғана емес, сонымен қатар жұмыстарды орындау, өз бетімен қызмет көрсету) сатуға салық салынбады. Сауда, өз кезегінде, өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы делдалдық қатынастарды білдіретін коммерциялық қызмет. Мұндай жіктеу бізге коммерцияны тек тауарларды сатудың кәсіби қызметі ретінде ғана емес, сонымен қатар «қарапайым» жеке тұлғалардың өз заттарын сату (айырбастау және басқа да сабақтас әрекеттер), өз атынан қызмет көрсету және т.б. қызметі ретінде қарастыруға болатындығын (және керек) атап өтуге бірінші негіз береді.

Коммерция тек кәсіпкерлік қызмет емес, ол қоғамдық қатынастардың кең ауқымын, атап айтқанда азаматтық құқықтар мен заттардың азаматтық айналымы саласындағы міндеттердің пайда болуы, өзгеруі, жүзеге асырылуы және тоқтатылуы туралы қатынастарды қамтиды. Егер сауда мен коммерцияның анықтамаларын қазіргі мағынада салыстыратын болсақ, онда сауда коммерция арқылы анықталады, яғни «жабық шеңбер» қалыптасады, оны осылай түсінуге болады: сауда – бұл коммерция, коммерция – бұл сауда, бұл осы ұғымдардың сәйкестігін көрсетеді. Мұндай пікірді жоққа шығару немесе растау үшін ғылымға белгілі басқа анықтамаларды талдау қажет.

Коммерция-пайда табу мақсатында тауарлар мен қызметтерді сату қызметі [3; 96]. Коммерция-тауарлар мен қызметтер нарығындағы әлеуметтік қажетті қызмет, соның арқасында нарықтық өзара келісуге және қоғамдық ұдайы өндіріске қатысушылардың барлығының экономикалық мүдделерін іске асыруға қол жеткізіледі. Коммерция түсінігі көбінесе сауда ұғымымен сәйкестендіріледі, өйткені оның мақсаты өндірістік қызмет нәтижесінде пайда табу, бірақ өндірушінің өз өнімі үшін алатын және тұтынушы төлей алатын бағасының айырмашылығына байланысты. Сауда-бұл еңбек өнімдері мен қызметтерімен алмасу жүретін тауарлар айналымы, сондай-ақ келісімшарттар жасау арқылы тауарды сатып алу-сату жүзеге асырылатын коммерциялық қызмет. Сауда - еңбек өнімдері мен қызметтерін айырбастау нысаны және сатушы мен сатып алушы арасында екіжақты келісім жасау арқылы тауарды сатып алу-сату процесі. Сауда-тауарларды айырбастау нысаны, онда олардың өндіріс саласынан тұтыну саласына ауысуы немесе тауарлардың бір иесінің екіншісіне өзгеруі сатып алу-сату негізінде жүреді.

Тар мағынада сауда заңды тұлғалар мен жеке тұлғалардың-кәсіпкерлердің тұтыну тауарларын сатып алу-сату, жұмыстарды орындау, пайда табу мақсатында қызмет көрсету үшін бастамашыл, дербес қызметі ретінде анықталады.

А.С. Матвиенко сауда – коммерцияның тек бір түрі, ал соңғысы іс жүзінде кәсіпкерлік екенін дұрыс айтады. «Сауда» терминімен өзіне тән емес қызмет түрлерін қамтуға тырысу және заң шығарушылардың «коммерция» терминін қолданғысы келмеуі заңнамада коммерциялық қызметтің заңды тұжырымдамасының болмауымен түсіндірілуі мүмкін [4; 221].

Азаматтық құқықта бар көптеген ұғымдардың тек заңды емес, экономикалық шығу тегі бар екенін ескеру керек және бұл табиғи, өйткені Азаматтық құқық көбінесе экономикалық айналымда қалыптасатын қатынастарды реттейді. Бұл меншік, сауда, коммерция ұғымдары.

Осылайша, «коммерция» және «сауда» ұғымдарының жоғарыда келтірілген түсіндірмелерінің мысалында біз, біріншіден, осы категориялардың заңнамалық анықтамасының болмауынан туындаған сәйкессіздікті байқаймыз, өйткені қазіргі Азаматтық құқық ғылымы олардың жұмысымен сипатталмайды, екіншіден, «коммерция», «сауда» терминдерін қолдану экономиканың құзыреті болып табылады, жоғарыда аталған түсіндірулердің көпшілігі дәл осыдан келеді экономикалық ғылыми жұмыстар, анықтамаларда біз заңды қақтығыстарды байқаймыз. Сонымен, Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексінде сауда, коммерция ұғымы мүлдем жоқ, тек туындылар бар: коммерциялық құпия, коммерциялық концессия, коммерциялық өкілдік, коммерциялық атау. Қазақстан Республикасының кәсіпкерлік кодексі 4-тарауда шаруашылық коммерциялық қызметті кәсіпкерлікке теңестірді [5]. Демек, «коммерция» және «сауда» ұғымдары құқықтық терминологияға кірмейді, бірақ олар экономикалық терминологияға тән.

Азаматтық құқық тұрғысынан екі қарама-қарсы тәсілді ажыратуға болады: 1) коммерцияны кәсіпкерлік қызмет ретінде түсіну (тар тәсіл); 2) коммерцияны пайда табу мақсатында мәмілелер жасауға бағытталған әрекеттер ретінде түсіну (кең тәсіл).

Біз «коммерция» терминін кеңінен түсіндіруді талап етеміз, өйткені кәсіпкерлік қызметпен айналысатын тұлғалардың да, бір-бірімен шарт жасасу арқылы өздерінің тұрмыстық қажеттіліктерін қанағаттандыратын жеке тұлғалардың да электрондық ортада мәмілелерді жүзеге асыруы бірдей ережелерге сәйкес жүзеге асырылуы керек. Кәсіпкерлер үшін мәмілелер жасау кезінде міндетті талаптар мен қорғау нысандарын белгілеу және пайда алу қызметтің мақсаты болып табылмайтын, бірақ тауар-ақша бөлу саласындағы азаматтық-құқықтық қатынастарға түсетін жеке тұлғалардың, азаматтар бірлестіктерінің, кәсіпкерлік қоғамдардың және басқа да субъектілердің қажеттіліктерін елемеу дұрыс болмайды. Айта кету керек, қазіргі уақытта қолданыстағы заңнама «электрондық сауда», «электрондық коммерция» және «электрондық бизнес» ұғымдарын анықтамайды, дегенмен олар әдетте бірқатар нормативтік құқықтық актілердің декларативті нормаларында қолданылады. Осы актілердің мазмұнын талдау заң шығарушының аталған ұғымдардың мазмұнын жүйелі түсінбеуі туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді, бұл заңнамадағы терминологиялық шатасуға әкеледі.

Коммерцияда кәсіпкерлік қызметтің белгілері болуы мүмкін, тәуелсіз, жүйелі, пайда табу үшін өз тәуекеліне ие болуы мүмкін. Бұл белгілер электрондық коммерция үшін ішінара, міндетті емес, өйткені электрондық коммерцияның өркениетті құрылымы азаматтық құқықтың жалпы субъектілерімен мәмілелер жасауға байланысты құқықтық қатынастарды реттеуге арналған. Кәсіпкерлік қызметтің арнайы субъективті құрамы бар. Бұл мүмкіндікті түсіну электрондық коммерцияға қатысты жекелеген мәселелерді, мысалы, электрондық нысанда жасалған шартты сипаттайтын мәселелерді одан әрі зерттеу үшін маңызды. Бұл жеке кәсіпкер емес, шарттық құқықтың жалпы субъектісі туралы екенін есте ұстаған жөн. Болашақта электрондық коммерцияның жалпы мәселелері туралы айтатын болсақ, бізде зерттеу нысанын жасанды түрде тарылтуға және оны электрондық құралдардың көмегімен кәсіпкерлік қызмет саласында мәмілелер жасауға азайтуға объективті негіз жоқ. Ғалымдардың ұстанымы, электрондық сауда, электрондық коммерция, электронды бизнес – синонимдер бар, олар тек функционалды толтырумен ерекшеленеді. Бұл кәсіпорынның экономикалық мүмкіндіктері мен бағыттарына байланысты электрондық коммерцияны тек саудамен (тауар өндіруші мен тұтынушы арасындағы делдалдық) немесе саудаға қарағанда дамыған коммерциялық қызметпен шектелетін бизнес қызметі ретінде анықтауға болатындығына байланысты. Біз бұл ұстанымды дұрыс деп санаймыз.

Электрондық коммерцияның анықтамасы Өзбекстанның «Электрондық коммерция туралы» Заңының 3-бабында қамтылған: ақпараттық жүйелерді пайдалана отырып тауарларды сату бойынша кәсіпкерлік қызмет [6]. Әзірбайжанның «Электрондық сауда туралы» Заңы дәл осындай анықтамамен электрондық сауданы сипаттайды [7], нәтижесінде қарым-қатынаста түсініспеушіліктерге әкелетін бірдей қатынастардың мәнін әртүрлі түсінуді көрсетеді. Электрондық коммерция саласында қосымша жаңа ұғымдар енгізілуде, мысалы, онлайн электрондық бизнес.

Біздің ойымызша, құқықтануда «онлайн электрондық бизнес» деген жаңа ұғымды енгізудің қажеті жоқ, өйткені онда екі заңсыз термин бар: «онлайн» және «бизнес»,

«электрондық коммерция» ұғымының орнына шетелдік құқықтық ғылыми ой үшін тұрақты болып табылады, электрондық коммерциялық қатынастардың халықаралық сипатын ескере отырып, негізделген. Сонымен қатар, электрондық коммерция «электронды түрде жүзеге асырылатын коммерциялық қызметтің барлық түрлерін»де қамтиды. Ұялы байланыс құралдарының (телефондардың) көмегімен жүзеге асырылатын мобильді коммерцияға келетін болсақ, оны электрондық коммерцияның бір түрі ретінде қарастырып, бөлектемеу әділетті, өйткені Егер ұялы телефон Интернетке қол жеткізу құралы ретінде қызмет етсе, онда ол дербес компьютердің аналогы ретінде әрекет етеді; Егер ұялы телефон өзінің негізгі мақсатына сай қолданылса: телефон арқылы сөйлесу және хабарлама жіберу үшін – бұл жағдайда ол электрондық коммерцияның құралы болып табылады, өйткені оны виртуалды тіркесімге қызмет ететін кез-келген электрондық құрылғылардың көмегімен жүзеге асыруға болады. Әдетте, мобильді коммерция немесе m-коммерция сымсыз технологияларды қолдана отырып тауарлар мен қызметтерді сатып алу және сату ретінде анықталады. Сымсыз технологиялар арқылы электронды тауарларды жеткізу тезірек және қауіпсіз болғандықтан, m-коммерция сандық коммерциялық іс-қимыл құралы ретінде сымды e-коммерциядан озып кетеді деген пікір бар. Бұл көзқарас әсіресе ұялы телефондар саны Азия елдері мен Қазақстан Республикасындағыдай компьютерлер санынан асатын елдер үшін орынды.

Яғни, электрондық коммерция тек ғаламтор арқылы ғана емес, сонымен бірге компьютерлік желінің көмегімен де жүзеге асырылады, ал компьютерлік желі стационарлық дербес компьютерлер жүйесі ғана емес, ол кеңірек түсініледі: бұған төлем терминалдары да, мобильді электрондық құрылғылар да кіреді. Біз электрондық коммерцияның техникалық құрамдас бөлігі интернет арқылы деректерді беруден әлдеқайда асып түседі деген пікірмен бөлісеміз, дегенмен бұл электрондық іскерлік белсенділік көлемінің жылдам өсуіне ықпал ететін үрдіс технологияларының дамуы. Сондықтан, электрондық коммерцияның заңнамалық анықтамасында интернетті деректерді беру желілерінің бірі ретінде атап өту негізсіз, өйткені зерттелетін тұжырымдаманың құрамдас бөліктерін тізімдеу оның мазмұнын тарылтуға әкеледі. Электрондық коммерцияны түсінудің әртүрлі тәсілдерін зерттей отырып, біз бұл салада заңнамалық реттеудің болмауына байланысты кейбір белгісіздік бар деген қорытындыға келдік.

Электрондық коммерцияның құқықтық негіздері дәстүрлі коммерцияның құқықтық қағидаларына және оларды іскерлік айналым әдет-ғұрыптарына сай реттеуге сәйкес келуі керек. Біздің зерттеуіміздің тақырыбы коммерциялық қызметтің «электрондық» аспектісі болғандықтан, тауарды жеткізу контекстінде бізді онлайн режимінде жүзеге асырылатын мәмілелер көбірек қызықтырады. Офф-лайн режимінде жасалатын мәмілелерге келетін болсақ, олар шарттарды орындаудың жалпы ережелеріне бағынады.

Мүлікті беру оны сатып алушыға немесе тасымалдаушыға, байланыс ұйымына және т.б. жеткізу міндеттемесіз иеліктен шығарылған мүлікті жөнелту, сатып алушыға жіберу үшін тапсыру болып саналады. Меншік құқығының ауысуы туралы бұл норманы электронды тауарларды жеткізуге қатысты қолдануға болатыны анық, сондықтан біз «стандартты» тауарларды-заттарды жеткізу ережелерін талдаймыз, содан кейін ғана электронды тауарларға көшеміз.

Тауарды жеткізуді: курьерлік қызмет; пошта; алып кету; телекоммуникациялық желілер арқылы – ақпарат, бағдарламалық құралдар немесе «электрондық сипаты» бар басқа да өнімдер үшін ұйымдастырады. Жеткізудің ең көп таралған тәсілдері курьерлік (Интернет-дүкендердің 55 % - ы оны пайдаланады) және пошта (26 %).

Дәл тауарды алған кезде тұтынушылардың құқықтары жиі бұзылады (тауар сапасына, санына, жеткізу мерзіміне сәйкес келмейді, тұтынушыға бұзылған күйінде жеткізіледі және т.б.). Сондықтан тұтынушылардың құқықтарын қорғау электрондық сауда жағдайында ең күрделі болады. Сонымен қатар, тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың нормативтік негізі заңнамамен, атап айтқанда «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Қазақстан Республикасының 2010 жылғы 4 мамырдағы № 274-IV Заңымен нақты реттелген [8].

Қорытынды

Электрондық коммерция саласындағы қатынастар азаматтық, әкімшілік, салық, Кәсіпкерлік, халықаралық құқықпен және белгілі бір дәрежеде құқықтың басқа салаларымен реттелуге жатады, өйткені бұл салааралық құбылыс. Электрондық коммерция саласындағы қатынастарды зерттеу тұжырымдамалық аппараттың терминологиялық сәйкессіздігімен қиындайды. Сонымен, «электрондық коммерция» терминімен қатар синонимдік ұғымдар қолданылады: «электрондық сауда», «электрондық бизнес», «Интернет-бизнес», «Интернет-

сауда», «Интернет-коммерция». «Электрондық коммерция» термині зерттелетін қатынастарға қатысты ең сәтті болып табылады. Сондай-ақ, «электрондық коммерция» термині ол анықтайтын қатынастарды дәл көрсетеді, сонымен қатар: 1) мәмілелерді жүзеге асыру, пайда табу (коммерциялық аспект), 2) электрондық байланыс құралдарын (электрондық аспект) жүзеге асыру және мәмілелер. Азаматтық құқық тұрғысынан «электрондық коммерция» терминін азаматтық құқық субъектілерінің электрондық байланыс құралдары арқылы мәмілелер жасауға қатысты және пайда табуға бағытталған әрекеттері деп түсіну керек. Мәмілелердің жазбаша және ауызша түрінің белгілеріне сүйене отырып және олармен іс жүзінде бар электрондық мәмілелердің түрлерін салыстыра отырып (сайттағы белгішелерді басу, телефон арқылы және т.б.) мәмілелерді ауызша және жазбаша түрде бөлуді теориялық ескірген деп тану керек. Бекітілген және бекітілмеген мәмілелерге перспективалық бөлу ұсынылады. Электрондық құжаттың түпнұсқасы мен көшірмесінің мәселесімен нотариалды куәландыру және электрондық байланыс құралдарының көмегімен жасалған шарттарды мемлекеттік тіркеу мәселесі тығыз байланысты. Қазіргі уақытта мұндай операцияларды жүзеге асыру мүмкін емес, бірақ одан әрі нотариустар мен мемлекеттік органдардың құжаттарға қол қою бөлігінде «Электрондық құжаттар және электрондық құжат айналымы туралы», «Электрондық цифрлық қолтаңба туралы» Қазақстан Республикасы Заңдарының талаптарын күшейтілген кілт сертификаттары бар электрондық цифрлық қолтаңбалармен нотариаттық куәландыруға және мемлекеттік тіркеуге тарату ұсынылады. «Электрондық коммерция туралы» Қазақстан Республикасының болашақтағы Заңы шеңберінде шешілуі тиіс негізгі мәселелер: электрондық байланыс құралдарының көмегімен жасалатын мәмілелер нысанын, провайдерлердің мәртебесін, электрондық коммерциялық қатынастарға қатысушылардың қосымша құқықтары мен міндеттерін, электрондық шарттарды жасасу және орындау тәсілдерін қарастырамыз.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Қазақстан Республикасының Конституциясы 1995 жылғы 30 тамыз. [Электрондық ресурс] – Кіру режимі: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=51005029.
- 2 Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексі (Жалпы бөлім) 1994 жылғы 27 желтоқсан. [Электрондық ресурс] – Кіру режимі: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1006061.
- 3 Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность: учебник. – Минск, 2012. – 270 с.
- 4 Матвиенко А.С. Электронная коммерция: понятие и законодательное закрепление // Правовое регулирование экономики. - 2008. - № 8. - С. 219-230.
- 5 «Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексі» Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 29 қазандағы № 375-V Кодексі. [Электрондық ресурс] – Кіру режимі: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=38259854.
- 6 Өзбекстан Республикасының 2022 жылғы 29 қыркүйектегі № ЗРУ-792 «Электрондық коммерция туралы» Заңы. [Электрондық ресурс] – Кіру режимі: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=33399229.
- 7 Әзірбайжан Республикасының 2005 жылғы 10 мамырдағы № 908 ІІҚ «Электрондық сауда туралы» Заңы. [Электрондық ресурс] – Кіру режимі: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30615953&pos=6;-108#pos=6;-108.
- 8 «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Қазақстан Республикасының 2010 жылғы 4 мамырдағы № 274-IV Заңы. [Электрондық ресурс] – Кіру режимі: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30661723.

REFERENCES

- 1 Kazakhstan Respublikasynyn Konstituciyasy 1995 zhylygy 30 tamyzy [Constitution of the Republic of Kazakhstan dated August 30, 1995]. (n.d.). [online.zakon.kz](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1005029). Retrieved from https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1005029 [in Russian].
- 2 Kazakhstan Respublikasynyn Azamattyk Kodeksy (Zhalpy bolym) 1994 zhylygy 27 zheltoksan. [Civil Code of the Republic of Kazakhstan (General Part) of December 27, 1994]. (n.d.). [online.zakon.kz](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1006061). Retrieved from https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1006061 [in Russian].
- 3 Vinogradova, S.N. (2012). Kommercheskaya deyatelnost: uchebnik. [Commercial activity: textbook]. Minsk [in Russian].

4 Matvienko A.S. (2008) Elektronnaya kommerciya: ponyatie I zakonodatelnoe zakreplenie // Pravovoe regulirovanie ekonomiki [E-commerce: the concept and legislative consolidation // Legal regulation of the economy]. [in Russian].

5 "Kazakhstan Republikasyn Kasipkerlyk Kodeksy" Kazakhstan Republikasynyn 2015 zhylgy 29 kazandagi No. 375-V Kodeksy. [Code of the Republic of Kazakhstan dated October 29, 2015 No. 375-V «Entrepreneurial Code of the Republic of Kazakhstan»]. (n.d.). online.zakon.kz. Retrieved from https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=38259854 [in Russian].

6 Uzbekistan Republikasynyn 2022 zhylgy 29 kyrkuyektegi № ZRU-792 "Electrondyk kommerciya turaly" Zany. [The Law of the Republic of Uzbekistan «On Electronic Commerce» dated 29.09.2022.]. (n.d.). online.zakon.kz. Retrieved from https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=33399229

7 Azirbayzhan Republikasynyn 2005 zhylgy 10 мамыrdagy No. 908 IIQ "Electrondyk sauda turaly" Zany. [Law of the Republic of Azerbaijan No. 908-IIQ «On Electronic Commerce» dated May 10, 2005] (n.d.). online.zakon.kz. Retrieved from https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30615953&pos=6;-108#pos=6;-108

8 "Tutynushylardyn kuckytaryn korgau turaly" Kazakhstan Republikasynyn 2010 zhylgy 4 мамыrdagy No. 274-IV Zany [Law of the Republic of Kazakhstan dated May 4, 2010 No. 274-IV «On Consumer Rights Protection»]. (n.d.). online.zakon.kz. Retrieved from https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30661723

А.К. Кыдралинова¹, Д.С. Капаров^{1*}, А.А. Тыныбаева¹, А.Р. Аскар¹

¹Инновационный Евразийский университет, Казахстан

Развитие электронной коммерции в информационном пространстве и необходимость защиты прав потребителей

Основным тезисом предлагаемого исследования является то, что в современных условиях глобализации и развития информационного общества кардинально меняются подходы в гражданско-правовом обороте к товару и, соответственно, к защите прав человека. Товаров в рамках развития электронной торговли стала и информация, что вызывает много различных споров в науке. Возможно, это обусловлено тем фактом, что информация - относительно новый объект для науки гражданского права в сравнении с объектами права, которые известны более двух тысяч лет и считаются классическими. Информация, конфиденциальная информация относятся к так называемым объектам права, и цивилисты называют их нетипичными, поскольку они не так давно стали известны гражданскому праву. Развитие экономических отношений, как правило, требует разработки нового, соответствующего массива норм права, которые в дальнейшем могут сформировать отдельный гражданско-правовой институт, не противоречащий Конституции Республики.

Цель статьи состоит в выработке собственных выводов на основе комплексного гражданско-правового анализа правовой природы отношений электронной коммерции, её существенных признаков и особенностей гражданско-правового регулирования отношений в сфере электронной коммерции и информации; предоставлении предложений и рекомендаций для совершенствования законодательства в указанной сфере. Кроме того, в статье уделяется внимание защите прав потребителей услуг по электронной коммерции. При проведении исследования автор руководствовался следующими методами: общенаучными (исторический, формально-логическим, системно-структурным, системно-сравнительным и тому подобное) и специальными юридическими (формально-юридическим, сравнительно-правовым и другими).

В статье обосновывается, что эволюция носителя письменной формы не приводит к возникновению новой формы рядом с письменным: особенность самой фиксации волеизъявления в средствах электронной передачи данных заключается не только в создании текстового документа, но и возможности фиксации волеизъявления с помощью звуковых, видео файлов, графических файлов. В доктрине гражданского права сформулирован концептуальный подход, согласно которому отрицается возможность возникновения и существования права собственности на информацию. В гражданско-правовом понимании информация как таковая не может эксплуатироваться, как вещь или использоваться как результат интеллектуальной, творческой деятельности. В статье сформулирован вывод о том, что на отношения физического лица-предпринимателя, возникшие из договоров, направленных на приобретение заказанных им товаров (работ, услуг) с целью удовлетворения личных

бытовых нужд, не связанных с осуществлением им предпринимательской деятельности, должно распространяться законодательство о защите прав потребителей.

Ключевые слова: электронная торговля, право на информацию, информация, информационная безопасность, защита прав потребителей, объекты гражданских прав.

A.K. Kydralinova¹, D.S. Kaparov^{1*}, A.A. Tynybayeva¹, A.R. Askar¹

¹Innovative University of Eurasia, Kazakhstan

The development of e-commerce in the information space and the need to protect consumer rights

The main thesis of the proposed research is that in modern conditions of globalization and the development of the information society, approaches in civil law turnover to goods and, accordingly, to the protection of human rights are radically changing. As part of the development of electronic commerce, information has also become a commodity, which causes many different disputes in science. Perhaps this is due to the fact that information is a relatively new object for the science of civil law, compared with objects of law that have been known for more than two thousand years, such as a thing and are considered classical. Information, confidential information (trade secrets and know-how) belong to the so-called objects of law, and civilists, relatively speaking, call them atypical, since they have become known to civil law not so long ago. The development of economic relations, as a rule, requires the development of a new, appropriate array of legal norms, which in the future may form a separate civil law institution that does not contradict the Constitution of the Republic.

The purpose of the study is to develop its own conclusions based on a comprehensive civil law analysis of the legal nature of e-commerce relations, its essential features of civil law regulation of relations in the field of e-commerce and information; to provide suggestions and recommendations for improving legislation in this area. In addition, the article pays attention to the protection of the rights of consumers of e-commerce services. When conducting the research, the author was guided by the following methods: general scientific (historical, formal-logical, system-structural, system-comparative, etc.) and special legal (formal-legal, comparative-legal and others).

The article substantiates that the evolution of the carrier of the written form does not lead to the emergence of a new form next to the written one: the peculiarity of the very fixation of the will in electronic data transmission means is not only the creation of a text document, but also the possibility of fixing the will with the help of sound, video files, graphic files. The doctrine of civil law has formulated a conceptual approach, according to which the possibility of the emergence and existence of the right of ownership of information is denied. In the civil sense, information as such cannot be exploited as a thing, or used as a result of intellectual, creative activity. The article concludes that the relations of an individual entrepreneur arising from contracts aimed at purchasing, ordering goods (works, services) for the purpose of satisfying personal, family, household, cultural and other personal household needs not related to the implementation of their entrepreneurial activities should be subject to legislation about consumer protection.

Keywords: electronic commerce, the right to information, information, information security, consumer protection, objects of civil rights.

Қолжазбаның редакцияға келіп түскен күні: 20.04.2023 ж.