Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігі

ӘОЖ: 342(574) (043.3) Қолжазба құқығында

Сюрикпаева Асель Ораловна

Тұтынушыларды қорғаудың құқықтық тетігінің мәселелері мен даму перспективалары

6D030100 - Құқықтану

Философия докторы (PhD) дәрежесін
алу үшін дайындалған диссертация

Отандық ғылыми кеңесші:
заң ғылымдарының докторы, доцент
Өмірәлі Жазира Өмірәліқызы

Шетелдік ғылыми кеңесші:
құқық докторы
Даниэль Войтчак
(Польша Республикасы, Катовица қ.)

Қазақстан Республикасы
Алматы, 2025

МАЗМҰНЫ

НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР..... 3
АНЫҚТАМАЛАР…….. 4
БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР…….. 5
КІРІСПЕ……..… 6
1 ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ҚҰҚЫҚТАРЫН ҚОРҒАУ ИНСТИТУТЫНЫҢ ДАМУЫ МЕН ЭВОЛЮЦИЯСЫ…….. **18**
1.1 Қазақстан Республикасындағы тұтынушылардың құқықтарын қорғау институтының қалыптасуы мен дамуының тарихы…… 18
1.2 Қазақстан Республикасының тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы заманауи заңнама жүйесі…… 37
2 ТҰТЫНУШЫЛАР ҚҰҚЫҚТАРЫН ҚОРҒАУ ТЕТІКТЕРІН ЗАМАНАУИ СЫН-ҚАТЕРЛЕР КОНТЕКСТІНДЕ ЖЕТІЛДІРУ…… 59
2.1 Қазақстан Республикасының заңнамасындағы тұтынушының құқықтық мәртебесі және оны тұжырымдамалық тұрғыдан кеңейтудің перспективалары…… 59
2.2 Тұтынушылар құқығын қорғау нысандары мен тәртібін жетілдірудің мәселелері және перспективалары…… 75
2.3 Тұтынушылар құқықтарын қорғау тетіктері жүйесіндегі жария шарт…… 94
3 ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ҚҰҚЫҚТАРЫН ҚОРҒАУ ТЕТІКТЕРІН ЦИФРЛЫҚ ОРТАДА ДАМЫТУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ…….…. **103**
3.1 Тұтынушылардың құқықтарын қорғау механизмдерін жетілдіру контексінде цифрлық тауар мен цифрлық қызметті нормативтік-құқықтық реттеу объектісі ретінде анықтау…….. 103
3.2 Тұтынушыларды цифрлық ортадағы манипуляциялық интерфейстерден (қараңғы паттерндерден) қорғау…… 120
ҚОРЫТЫНДЫ…… 138
ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ……... 141
ҚОСЫМША А…… 166

НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР

1. ГОСТ 7.32-2017 «СИБИД. Ғылыми-зерттеу жұмыстары туралы есеп. Құрылымы және рәсіидеу ережесі» (түзетулермен)

2. ГОСТ 7.88-2003 «Ақпараттар, кітапханалық және баспа ісі бойынша стандарттар жүйесі. Жарияланымдардағы тарау атауларын және тарау атауларындағы сөздерді қысқарту ережелері»

АНЫҚТАМАЛАР

Диссертациялық зерттеу жұмысына төмендегі анықтамалар мен терминдер қолданылады.

Цифрлық контент - цифрлық пішімдегі деректер (бағдарламалар, қосымшалар, бейне, аудио және өзге де интерактивті материалдар) [ЕС 2019/770 директивасына ұқсас]

Цифрлық қызмет - цифрлық пішімдегі деректерді жасауға, өңдеуге, сақтауға немесе сол деректерге қол жеткізуге мүмкіндік беретін қызмет [ЕС 2019/770 директивасына ұқсас]

Манипулятивті интерфейстік тәсілдер (қараңғы паттерндер) - пайдаланушыны шатастырып, тұтынушының саналы таңдауына теріс әсер ететін және қабылданатын шешімді өзгертуді көздейтін интерфейс элементтерінің жиынтығы (дизайны) [тұтынушылар құқығы туралы Omnibus директивасы, Цифрлық қызметтер туралы заң - Digital Services Act контексінде сипатталады]

Жалған пікірлер (fake reviews) - ақылы немесе боттар арқылы жазылған (не сатып алынған) жалған тұтынушылық пікірлер мен ұсыныстар [Ұқсас тыйымдар ЕО (тұтынушылар құқығы туралы Omnibus директивасы) және АҚШ Федералдық сауда комиссиясы FTC-де қарастырылған]

Аралас мәмілелер - тұрмыстық және кәсіби элементтер ұштасатын мәмілелер (мысалы, ұсақ фермерлер, қолөнершілер), онда кәсіби қыры басым болмаса да, азамат іс жүзінде тұтынушы ретінде қорғалуға мұқтаж [ЕС 2011/83 директивасы, ЕО Сотының шешімдері үлгілерімен салыстырылады]

БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР

АК (ҚР АК) - Қазақстан Республикасы Азаматтық кодексі
ӘҚБтК (ҚР ӘҚБтК) - Қазақстан Республикасының Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодексі
ТҚҚТЗ - «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Қазақстан Республикасының Заңы
АҚШ - Америка Құрама Штаттары
БҰҰ - Біріккен Ұлттар Ұйымы
ДСҰ - Дүниежүзілік сауда ұйымы
ЕАЭО - Еуразиялық экономикалық одақ
ЕО - Еуропалық Одақ
ЕС 2019/770 директивасы - Еуропалық Одақтың 2019/770 нөмірлі цифрлық контентке қатысты директивасы
Omnibus директивасы - Тұтынушылар құқығы туралы Omnibus директивасы (Еуропалық Одақ)
DSA - Digital Services Act - Еуропалық Одақтың цифрлық қызметтер туралы заңы
FTC - Federal Trade Commission - АҚШ Федералдық сауда комиссиясы
GDPR - General Data Protection Regulation - Еуропалық Одақтың деректерді қорғау жөніндегі жалпы регламенті
ICPen - International Consumer Protection Enforcement Network - Халықаралық тұтынушыларды қорғау органдары желісі
IoT - Internet of Things - заттар интернеті
LTV - Lifetime Value - тұтынушының өнімді/қызметті пайдалану мерзіміндегі жиынтық құндылығы
NPS - Net Promoter Score - клиенттердің тауар немесе қызметке қаншалықты ықыласты екенін көрсететін индекс
NFT - Non-Fungible Token - ауыстырылмайтын токен
ODR - Online Dispute Resolution - онлайн дауларды реттеу
PIPL (ҚХР) - Personal Information Protection Law - Қытайдың дербес деректерді қорғау туралы заңы
ҚР - Қазақстан Республикасы
ҚР Конституциясы - Қазақстан Республикасының Конституциясы
РФ - Ресей Федерациясы
SaaS - Software as a Service - қызмет түріндегі бағдарламалық жасақтама
UI/UX - User Interface / User Experience - пайдаланушы интерфейсі / пайдаланушы тәжірибесі
UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development - БҰҰ Сауда және даму жөніндегі конференциясы

КІРІСПЕ

Жұмыстың жалпы сипаттамасы. Аталмыш диссертациялық зерттеу Қазақстан Республикасындағы тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы қазіргі өзекті мәселелерді кешенді талдауға, сондай-ақ заңнаманы жетілдірудің теориялық негіздері мен практикалық тетіктерін әзірлеуге арналған. Зерттеудің объектісі ретінде азаматтардың тауарлар мен қызметтерді (соның ішінде цифрлық контентті) тұтынуына байланысты туындайтын қоғамдық қатынастар алынды, ал зерттеудің пәні ретінде аталған саладағы құқықтық актілер мен сот тәжірибесі қарастырылды.

Зерттеу тақырыбының өзектілігі. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау - адам мен азаматтың құқықтары мен бостандықтарын қорғау жөніндегі мемлекет қызметінің ажырамас бөлігі болып табылады, сондықтан бұл институт қоғамның елеулі бөлігін қамтитын қоғамдық қатынастар аясына бағытталған. Осыған орай, ол мемлекеттегі құқықтық тәртіп жүйесінде айрықша әлеуметтік рөл атқарады. Сол себепті тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі құқықтық құралдар мен нысандарды жетілдіру - мемлекеттің басым бағыттарының бірі ретінде мойындалған.

Осы саладағы зерттеулердің өзектілігі қазіргі заманғы әлеуметтік-экономикалық басымдықтарға, жаһандық цифрлық дамуға және Қазақстан Республикасында тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы жүйелі реформаларды одан әрі жүргізу қажеттілігіне байланысты бірнеше негізгі факторлардың жиынтығымен де айқындалады.

Ең алдымен, зерттеудің өзектілігі ел Президентінің жолдауларында, бағдарламалық құжаттарда көрсетілген мемлекеттік маңызы жоғары міндеттерден туындайды. Атап айтқанда, саяси деңгейде бұл мәселенің маңызы ел Президенті Қасым-Жомарт Тоқаевтың бірнеше ресми жолдауларында бірнеше рет атап өтілген. Мәселен, ол 2022 жылғы 1 қыркүйектегі «Әділетті мемлекет. Біртұтас ұлт. Берекелі қоғам» [1] атты Жолдауында саяси жаңғырудың жалғасы құрылымдық экономикалық өзгерістерге ұласатынын баса көрсетіп, «азамат - бизнес - мемлекет» үштағанындағы қарым-қатынастар терең трансформацияға түсетінін, «ең алдымен мемлекет барлық азаматтар үшін бірдей мүмкіндік пен әділеттілікті қамтамасыз ететінін» айрықша атаған.

«Баршаға әділеттілік» қағидатын тұтынушылық қатынастар саласында қамтамасыз ету экономикалық тұрғыда әлдеқайда әлсіз тарап - тұтынушы мүддесін қорғайтын тиімді құқықтық тетіктерді қалыптастыруды көздейді. Осыған орай Қазақстан халқына 2024 жылғы 2 қыркүйектегі «Әділетті Қазақстан: заң үстемдігі, экономикалық өрлеу, қоғамдық оптимизм» атты Жолдауында [2] Президент тауарлар мен қызметтердің сапасын бақылауды күшейту, монополияланған нарықтардағы теріс пайдалану фактілерін болдырмау, сондай-ақ сауда-саттықтың цифрлық форматтарына тиімді бейімделу мәселелеріне ерекше назар аударды. Атап айтқанда, ол былай деп көрсетті: «Мемлекет тарапынан тарифтік саясат ұзақ мерзімге нақты жоспарлануы керек. Сонымен қатар тұтынушылар үшін тарифтердің жөнсіз өсуіне жол бермеу қажет».

Президент айқындаған міндеттер 2030 жылға дейінгі Қазақстан Республикасының Құқықтық саясатының Тұжырымдамасында [3] көрініс тапқан, онда тұтынушылық шарттар жөніндегі заңнаманы жетілдіру, сондай-ақ қосылу шартының әлеуетін пайдалану арқылы шарт бойынша экономикалық тұрғыдан әлсіз тараптың құқықтарын қорғау міндеті белгіленген. Бұл цифрлық ортадағы азаматтық-құқықтық қатынастардың жаңа нысандарын (цифрлық мәмілелер мен «аралас» шарттарды қоса алғанда) егжей-тегжейлі реттеуді қажет ететінін көрсетеді.

Мемлекеттік деңгейде тұтынушылардың құқықтарын неғұрлым жедел әрі әділетті қорғауды қамтамасыз ету мақсатында Үкімет 2022 жылдан бастап азаматтардың өтініштерімен жүйелі түрде жұмыс істеуге басымдық беретін шараларды іске асыруда және монополиялық кәсіпорындармен өзара іс-қимыл тетіктерін күшейту қажеттігін атап көрсетуде, әсіресе коммуналдық және энергетикалық қызметтер [4] көрсету саласында. Үкімет тиісті заң жобасын әзірлеу жұмыстарын жүргізуде [5], онда шығынды өтеу рәсімдерін жеңілдету және шарттық модельдерді жетілдіру мақсатында тұтынушылар құқығын қорғау туралы заңнаманы кешенді түрде қайта қарау көзделген.

Тұтынушылық қатынастар саласындағы құқықтық базаны жетілдіруге заң шығарушы билік те белсенді атсалысуда, бұл ретте тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың мүмкіндігінше тиімді құқықтық құралдарын қалыптастыруға тырысады. Бұл қолданыстағы нормативтік құқықтық актілерге тұрақты өзгерістер мен толықтырулар енгізу, заң жобаларын әзірлеу барысында айқын көрініп отыр. Алайда таңдалып алынған заңдық құралдардың тиімділігін тұтынушылық қатынастар тәжірибесіне енгізу барысында туындайтын мәселелер күрделендіре түсуде. Мәселен, бүгінде сотқа дейінгі тәртіпте тұтынушылық дауларды реттеу тетігі тиісті деңгейде жұмыс істемейді деуге болады, өйткені ол заңда басым бағыт ретінде жарияланғанына қарамастан, іс жүзінде кәсіпкерлер көп жағдайда тұтынушылардың шағымдарын елеусіз қалдырады. Бұл қақтығыстардың шешілу мерзімін созуға және азаматтардың өз құқықтарын қорғауға талпынысын толық доғаруға жиі әкеп соғады.

Коммуналдық, көліктік және телекоммуникациялық қызметтер саласындағы жария шарт мәселесіне де ерекше көңіл бөлу қажет. «Объективті техникалық кедергілердің» нақты критерийлерінің болмауы кейде жеткізушілерге қызмет көрсетуден өз қалауынша бас тартуға мүмкіндік береді, бұл әсіресе монополиялық немесе үстем жағдайдағы нарықтық ортада аса маңызды проблемаға айналады.

Бұдан бөлек, «аралас» мәмілелер жасайтын тұлғалардың «тұтынушы» мәртебесін тану тетігінің анық еместігі күрделі кедергі ретінде қалып отыр, себебі ондай мәміледе тұрмыстық және кәсіби элементтер ұштасады (ұсақ фермерлер, қолөнершілер және т.б.). тәжірибеде бұл құқықтық тұрғыда нақтыланбаған түсініксіз ахуалдар туындатып, сот жүйесіне қосымша ауыртпалық салады.

Тұтынушылар мүддесін қорғайтын құқықтық тетіктерді жетілдірудің қажеттілігі бүгінде цифрлық экономиканың құқықтық алаңға тигізетін ықпалының күшеюіне байланысты айрықша өзекті болуда. Электрондық

сауданың тұрақты өсуі, цифрлық платформалар мен сервистердің және цифрлық контенттің енгізілуі «қарсы міндеттемелердің» жаңа үлгілерін (мысалы, жеке деректермен төлеу) туындатып қана қоймай, адал емес онлайн-тәжірибелердің (манипулятивті интерфейстік тәсілдер немесе «қараңғы паттерндер», жалған пікірлер) пайда болу қатерлерін күшейтіп отыр. Ал дәстүрлі нормалар виртуалды мәмілелердің ерекшеліктерін және қазіргі транзакциялардың трансшекаралық сипатын әрдайым ескеріп үлгере бермейді.

Сондай-ақ, Қазақстанда онлайн-кеңістіктегі адал емес іс-қимылдар үшін жауапкершілік шаралары әзірге жеткіліксіз зерттелгенін ескерсек, бұл мәселе одан әрі күрделене түседі. Манипулятивті интерфейстік тәсілдердің («қараңғы паттерндер») таралуы пайдаланушыларды шатастырып, тұтынушының саналы таңдауына теріс әсер етеді.

Осылайша, Президенттің ресми Жолдауларында белгіленген саяси басымдықтар, мемлекеттік стратегиялық құжаттардың нақты талаптары, сондай-ақ цифрландыру дәуірінің объективті экономикалық-құқықтық сын-қатерлері тұтынушылардың құқықтарын қорғау тетіктерін кешенді жетілдірудің жоғары маңыздылығын дәлелдейді. Жаһандық экономикаға белсенді кіруге ұмтылған Қазақстан Республикасы үшін бұл үрдістерді ескеріп, ұлттық заңнаманы үндестіру, азаматтарды жаһандық та, ішкі де сын-қатерлер жағдайында қорғау өте маңызды.

Осыған орай, дәстүрлі де, цифрлық ортада да тұтынушылардың құқықтық жағдайын нығайтатын заңнамалық олқылықтар мен тиімсіз нормаларды жою мәселелерін зерттеу ерекше өзектілікке ие. Бұған қоса, мұндай зерттеулердің маңыздылығы тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы халықаралық стандарттардың ықпалының артуымен де дәлелденеді. Бүгінде дәл осы халықаралық талаптар көптеген ұлттық заңнамалар үшін бағдар қызметін атқарып отыр.

Сонымен қатар, Қазақстанның заң ғылымы соңғы жылдары тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелерін зерделеу тұрғысынан теориялық ізденістермен онша толыға қойған жоқ. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелері, біздің ойымызша, айрықша қызығушылық тудырады және құқықтық теория мен құқық қолдану тәжірибесінде көптеп кездесетін проблемаларды қозғайды. Алайда еліміздегі сот тәжірибесі бұл тақырып бойынша арнайы жарияланымдармен бөлісе қоймады, азаматтық істерді қарау нәтижелері бойынша қолжетімді тақырыптық шолулар мен талдаулар да жоқ.

Осы айтылғандардың жиынтығы зерттеу тақырыбының жоғары өзектілігін айқындап, диссертациялық жұмыстың тақырыбын таңдауға негіз болды.

Тақырыптың зерттелу деңгейі. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелерінің ғылыми зерттелу деңгейі Қазақстандағы бұл тақырыптың көптеген жылдар бойы дамып келе жатқандығын көрсетеді. Оның бастаулары кеңестік дәуірден басталады, ол кезде тұтынушылар мүддесін қорғаудың азаматтық-құқықтық базасы қалыптастырылған болатын, бұл кезеңдегі ғалымдардың еңбектерінен көрініс тапты. Сол уақыттағы зерттеулер

жалпылама сипатқа ие болғанымен және кеңес заң доктринасына тән өзіндік ерекшеліктерді қамтығанына қарамастан, тұтынушылардың құқықтарын азаматтық-құқықтық құралдармен қорғаудың негіздерін қалыптастырды; бұл негіздер кейіннен тәуелсіздік кезеңіндегі отандық құқық ғылымында дамуын тапты.

Қазақстан Республикасының тәуелсіздігі мен ұлттық заңнамасының қалыптасу кезеңінде тұтынушылардың құқықтарын қорғау тақырыбы өз дамуын жалғастырғанымен, көп уақыт бойы кешенді зерттеулер саны шектеулі болып қалды.

Өкінішке қарай, осы өткен кезеңде Қазақстанның заң ғылымы тұтынушылардың құқықтарын қорғау тетіктерін жетілдіру мәселелері бойынша көлемді монографиялық еңбектермен едәуір толыға қоймады, дегенмен тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелері бұқара халықтың мүдделерін қамтитындықтан ең маңызды және ең жиі кездесетін проблемаларды туындататыны белгілі.

Азаматтық құқықтарды қорғаудың жалпы мәселелері, шарттық құқық, кәсіпкерлік мәмілелер, азаматтық-құқықтық реттеудегі жария және жеке бастаулардың арақатынасы аясында тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелерін М.К. Сүлейменов, А.Г. Диденко, Ю.Г. Басин, Е. Осипов және бірқатар басқа авторлар өз еңбектерінде жеке-жеке қарастырған.

Соңғы 30 жыл ішіндегі аздаған монографиялық еңбектердің ішінде бірнеше еңбекті ғана атап өтуге болады. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңнаманы жетілдіру мәселелерін кешенді зерделеуге арналған алғашқы және әзірше бірегей еңбектердің бірі - Т.Г. Квятковскаяның (2002) [6] диссертациялық жұмысы. Онда тұтынушылардың құқықтарын қорғауды құқықтық реттеу мәселелеріне талдау жасалып, қазақстандық шынайылық жағдайында оларды шешу жолдары ұсынылған.

Сонымен қатар, дәл осы 2002 жылы Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғауға арналған алғашқы оқу құралы шығарылып, оның авторы С. Ю. Романовская болды. С. Ю. Романовская Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы көрнекті сарапшы ретінде танымал. Кейіннен 2019 жылы ол С.П. Морозбен бірлесіп осы оқу құралының үшінші басылымын әзірледі. Бұл оқу құралдары Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау мәселелерінің теориялық негіздерін дамытуға айрықша үлес қосты [7].

2000 жылы С.К. Идрышеваның энергетикамен жабдықтау шартының құқықтық мәселелеріне арналған монографиясы жарық көрді [8]. 2012 жылы С. К. Идрышева «Қазақстан Республикасының азаматтық құқығындағы жария шарт: теория мен тәжірибе мәселелері» тақырыбында докторлық диссертация қорғады [9], онда жария шарт институты төлемді қызметтердің жекелеген түрлеріне (қонақүй, байланыс, білім беру қызметтері және т.б.) назар аудару арқылы қарастырылып, осы қызметтерді тұтынушы-клиенттер құқықтарын қорғау мәселелері де қозғалды. Бұл еңбектер С. К. Идрышева тарапынан тұтынушыларды қорғаудың жекеше құқықтық қырларын түсінуге елеулі үлес қосты.

Келесі жылдары Қазақстанда тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселесіне деген қызығушылықтың артқаны рас. Ғылыми журналдарда осы тақырыптың түрлі аспектілерін ашатын мақалалар шыға бастады:

М. К. Жусупбекова «Тұтынушылардың қажетті және сенімді ақпарат алу құқығы» (2019) атты еңбегінде тұтынушының тауарды сатып алу кезіндегі құқықтарын қорғау проблемасын қарастырады [10]. Автор сатушының тауар жөнінде толық әрі дұрыс ақпарат ұсыну міндетін және тұтынушының сапасыз тауар сатып алған кездегі құқықтарын талдайды. Жусупбекова сатушының қажетті ақпаратты бермеуіне байланысты жауапкершілікті реттейтін заңнаманы жетілдіруді ұсынады.

Е. В. Нестерова «Қазақстан Республикасының заңнамасы бойынша тұтынушылардың құқықтарын сотта қорғауды қамтамасыз ету мәселесі» (2021) атты мақаласында тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңнамаға енгізілген өзгерістерді, атап айтқанда шағымдарды қараудың үшсатылы жүйесін талдайды [11]. Автор жаңа механизм тәжірибеде азаматтардың сотта қорғану конституциялық құқығын шектеуі мүмкін екенін атап өтіп, заңнаманы жетілдіру жолдарын ұсынады.

К. Ахмединова (2018) оқу-әдістемелік құралында [12] құқықтарды қорғаудың іс жүргізу аспектілерін талдап, сотқа дейінгі реттеу тетіктеріндегі олқылықтарды ашады. Оның зерттеулерінде сот істерінің 68%-ы заңда бекітілген 10 күндік мерзімде тұтынушылардың шағымын қараудан бас тартқан сатушылар әрекетінен туындайтыны көрсетілген.

Авторлар нарықтық экономиканың дамуын, қолданыстағы құқықтық қорғау тетіктеріндегі олқылықтарды жоюды, сондай-ақ кәсіпкерлік және жеке мақсаттарды ұштастыратын жеке тұлғалардың қатысуымен болатын стандартты емес жағдайларды реттеу аясын кеңейтуді ескеретін заңнамалық базаны жаңартудың қажет екенін атап көрсетуде.

Тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы тағы бір маңызды бастама - 2019 жылы «Атамекен» Қазақстан Республикасы Ұлттық кәсіпкерлер палатасының қолдауымен жарық көрген Ф. С. Карагусовтың жетекшілігімен А. Бондарев және Е. Пак бірлесіп дайындаған «Совершенствование правовой и организационной основы обеспечения интересов потребителей» атты аналитикалық есеп. Бұл зерттеуде «тұтынушы» ұғымының құқықтық мазмұны жан-жақты талданып, тұтынушылардың құқықтарын қорғау жүйесін біртұтас ұйым арқылы институционалдық тұрғыда нығайту мәселелері қарастырылды, сондай-ақ тұтынушылар құқықтарын ұжымдық қорғаудың тетігі ретінде топтық талап арыздар институтын дамыту мүмкіндіктері зерделенді [13].

Сондай-ақ осы кезеңде Ф. С. Карагусов пен А. Б. Бондаревтің «О развитии правового понятия «потребитель» и месте норм о защите прав потребителей в системе законодательства Республики Казахстан в контексте его совершенствования» ғылыми мақаласы да тұтынушылар құқығын қорғау мәселесін зерттеуге үлес қосты. Автоматтандырылған экономика жағдайында ұлттық заңнамада «тұтынушы» ұғымының әрдайым тиісті дәрежеде көрініс таппағаны, сондай-ақ бұл ұғымды заманауи үрдістерге сай қайта қараудың маңыздылығы тұжырымдалды. Авторлар Қазақстандағы және Еуропалық Одақ

аясындағы (соның ішінде Германия құқығы) заңдармен салыстырмалы талдау жүргізе отырып, ұлттық заңнамада заңды анықтаманы жетілдіру керектігін айқындалды [14].

Дегенмен, тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың құқықтық тетіктерін жүзеге асыруға, оның ішінде сот және сотқа дейінгі іс жүргізу кезінде тиімді қорғауды қамтамасыз етуге, сондай-ақ соңғы жылдары тұтынушыларды қорғау туралы қазақстандық заңнаманы халықаралық стандарттармен үндестіруге және цифрландыру жағдайында заманауи құқықтық құралдарды пайдалануға қатысты көптеген мәселелер әлі де жеткілікті зерделенбеген күйінде қалып отыр.

Белгілі бір ілгерілеушілікке қарамастан, тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың азаматтық-құқықтық қырларын да, жария-құқықтық қырларын да жан-жақты қамтитын бірыңғай теориялық-тәжірибелік көзқарас әлі қалыптаспаған. Бүгінде қолда бар зерттеулердің көбі үзік-үзік сипатқа ие, кейде белгілі бір шарт түрлеріне немесе тұтынушылар мен кәсіпкерлер арасындағы құқықтық қатынастардың жекелеген элементтеріне ғана назар аударады. Оған қоса, Қазақстандағы тұтынушылардың құқықтарын қорғау жүйесінің тарихи-құқықтық талдау мәселелері де жеткілікті түрде ашылмаған, бұл қалыптасқан құқықтық конструкциялар мен тәжірибелердің себептерін терең түсінуді қиындатады.

Осыған байланысты тұтынушылардың құқықтарын қорғау тетіктерін жетілдіру тақырыбының ғылыми зерттелу деңгейі оның өзектілігіне толық сәйкес келмейді деген қорытынды жасауға болады. Бар зерттеулер мәселенің кейбір ғана қырларын ашады, ал тұтынушылардың құқықтарын қорғау тетіктерін жетілдіру перспективасын айқындай отырып, қазіргі құқық қолдану тәжірибесін, салыстырмалы-құқықтық тәсілдерді және ұлттық заңнаманың ерекшеліктерін кешенді талдауды қажет ететін тұтас зерттеу әлі де жетіспейді. Халықаралық үрдістер мен стандарттарды ескере отырып, бұлайша жан-жақты бағалау мен болашақ даму бағыттарын анықтау қажеттігі осы тақырыпты әрі қарай ғылыми зерттеудің маңыздылығы мен өзектілігін күшейте түседі.

Сонымен бірге шетелдік ғылыми әдебиетте (әсіресе Еуропа Одағы елдері мен АҚШ-та, Ресейде) цифрлық кеңістікте тұтынушылардың құқықтарын қорғауды үйлестіруге арналған қазіргі заманғы зерттеулер ауқымды. Мысалы, Оснабрюк университетінің профессоры Кристоф Буш өз еңбектерінде цифрлық нарықтарды реттеу мен еуропалық тұтынушылық құқықты зерттейді [15], ал Альберто Де Франчески өзінің «European Contract Law and the Digital Single Market» кітабында ЕО-ның Бірыңғай цифрлық нарығы контексінде цифрлық технологиялардың жекеше құқықтық қатынастарға ықпалын талдайды [16].

Сондай-ақ, Натали Хельбергер цифрлық ортада пайда болатын әлсіздік пен манипуляциялар мәселесін зерттейді [17], ал ресейлік ғалымдар Елена Агибалова мен Елена Багреева цифрландыру жағдайындағы тұтынушылардың құқықтарын қорғау аспектілерін зерделеп, заңнаманы жетілдіру жолдарын ұсынады [18].

Әсіресе, Еуропалық комиссияның қолдауымен жүргізілетін кешенді зерттеулерді ерекше атап өтуге болады. Бұл еңбектерде трансшекаралық

электрондық саудада құқықтарды қорғау тетіктері, онлайн-интерфейстердің ашықтығын қамтамасыз ету және манипуляцияларға қарсы іс-қимыл мәселелері терең талданып, «жасыл бренд» арқылы жаңылыстыру, жауапкершілікті күшейту, моральдық зиян мен айыппұлдар мөлшерін айқындаудың бірыңғай стандарттарын белгілеу, құқықтық тетіктердің тиімділігін арттыру және басқа да жайлар жан-жақты зерделенген. Ал қазақстандық қазіргі ғылымда цифрлық ортаға тұтынушылардың құқықтарын қорғау институтының реттеу нысанасы ретінде кешенді талдау жетіспейді, әсіресе (ЕС) 2019/770 директивасы және басқа да құжаттар аясында. Цифрлық ортада тұтынушылардың құқықтарын қорғау тетіктерін жетілдіру перспективасы қазақстандық доктринада аз зерттелген.

Осылайша, отандық және шетелдік еңбектердің жиынтығында мәселені белгілеу үшін жеткілікті теориялық және әдістемелік негіз бар, бірақ Қазақстан Республикасының ерекшеліктерін ескеретін тұтас ғылыми шешім әлі қалыптаспаған. Бұл жағдай осы диссертациялық жұмыстың жаңалығын көрсетеді: еңбек заңнамаға нақты өзгерістер енгізуге қатысты ұсыныстар жасап, олардың перспективасын жан-жақты талдау арқылы аталған олқылықтарды толтыруға бағытталған.

Зерттеудің мақсаты Қазақстан Республикасында тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың құқықтық тетіктерін заманауи цифрлық шындықтарды, халықаралық тәжірибені және тұтынушылық қатынастардың жаңа форматтарын тиімді реттеу қажеттілігін ескере отырып жетілдіруге бағытталған жүйелі ұсынымдарды ғылыми негіздеу және әзірлеу.

Осы мақсатқа қол жеткізу үшін келесі **міндеттерді** шешу көзделеді:

- Қазақстан Республикасының тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңнамасына кешенді талдау жүргізіп, институттың дамуы мен экономиканың цифрландырылуы контекстінде оның олқылықтары мен кемшіліктерін айқындау;
- ұлттық заңнамада тұтынушының құқықтық мәртебесін кеңейтудің тұжырымдамалық бағыттарын айқындап, оларды еуропалық және азиялық тәсілдермен салыстыра отырып бағалау;
- тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың нысандары мен тәртібін, сотқа дейінгі реттеу моделін және моральдық зиянды өтеу тетіктерін жетілдіру мәселелерін талдау;
- жария шарт тетігін жетілдірудің перспективаларын және шарттық қатынастарда негізсіз кемсітушіліктің жолын кесу тәсілдерін бағалау;
- цифрлық контентті құқықтық реттеу және адал емес онлайн-тәжірибелерге қарсы іс-қимыл бағыттарын талдау;
- шетелдік тәжірибе мен халықаралық стандарттарды ескере отырып, тұтынушылардың құқықтарын қорғау тетіктерін және қолданыстағы заңнаманы жетілдіру жөнінде ұсыныстар тұжырымдау.

Аталған міндеттерді шешу тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың құқықтық және құқық қолдану базасын жетілдірудің тұтас тұжырымдамасын негіздеуге және ұсынуға мүмкіндік береді. Бұл тұжырымдама ұлттық құқықты

халықаралық стандарттармен үндестіруге және тұтынушылардың құқықтарын қорғау деңгейін арттыруға ықпал етеді.

Диссертациялық зерттеудің объектісі - Қазақстан Республикасында тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында туындайтын қоғамдық қатынастар жиынтығы, ол дәстүрлі сатып алу-сату және қызмет көрсету форматын да, сондай-ақ электрондық коммерция, онлайн-платформалар, монополиялық және әлеуметтік маңызы бар қызметтер саласындағы жария шартты да қамтиды.

Диссертациялық зерттеудің пәні - Қазақстан Республикасындағы тұтынушылардың құқықтарын қорғауға қатысты нормативтік құқықтық актілер мен құқық қолдану тәжірибесі (тұтынушылардың құқықтарын қорғау, азаматтық және әкімшілік заңнама, сондай-ақ жарнама, ақпараттандыру, табиғи монополиялар және т.б. туралы іргелес нормативтік құжаттар), халықаралық құжаттар, шетелдік мемлекеттердің тәжірибесі, ғылыми және арнайы әдебиеттер.

Зерттеудің нормативтік базасы Қазақстан Республикасының Конституциясы, конституциялық заңдар, салалық заңдар мен басқа да нормативтік құқықтық актілер, тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласын реттейтін халықаралық құжаттар, ел Президентінің жолдаулары, мемлекеттік бағдарламалық құжаттар жүйесі.

Зерттеудің әдістемесі және әдістері жалпығылыми және құқықтық зерттеудің арнайы әдістерінің жиынтығынан тұрады, олардың бірлескен қолданылуы тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың құқықтық проблемаларын кешенді және жүйелі түрде қарастыруды қамтамасыз етеді.

Жалпы ғылыми әдістер, атап айтқанда, талдау мен синтез зерттеу пәнін (нормативтік, институционалдық, іс жүргізу) жеке құрамдас бөліктерге жіктеп, кейін оларды тұтынушылардың құқықтарын қорғау тетіктерін жетілдірудің тұтас тұжырымдамасына жинақтауға мүмкіндік берді. Жүйелі-құрылымдық тәсіл тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңнаманы өзара байланысты нормалар жүйесі ретінде қарастырып, «проблемалық түйіндерді» (цифрлық контент, жария шарт, сотқа дейінгі тәртіп, моральдық зиян және т.б.) айқындауға мүмкіндік берді.

Жалпылау және модельдеу қолданыстағы заңнамаға нақты ұсыныстар мен өзгерістер әзірлеуде, тұтынушылардың құқықтарын қорғау кепілдіктерін күшейтуге және құқық қолдану тәжірибесін жетілдіруге бағытталған модельдік рәсімдерді қалыптастыруда қолданылды.

Арнайы құқықтық әдістердің ішінде салыстырмалы-құқықтық (компаративистикалық) әдіс Қазақстан заңнамасын және құқық қолдану тәжірибесін шетелдік юрисдикциялардың (ЕО, РФ, АҚШ, Қытай) ұқсас институттарымен салыстыруға, сәйкес және ықтимал пайдалануға болатын жағымды тәжірибені айқындауға мүмкіндік берді. Формальды-құқықтық әдіс құқық нормаларын талдауға, олқылықтар мен қайшылықтарды анықтауға, сондай-ақ «цифрлық контент», «аралас мәмілелер», «жария шарт» және т.б. ұғымдарын құқықтық тұрғыдан түсіндіруге қолданылды. Тарихи-құқықтық әдіс тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы қазақстандық заңнаманың

эволюциясын шолып, қазіргі проблемалардың себептері мен заңдылықтарын анықтауға ықпал етті. Социологиялық (эмпирикалық) әдіс сот актілерін, шағымдар статистикасын және тұтынушылық даулар бойынша шешімдердің тәжірибелік материалдарын зерделеу кезінде пайдаланылды; нақты істерді жүйелеу негізінде негізделген ұсыныстар жасалды.

Зерттеу барысында пәнаралық тәсіл де қолданылды. Атап айтқанда, құқықтық экономикалық талдау құқықтық шаралардың (мысалы, айыппұлдарды енгізу, онлайн-платформаларға қосымша міндеттер жүктеу) тиімділігі мен тепе-теңдігін бағалауда пайдаланылды. Ақпараттық-технологиялық тәсіл цифрлық ортадағы тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелерін және жеке деректердің «қарсы міндеттеменің» бір түрі ретіндегі рөлін қарастыруда қолданылды.

Осы әдістемелік негіздің жиынтығы зерттеу мәселелерін жан-жақты зерделеп, Қазақстандағы тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы қолданыстағы заңнаманы және құқық қолдану тәжірибесін жетілдіру бойынша ғылыми негізделген ұсыныстар жасауға жағдай жасайды.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы диссертациялық жұмыста Қазақстан Республикасында тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың құқықтық механизмдерін жетілдіруге бағытталған нақты ұсыныстар мен ұсынымдарды жүйелі түрде әзірлеуден көрінеді. Ұсынылған әрбір шара жаңа немесе едәуір қайта өңделген құқықтық құралды құрайды және дәстүрлі тәсілдерді толықтырып, кеңейтеді. Зерттеудің жаңалығы төменде қорғалуға шығарылатын мынадай негізгі тұжырымдарда айқындалады.

Қорғауға ұсынылатын ережелер:

1. Қазақстан Республикасының құқықтық жүйесінде тұтынушылық міндеттемелерді орындаудың материалдық және цифрлық нысандарының технологиялық бейтарап функционалдық баламалылығы қағидатын, оның ішінде қолданыстағы заңнамаға өзгерістер енгізу арқылы, заңнамалық түрде бекітудің қажеттігі туралы авторлық тұжырым **(Қосымша А-ға қараңыз)**. Азаматтық айналымның цифрлық ортада дамуына байланысты міндеттемелерді орындау екі нысанда – материалдық (заттай) және цифрлық нысандарда – жүзеге асырылады, олар мазмұны мен міндеттемені орындау мәні жағынан тең мәнді болып табылады. Цифрлық орындауға (цифрлық контентке немесе қызметке қолжетімділік беріп, мәлімделген функционалдылықты, қауіпсіздікті, жаңартулар мен түзетулерді ақылға қонымды мерзімде қамтамасыз етуге) материалдық тауарды, жұмысты немесе қызметті берумен тең құқықтық мәртебе беру арқылы тең құқықтық қорғау презумпциясын енгізу ұсынылады. Мұндай орындауға сапаға, қауіпсіздікке, ақпараттандыруға және жауаптылыққа қойылатын дәл сол талаптар қолданылады, ал керісіншені дәлелдеу жүктемесі сатушыға (өндірушіге, орындаушыға, платформалық қызмет жеткізушісіне) жүктеледі.

2. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында дауларды сотқа дейінгі реттеу тетіктерін одан әрі жетілдіру, соның ішінде екі тарап үшін де сотқа дейінгі тәртіптің міндеттілігін айқын бекіту қажеттігі жөніндегі авторлық негіздеме. Дауды сотқа дейін реттеу тәртібін (шағым жіберу, оны

уақтылы және тиісінше қарау) сақтау жөніндегі тұтынушы мен сатушының өзара міндетін заңнамалық түрде бекіту, сондай-ақ сатушыны (өндірушіні, платформалық қызмет жеткізушісін) негізсіз бас тартқаны, жауап бермегені немесе сотқа дейінгі рәсімнен жалтарғаны үшін әкімшілік жауаптылыққа тарту қажеттігі негізделеді. Тұтынушының сотқа жүгіну құқығын шағымға жауап алуымен немесе заңда белгіленген жауап беру мерзімінің өтуімен байланыста қарау ұсынылады **(Қосымша А-ға қараңыз)**.

3. Моральдық зиянның өтемақысын өндіру тетіктерін сотқа дейінгі тәртіпті сақтаудың ынталандыру құралы ретінде одан әрі дамыту және сотқа дейінгі реттеуден жалтарғаны үшін жауаптылықты күшейту туралы авторлық ұстаным. Соттардың моральдық зиян өтемақысының мөлшерін негізсіз шамадан тыс төмендетуіне жол бермеу, сондай-ақ кәсіпкерлер тарапынан тұтынушылар мүдделерін әдейі немесе жүйелі түрде бұзуды болдырмау мақсатында тұтынушылардың құқықтары бұзылған кезде моральдық зиян өтемақысын өндіру тәртібін заңнамалық түрде бекіту қажеттігі негізделеді; сотқа өтемақы мөлшерін 50 %-дан астам төмендеткен жағдайда мұндай төмендетуді міндетті түрде уәждеу жүктеледі және құқықтарды әдейі немесе қайталап бұзу кезінде тағайындалған сома мөлшерінің кемінде 50 %-ы көлемінде айыппұл өндіру құқығы беріледі; моральдық зиян өтемақысының негізсіз төмендетілуіне жол бермейтін ең төменгі мөлшерін белгілеу ұсынылады (Қосымша А-ға қараңыз).

4. Табиғи монополия субъектілерімен қатынастарда жария шарттың рөлін күшейту және жария шарт тетігінің нақты жұмыс істеу қабілеттілігін қамтамасыз ету жөніндегі авторлық негіздеме. Табиғи монополия субъектісіне жария шартты жасасудан немесе оны орындаудан бас тартуға, уәкілетті орган растайтын техникалық мүмкіндіктің объективті болмауын не клиенттің қоғамдық қауіпті әрекеттерін қоспағанда, заңнамалық түрде тыйым салу қажеттігі туралы авторлық ұстаным. Формальды негіздерге жол берілмейді, ал заңды деп тек орындаудың фактілік мүмкін еместігі, тұтынушының құқыққа қайшы немесе көрінеу шамадан тыс, үйлеспейтін талабы және персоналдың не өзге тұтынушылардың қауіпсіздігіне қатер төндіретін жағдайлар ғана танылады **(Қосымша А-ға қараңыз)**.

5. Цифрлық контент пен қызметтерге қатысты құқықтық реттеудің және арнайы анықтамаларды бекітудің қажеттігін негіздеу. Цифрлық контентті тұтынушыға ақы төлеу негізінде немесе жеке деректерін беру есебінен ұсынылатын цифрлық форматтағы деректер және зияткерлік меншік объектілерінің өзге де түрлері ретінде айқындау ұсынылады. Цифрлық қызмет – осындай деректерді жасау, өңдеу, сақтау және оларға қолжетімділік беруге бағытталған қызмет (оның ішінде бұлтты сервистер, стриминг, платформалар, жазылымдар). Цифрлық тауардың (жұмыс/қызметтің) сапа өлшемшарттарын заңнамалық түрде белгілеу, цифрлық өнімдер мен қызметтердің жеткізушілеріне сатып алынатын цифрлық өнімдердің тұрақтылығы мен қауіпсіздігін қамтамасыз ету (уақтылы жаңартулар, ақауларды жою, қолдауды тоқтату туралы хабарлау және т.б.) жөніндегі

міндеттерді жүктеу, сондай-ақ осы міндеттерді бұзғаны үшін жауаптылықты бекіту ұсынылады **(Қосымша А-ға қараңыз)**.

6. Тұтынушылардың ақпараттық қауіпсіздігі деңгейін және цифрлық тауарлар мен қызметтердің сапасын арттыру, сондай-ақ электрондық коммерция саласында тұтынушылардың құқықтарын қорғауды жетілдіру мақсатында «манипуляциялық интерфейстік тәсілдер» және «жалған пікірлер» ұғымдарын нормативтік тұрғыдан бекіту және оларды тыйым салынған тәжірибелер қатарына жатқызу қажеттігін негіздейтін авторлық тұжырым. Пайдаланушының таңдау еркіндігіне жасырын әсер ететін дизайн элементтері ретіндегі «қара үлгілер» (dark patterns) және боттар арқылы, сыйақы үшін немесе ойдан шығарылған тұлғалар атынан жасалатын жалған пікірлер заңсыз жарнама ретінде саралануы тиіс, бақылау мен жауаптылықты қатаңдату ұсынылады, бұл өз кезегінде ақпараттық қауіпсіздік деңгейін және цифрлық тауарлар мен қызметтерге деген сенімді арттырады **(Қосымша А-ға қараңыз)**. Пайдаланушының таңдау еркіндігіне жасырын әсер ететін тетіктер мен жалған пікірлерге тыйым салу, сондай-ақ бақылау мен жауаптылықты күшейту тұтынушылардың ақпараттық қауіпсіздік деңгейін жоғарылатады, цифрлық тауарлар мен қызметтердің сапасын қамтамасыз етеді және электрондық коммерцияда тұтынушылардың құқықтарын қорғау жүйесін жетілдіреді.

Теориялық және тәжірибелік маңыздылығы әзірленген ұсыныстар жиынтығымен айқындалады; олар Қазақстанда тұтынушылардың құқықтарын қорғау деңгейін нақты арттыра алады. Біріншіден, ТҚҚТЗ, Азаматтық кодекс, ӘҚБтК, «Жарнама туралы» Заң және т.б. нормативтік актілерге енгізілетін толықтырулар мен түзетулерді әзірлеуге негіз болатын жаңа ұстанымдар (сотқа дейінгі тәртіпті міндетті енгізу, жария шартты нақтылау, моральдық зиянның критерийлерін жетілдіру, цифрлық контентті реттеу және т.б.) тұжырымдалды. Екіншіден, «объективті техникалық кедергілердің» нақты критерийлерін және жария шарт жасасу кезіндегі жеткізушінің міндеттерін айқындау ТКШ, көлік, телекоммуникация салаларындағы негізсіз бас тарту жағдайларын азайтып, азаматтардың әлеуметтік кепілдіктерін арттырады. Ақырында, онлайн-ортадағы адал емес тәжірибелер (манипулятивті интерфейстер, жалған пікірлер) үшін жауапкершілікті арттыру электрондық қызметтерге деген сенімді күшейтіп, Қазақстандағы электрондық сауданың дамуына және цифрлық экономиканың іргетасын нығайтуға септігін тигізеді.

Диссертация нәтижелерінің апробациялау. Диссертациялық зерттеудің негізгі тұжырымдары 7 ғылыми мақалада жарияланған, оның ішінде Scopus деректер базасына кіретін халықаралық рецензияланатын журналдағы 1 мақалада, ҚР Ғылым және жоғары білім министрлігінің Ғылым және жоғары білім саласындағы сапаны қамтамасыз ету комитеті ұсынған ғылыми басылымдардағы 4 мақалада, сондай-ақ халықаралық ғылыми-практикалық конференциялар материалдарындағы 2 мақалада. Зерттеу қорытындылары келесі беделді рецензияланған ғылыми басылымдарда жарық көрді:

1. Syurikpayeva, A.O, Omirali, Z.O., Baigelova, N.E., Yntymakov, S.A., Kurmanaliyeva, E.B. «Comparative analysis of issues of the legal mechanism of

consumer protection in Kazakhstan and foreign countries based on the norms of sustainable development (Article)» // Rivista di Studi sulla Sostenibilita, 2021, (ISSN 2239-1959, ISSNe 2239-7221), 2021, 2. pp. 187-201беттер. https://www.francoangeli.it/riviste/articolo/70287

2. Syurikpayeva A.O. «Some consumer protection issues in electronic commerce» Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің хабаршысы. Заң сериясы, № 2 (114),2025.

3. Сюрикпаева А.О. «Злоупотребление личными данными в цифровом маркетинге: баланс защиты прав потребителей и борьбы с кибермошенничеством» // Қазақстан Республикасы ІІМ М. Есболатов атындағы Алматы академиясының ғылыми еңбектері, 3(84), 2025, 142-146 беттер. https://alpolac.edu.kz/wp-content/uploads/2025/10/zhurnal-%E2%84%96384.pdf

4. Surikpaeva A.O. «Problems of improving the legal mechanism for consumer protection and prospects for development» // Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің хабаршысы. Заң сериясы, 2020.-96(4), 58-64. https://doi.org/10.26577/JAPJ.2020.v96.i4.07

5. Сюрикпаева А.О. «Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңның дамуы мен қалыптасуы» // Қазақстанның ғылымы мен өмірі. № 12/1, 2020. 184-189 бб. https://www.naukaizhizn.kz/index.php/journal/article/view/219/129

6. Сюрикпаева А.О., Лаушанова С.Б. «Тұтынушылар құқығын қорғау комитетінің қалыптасуы мен дамуы» // Қазақстан Республикасының тәуелсіздігінің 30 жылдығына арналған «Қазақстан Республикасының мемлекеттік тәуелсіздігі: шығу тегі, қазіргі жағдайы, сын-тегеуріндері» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның жинағы. Д.А.Қонаев атындағы Еуразиялық заң академиясы. 11 қараша 2021ж, 323-327 бб.

7. Сюрикпаева А.О. «Қазақстандағы тұтынушылардың құқығын қорғау туралы заңнаманың даму болашағы» // Қазақстан Республикасының еңбек сіңірген қайраткері, заң ғылымдарының докторы, профессор Өмірәлі Шакарапұлы Жалаиридің 80-жылдық мерейтойына орай өткізіліп отырған «Жаңа Қазақстанның құрылысы: саяси құқықтық, экономикалық және әлеуметтік-мәдени негіздері» атты тақырыптағы халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның материалдары 2022ж, 325-329 бб.

Диссертацияның құрылымы кіріспеден, үш бөлімнен (жеті тармақшадан), қорытынды мен пайдаланылған қайнар көздер тізімінен тұрады. Бірінші бөлімде құқықтық реттеудің тарихи алғышарттары мен қазіргі жай-күйі талданса, екінші бөлімде тұтынушының құқықтық мәртебесі, оны қорғау нысандары және жария шарт мәселелері қарастырылады. Үшінші бөлімде цифрлық контент және онлайн-интерфейстердегі манипуляцияларға қарсы іс-қимыл шаралары зерттеледі. Жұмыс негізгі қорытындылармен, ұсынымдармен және библиографиялық тізіммен түйінделеді. Жалпы көлемі мұндай зерттеулерге қойылатын талаптарға сай келеді.

1 ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ҚҰҚЫҚТАРЫН ҚОРҒАУ ИНСТИТУТЫНЫҢ ДАМУЫ МЕН ЭВОЛЮЦИЯСЫ

1.1 Қазақстан Республикасындағы тұтынушылардың құқықтарын қорғау институтының қалыптасуы мен дамуының тарихы

Тұтынушылар құқықтарын қорғау дүние жүзінің терең тарихынан бастау алатын, түрлі ғылым салаларындағы ғалымдар кеңінен зерттеген және әлемдік әдебиет беттерінен танысуға болатын құбылыс. Ал Қазақстандағы осы институттың дамуы мен қалыптасуына келетін болсақ, отандық құқықтық ғылымда бұл мәселе жеткіліксіз зерттелген. Тек арнайы әдебиеттерде, есептер мен баяндамаларда ғана Қазақстан Республикасында тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының эволюциясын қысқаша сипаттайтын деректер кездеседі.

Сонымен қатар ұлттық тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының қалыптасу кезеңі маңызды оқиғалар мен мәселелерді қамтиды. Бұл кезеңде мемлекеттік тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесін құру және тұтынушылар құқықтарын қорғаудың қоғамдық институттарын дамыту, арнайы заңнаманың қалыптасуы мен маңызды халықаралық міндеттемелерді қабылдау үдерістері жүзеге асты. Мұндай даму Қазақстанның нарықтық экономикаға көшуімен, азаматтардың мүдделерін қорғау қажеттілігімен және халықаралық стандарттарды ұлттық жағдайларға бейімдеумен тығыз байланысты болды.

Белгілі болғандай, тәуелсіздік алғанға дейін Қазақстан Совет Одағының құрамында орталықтандырылған жоспарлы экономика жағдайында жұмыс істеп, бұл тұтынушылар құқықтарын қорғау саласына айтарлықтай ықпал етті. Кеңестік экономикалық жүйенің ерекшеліктері - өндіріс құралдарына мемлекеттік меншік, шешімдердің орталықтандырылуы және мемлекеттік экономикалық жоспарларда белгіленген міндеттерге қол жеткізуге бағытталу - тұтынушылардың мүдделерін толық қамтамасыз етуді мақсат еткен жоқ. Керісінше, ол көбіне өндірістік квоталарды орындауға басымдық беріп, бұл тауарлардың алуан түрлілігі мен сапасына, сондай-ақ тұтынушылардың еркін таңдау мүмкіндігіне нұқсан келтіретін. Осы тұрғыда қазіргі заманғы түсініктегі тұтынушылар құқықтары концепциясы іс жүзінде қалыптаса қоймады.

КСРО заңнамасында «тұтынушы» деген арнайы құқықтық мәртебе айқындалмағанымен, бұл ұғым кең мағынада қолданылған. Мәселен 1922 жылғы алғашқы РСФСР-дің Азаматтық Кодексінде азаматтар сапасыз тауар алғанда, оны басқа сапасына сай тауарға ауыстырып, сатушы тауардың сатылым бағасын төмендету керек болған, ал сапасыз тауар алған тұтынушының сотқа шағымдануына құқық берілген [19]. 1963 жылы Қазақ КСР-нің алғашқы азаматтық Кодексі қабылданып, тұтынушылар құқығын қорғаудың алғашқы қазақ кеңестік негіздері қалыптасты [20].

Мемлекет бір мезгілде әрі өндіруші, әрі қорғаушы рөлін атқарып, халыққа қандай тауарлардың қолжетімді болатынын өзі белгілеп, оларды бағалаудың стандарттарын да өзі анықтап отырды. Кеңес өкіметі кезіндегі тұтынушылар құқықтарын қорғаудың ең маңызды құрамдас бөлігі - бүкіл Совет Одағының аумағында біркелкі қолданылған мемлекеттік стандарттарды (ГОСТ

- Мемлекеттік стандарт) енгізу болды [21]. Бұл стандарттардың мақсаты - өнімнің сапасы мен қауіпсіздігіне қойылатын ең төменгі талаптарға сәйкестігін қамтамасыз ету арқылы тұтынушыларды белгілі бір деңгейде қорғау еді. ГОСТ азық-түлік өнімдерінен бастап өнеркәсіп тауарларына дейінгі кең ауқымды қамтыды және мемлекеттік кәсіпорындардың барлығы міндетті түрде сақтауға тиіс техникалық талаптарды айқындады. Алайда ГОСТ-тар, негізінен, өнім өндірудің бірізділігі мен мемлекет белгілеген өндірістік мақсаттарға қол жеткізуді қамтамасыз етуге бағытталды, тұтынушылардың қажеттіліктері мен қалауына аса мән берілмеді. Бұл стандарттарда бірегейлік пен бақылау алдыңғы қатарға шығып, тұтынушылардың сапаға қатысты қанағаттануы мен құқықтарын қорғау шектеулі күйде қалды.

Кеңес жүйесі жағдайында тұтынушылар құқықтары едәуір шектеулі болды. Орталықтандырылған экономика тұтынушылардың қандай тауарлар мен қызметтер алатынын және олардың сапасын дербес таңдауға мүмкіндік бермейтін. Өндіріс пен бөлуді толық бақылайтын мемлекет тұтынушылардың құқықтарын тәуелсіз құқықтық құбылыс ретінде танымайтын. Өнімнің сапасы немесе көрсетілетін қызметке шағымдар көбіне кәсіпорындардың өз ішінде қарастырылды, ал тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың тәуелсіз тетіктері мүлде болған жоқ. Тұтынушылардың ресми құқықтарының болмауы адамдардың сапасыз өнім үшін әділдік не өтемақы талап ету мүмкіндігін шектеп, тұтынушылардың қорғалуы көп жағдайда мемлекеттік кәсіпорындардың ықыласына тәуелді болды, заңдық күшке ие талап қою құқығы қалыптаспаған еді. Бәсекенің болмауы да жағдайды ушықтырды, өйткені тұтынушылар мемлекеттік кәсіпорындардың өніміне көңілі толмаған жағдайда жүгінетін балама жеткізушілер жоқ болатын.

Осы шектеулерге қарамастан, тұтынушылар кооперативтері кеңес экономикасында, әсіресе ауылдық жерлерде, өзіндік шағын рөл атқарды. Бұл кооперативтердің міндеті - тұтынушыларды тауарларды бөлуді және бөлшек сауданы ұйымдастыруға жұмылдыру арқылы белгілі бір деңгейде экономикалық жүйеге қатыстыру еді. Олар мемлекеттік сауда орындарына балама ұсынғанымен, мемлекет тарапынан жүргізілетін жан-жақты бақылауға байланысты тұтынушылар құқықтарын қорғаудағы ықпалы мардымсыз болды. Кооперативтер жоспарлы экономиканың шеңберінде әрекет етті, сондықтан тауарлардың сапасы мен қолжетімділігіне ықпал ету мүмкіндіктері айтарлықтай шектеулі еді. Дегенмен олар тұтынушыларға қандай да бір дәрежеде қалау білдіруге мүмкіндік берді, бірақ ол тұтынушылар таңдауы көбіне мемлекеттік өндіріс және бөлу жоспарларының қажеттіліктеріне бағындырылды. Осылайша, тұтынушылар кооперативтерінің рөлі кеңес экономикасының қатаң реттелетін сипатын көрсетеді: сырттай тәуелсіз көрінген ұйымдар да қатаң қадағаланып, тұтынушылар құқықтарын қорғауға ықпалы шектеулі болды.

Жалпы алғанда, ашық дереккөздерді талдау Қазақстанның тәуелсіздік алғанға дейінгі кеңестік кезеңдегі тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесінің мемлекет тарапынан орталықтандырылған, қатаң бақыланатын экономикаға барынша тәуелді болғанын көрсетеді. ГОСТ стандарттарын енгізу өнімнің

базалық қауіпсіздігін қамтамасыз еткенімен, тұтынушылардың нақты қажеттіліктерін қанағаттандыруда дәрменсіз болып шықты. Тұтынушылар құқықтары тым шектеулі, оларды қорғаудың тетіктері аз еді, ал тұтынушылар кооперативтері қандай да бір қатысу мүмкіндігін ұсынғанымен, мемлекеттік бақылаудың шеңберінде болғандықтан, тиімділіктері аз болды. Тәуелсіздік алғаннан кейінгі кезеңде Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғау саласында туындаған проблемалар мен мүмкіндіктер дәл осы тарихи контекстен бастау алды.

Совет Одағы ыдырағаннан кейін Қазақстан орталықтандырылған жоспарлы экономикадан нарықтық жүйеге терең әрі күрделі өтуді бастан кешірді. Бұл өтпелі кезең мемлекеттің жалғыз өндіруші және тауарларды таратушы ретіндегі рөлінен түбегейлі бас тартуды білдіріп, тұтынушылар құқықтарын қорғау саласында түбегейлі өзгерістер әкелген экономикалық ырықтандыру дәуіріне жол ашты.

Қазақстан нарықтық экономикаға көшкен сайын, жеке кәсіпорындардың пайда болуы және сыртқы сауданың өсуі нәтижесінде қолжетімді тауарлар мен қызметтердің түрлері тез көбейді. Алайда нарықтағы жаңадан қалыптасқан алуан түрлілік сенімді нормативтік базаның болмауына байланысты тұтынушылар үшін айтарлықтай қатерлер туғызды: сапасыз тауарлар, алаяқтық және басқа да теріс әрекеттерден қорғалмау.

Нарықтық экономикаға көшу тұтынушылар құқықтарын қорғаудың ресми жүйесін құру қажеттігін өзекті етті. Кеңес өкіметі кезінде тұтынушылар құқықтары, негізінен, мемлекет белгілеген стандарттар арқылы қорғалды, ал тұтынушылардың құқықтық мәртебесі айқындалмаған еді. Экономиканы ырықтандыру кезеңінде Қазақстан жылдам өзгеріп жатқан және күрделі нарық жағдайында тұтынушыларды қорғауға қауқарлы құқықтық базаны қалыптастыру мәселесімен бетпе-бет келді. Бұл қажеттілік елге сапасы күмәнді шетел тауарларының көптеп келуімен, сонымен қатар әлі реттелмеген нарықтық экономика жағдайында жұмыс істеп жатқан жаңа отандық кәсіпорындар үшін де өзекті болды. Мемлекет енді орталықтандырылған бақылауға сүйене алмайтындықтан, тұтынушылар құқықтарын қорғаудың кешенді тәсілі ауадай қажет еді [6] .

Біздің алдыңғы зерттеулеріміздің бірінде (Сюрикпаева А.О., 2020) [22] 1991 жылы қабылданған алғашқы заңнан бастап тұтынушылар құқықтарын қорғау саласының тарихи қалыптасуына жан-жақты талдау жасалып, заңнамалық базаны жетілдіру мен институционалдық өзгерістердің айрықша маңыздылығы атап өтілген болатын. Зерттеу қорытындысында осы саладағы мемлекеттік саясатты дербес бағыт ретінде дамыту қажеттілігі мен оның тиімді жүзеге асырылуына арналған тетіктерді қалыптастырудың өзектілігі көрсетілді. Бұл қорытынды бір жағынан нарықтық экономикаға көшу кезеңінде тұтынушылар құқықтарын қорғаудағы кешенді тәсілдің қажеттілігіне үндессе, екінші жағынан жаңа жағдайда Қазақстанның нақты қадамдарға көшіп, мемлекеттік құрылымдарды қайта ұйымдастыруын талап ететінін көрсетті.

Осы сын-қатерлерге жауап ретінде тәуелсіз Қазақстан алғашқы қадамдарын жасады. Қазақ КСР Сауда министрлігінің тұтынушылар

құқықтарын қорғау жөніндегі бөлімін қайта ұйымдастыру жұмыстары жүргізіліп, соның нәтижесінде «Қазақстан тұтынушыларының одағы» атты коммерциялық емес ұйым құрылды. Оған қайта ұйымдастырылған мемлекеттік органның міндеттері - сауда қызметін тексеру және тұтынушыларға қызмет көрсету саласын қадағалау функциялары берілді [23].

Келесі елеулі қадам - 1991 жылы Қазақстанның тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы алғашқы Заңының қабылдануы болды [24]. Бұл заң ел тарихында тұтынушылар құқықтарын тұңғыш рет ресми түрде таныған төңкерістік оқиға ретінде бағаланады.

1991 жылғы Заңда тұтынушылар құқықтарын қорғаудың бірнеше негізгі қағидаты белгіленді, олар қазіргі таңда да Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғаудың іргетасы болып саналады. Заң тұтынушылардың қауіпсіздікке құқығын бекітті, яғни тауарлар мен қызметтер тұтынушыға қатер төндірмеуі тиіс; ақпаратқа қол жеткізу құқығын жариялады, яғни тұтынушылар сатып алатын тауарлар мен қызметтерге қатысты шынайы және қажетті ақпарат алуға тиіс; таңдау құқығын айқындады, тұтынушыларға тауарларды еркін таңдау мүмкіндігін береді; залалды өтеу құқығын таныды, тұтынушылар сапасыз тауарлардан немесе қызмет көрсетуден болған залал үшін өтемақы талап ете алады. Заң сондай-ақ кәсіпорындардың міндеттерін айқындап, олардан сапа стандарттарын сақтауды, тұтынушыларға шынайы ақпарат беруді және шағымдарды тиімді қарауды талап етті.

Дегенмен 1991 жылғы Заңды іске асыру тәуелсіздіктің алғашқы жылдарында қиындықтармен ұштасып, тұтынушылар құқықтарын қорғау іс жүзінде дұрыс орындалмады. Нарықтық экономикаға күрт көшу мемлекеттік реттеуші институттар мен тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы жаңа заңдарды орындататын механизмдердің әлсіз немесе мүлде жоқ жағдайында хаосты орта туғызды.

Тұтынушылар құқықтарының бұзылуын ішінара шешу мақсатында 1993 жылы ҚР Министрлер Кабинеті №152 қаулы қабылдап, сауда саласындағы және тұтынушылар құқықтарын бұзу жағдайларындағы жауапкершілікті күшейтті, сондай-ақ жеке кәсіпкерлер мен мемлекеттік өндірушілер үшін стандарт талаптарын, кепілдік мерзімдерін, тауар сапасы нормаларын, сертификаттау ережелерін және басқа да тұтынушылар құқықтарын қорғауға қатысты заңнама бұзылғаны үшін бірдей жауапкершілік белгіледі [25].

1994 жылы Табиғи монополияларды реттеу, бәсекелестікті қорғау және қолдау Агенттігінің құрамында тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі арнайы бөлім құрылса, 1995 жылы тұрғын үй-коммуналдық шаруашылық реформасы аясында Тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңның (бұдан әрі - Тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы Заң) іске асырылуына жауапты министрліктер мен ведомстволардың (20-дан астам) қызметін үйлестіру, осы саладағы құқық қолдану тәжірибесін талдау, тәуелсіз тұтынушылық сараптаманы қамтамасыз ету міндеттері жүктелген Ведомствоаралық кеңес құрылды [26].

Тұтынушылар құқықтарын қорғаудағы мемлекеттік органдар қызметін одан әрі жетілдіру және белсенді ету мақсатында, 1995 жылғы маусымда ҚР

Министрлер Кабинеті №864 қаулысын қабылдады [27], онда тұтынушылар құқықтарын қорғауға байланысты қандай нормативтік құқықтық актілер қабылдануға тиіс екені айқындалды. Сондай-ақ осы құқықтық актімен жергілікті атқарушы органдарға бөлшек сауда, қоғамдық тамақтандыру, тұрмыстық қызмет көрсету салаларында Тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы Заңның сақталуына жергілікті жерлерде бақылау жасау міндеті жүктелді.

Сондай-ақ 1996 жылдан бері төрайымы Светлана Юрьевна Романовская болып табылатын «Қазақстан тұтынушыларының ұлттық лигасы» да (Ұлттық Лига) еліміздегі тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының маңызды қатысушысы саналады. Бұл ұйымның республика бойынша 107-ден астам өкілдіктері жұмыс істеп, 60 111-ден аса мүшені біріктіреді және 20 мыңнан артық ерікті студенттердің қатысуымен ауқымды құқықтық, ағартушылық, зерттеу қызметін жүргізіп келеді. Халықаралық деңгейде мойындалған Ұлттық Лига 2000 жылдан бастап Consumer International-дың тұрақты мүшесі бола отырып, ТМД кеңістігінде тұтынушылар құқықтарын қорғауды жоғары деңгейде ұйымдастырған қоғамдық құрылымдардың бірі ретінде танылған. Тікелей консультация беру, заң көмегін көрсету, оқушылар мен студенттерге арналған арнайы бағдарламаларды әзірлеу - ұйым қызметінің басты бағыттары. Жылына мыңдаған азамат осы ұйымның көмегіне жүгінеді, ал қайтарылған залалдың жиынтық көлемі жүздеген миллион теңгені құрайды; өтініштердің 99%-ға жуығы сотқа жеткізбей шешіледі. Ұлттық Лига әсіресе зейнеткерлер, мүгедектігі бар адамдар, аз қамтылған топтар сияқты әлжуаз санаттар үшін ауқымды құқықтық қолдау ұсынады, сөйтіп отандық тұтынушылық қозғалыстың үйлестіруші ұйымы қызметін атқарып отыр [7].

Нәтижесінде 1995-1998 жылдар аралығында мемлекеттік органдардың қызметі жанданып, тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі қоғамдық ұйымдардың жұмысына жәрдемдесу (кеңсе орынжайларымен, телефон байланысымен қамтамасыз етуге дейін) күшейтілді. Нақтысында бұл Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын «өзін-өзі реттеу» механизмін құруға жол ашты.

Мемлекеттік тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесінің маңызды элементі осы кезеңде заңнамалық деңгейде анықталды. Атап айтқанда, белгісіз шеңбердегі тұтынушыларға келтірілген залалды өтеу тетіктері тұтынушылар құқықтарын қорғау қоғамдары арқылы іске асырылып, осындай ұйымдарға ақпараттық қолдау көрсетілді. Дәл осы ұйымдардың бастамасымен Қазақстан Республикасы Жоғарғы Соты Пленумының екі қаулысы қабылданды: 1995 жылы «Соттардың моральдық зиянды өтеуге қатысты заңнаманы қолдануы туралы» [28] және 1996 жылы «Тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнаманы соттардың қарау тәжірибесі туралы» [29]. Соңғы қаулыда тұтынушылар ұйымдары белгісіз шеңбердегі тұтынушылардың (коллективтік талап) құқықтарын қорғау үшін сотқа өз бетінше жүгінуге құқылы екендігі, соттылықты (подсудность) таңдауға және мемлекеттік баждан босатылуға мүмкіндік берілетіні, ал шарттық қатынастарда Қазақстан Республикасының

Азаматтық кодексі қолданылатыны анық көрсетілді. Осылайша, сотта тұтынушылар құқықтарын жеңілдетілген тәртіппен қорғау тетігі енгізілді.

Жоғарғы Сот Пленумының қаулылары бұл институттың дамуына аса маңызды ықпал етті. Тәуелсіз Қазақстан тарихында алғаш рет моральдық зиянды өтеу тәртібі айқындалып, тұтынушыларға тек мүліктік емес, сонымен қатар мүліктік емес құқықтарын да қорғауға мүмкіндік берілді. Аталған қаулылар тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы сот тәжірибесінің дамуына түрткі болды. Қаулыларда тұтынушылық дауларға байланысты моральдық зиянды өтеу заңнамасы мен тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы нормаларды қолдану тәртібі соттарға түсіндіріліп, нәтижесінде тұтынушылар пайдасына шешілетін сот істерінің саны өсті. Моральдық зиянды өндіріп алу қаупінің нақты болуы кәсіпкерлер үшін тұтынушылар құқықтарын сақтауға және заңсыз әрекеттерден аулақ болуға қосымша ынталандыру туғызды.

Аталған қаулылар Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының қалыптасуына елеулі үлес қосты, соның нәтижесінде тұтынушылар құқықтарын қорғау мүмкіндіктері кеңейіп, кәсіпкерлердің жауапкершілік деңгейі артты.

Осы кезеңде мемлекет тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесін құру барысында тікелей және жанама реттеу әдістерін, сондай-ақ бір мезгілде бірнеше мемлекеттік органға бақылау мен қадағалау функцияларын жүктеуді ұштастырып отырды.

Мемлекеттік құрылымдарда жаңа заң нормаларын іске асыру бірден бірнеше органға жүктелді: Монополияға қарсы комитет (Қазақстан Республикасының Бәсекелестікті қорғау жөніндегі агенттігі), ҚР Экономика және сауда министрлігінің Стандарттау, метрология және сертификаттау агенттігі, ҚР Денсаулық сақтау министрлігінің Мемлекеттік санитарлық-эпидемиологиялық қызметі мен функционалдық қамтамасыз ету департаменті және басқа да органдар. Бұл ретте 2013 жылға дейін тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заң нормаларының орындалуын және осы саладағы бақылауды жүзеге асыратын негізгі функция Қазақстан Республикасының Бәсекелестікті қорғау агенттігінің құзыретіне жатты.

Бірыңғай үйлестіруші органның болмауы тұтынушылар құқықтарын қорғау саясатын тиімді іске асыруға қолбайлау болды.

Аталған кезеңде экономиканы жедел ырықтандыру нарық талаптарына ілесе алмай отырған құқықтық инфрақұрылым мәселесін алға шығарды. Мысалы, жаңадан бекітілген тұтынушылық құқықтарды іс жүзінде қамтамасыз ету үшін мамандардың жеткіліксіздігі, ресурстардың тапшылығы және халықтың хабары аздығы кедергі келтірді. Көптеген азаматтар жаңа құқықтары туралы білмеді, ал білген күннің өзінде, тиісті өтемақы алу үшін қажетті бюрократиялық үдерістерді еңсеру қиындық тудырды. Сонымен қатар сот және реттеуші органдар тұтынушылық шағымдардың көбеюіне толықтай дайын болмай, бұл заңнаманы қолдануды одан әрі қиындатты.

Бұған қоса, 1990-жылдардың басындағы экономикалық тұрақсыздық, соның ішінде жоғары инфляция мен ұлттық валютаның жылдам құнсыздануы,

аталған мәселелерді ушықтырды. Тұтынушылар нарықтық экономикаға бейімделумен қатар, сатып алу қабілетінің төмендеуі және негізгі тауарлар мен қызметтер бағасының өсуі сияқты экономикалық ауыртпалықтарға тап болды. Осындай жағдайда 1991 жылғы заң аясында құрылған тұтынушылар құқықтарын қорғау тетіктері баяу дамыды. Қалыптасып келе жатқан нарықтық экономика бәсекенің болмауымен сипатталды, ал кейбір салаларда монополиялық тәжірибелер сақталды. Бұл жағдай тұтынушылардың таңдау мүмкіндіктерін шектеді және тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесінің тиімділігін төмендетті, өйткені сапасыз тауарлар мен әділетсіз әрекеттерге тап болған тұтынушылардың өзге балама жеткізушілерге жүгіну мүмкіндігі аз еді.

Осылайша, 1991 жылдан 1998 жылға дейінгі кезең Қазақстан экономикасы және тұтынушылар құқықтарын қорғаудың ресми құқықтық базасын қалыптастыру тұрғысынан өзгерістер дәуіріне айналды. Оның шарықтау шегі - 1991 жылы «Тұтынушылар праволарын қорғау туралы» Заңның қабылдануы болды. Бұл заң мен өзге де нормативтік құқықтық актілер маңызды кезең ретінде бағаланғанымен, олардың көп бөлігі кеңестік заңнамадан алынған еді, ал алғашқы жылдары оны қолдану экономиканың өтпелі кезеңінде пайда болған қиындықтар, институттық әлсіздік және халықтың хабарсыздығы салдарынан күрделі болды. Сол себепті құқық қолдану тәжірибесінің жетіспеушілігінен және тұрғындардың өз құқықтары туралы ақпараттануының шектеулілігінен бұл кезең көп жағдайда декларативті сипатта қалған болатын.

Қазақстан нарықтық экономикаға бет алған сайын, 1999-2015 жылдар тұтынушылар құқықтарын қорғау институты үшін, оның ішінде институционалдандыру, салалық арнайы заңнаманы дамыту тұрғысынан шешуші кезең болды. Атап айтқанда, 1999 жылдан 2009 жылға дейінгі кезең тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі қоғамдық ұйымдардың дамуы үшін маңызды белеске айналды.

Тәуелсіздіктің алғашқы жылдары кездескен қиындықтар барған сайын күрделілене түскен экономикалық ортада тұтынушыларды қорғауға арналған сенімді қоғамдық және мемлекеттік институттар құрудың, сонымен қатар жан-жақты заңнамалық базаны қабылдаудың қажеттілігін көрсетті. Осыған орай 1999 жылғы 21 қазанда сол кездегі Премьер-Министрдің № 151 өкімі қабылданып [30], бөлшек сауда, тұрмыстық қызмет көрсету, қонақүй қызметін көрсету және т.б. салаларға қатысты бірқатар маңызды нормативтік құқықтық актілер мен ережелерді әзірлеу жоспарланған болатын. Алайда Үкіметтегі жиі өзгерістерге байланысты бұл құжат іс жүзінде іске аспай қалды.

Тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы орталық орган ретінде Қазақстан Республикасының Бәсекелестікті қорғау агенттігі қалды. Бұл агенттік тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңдардың орындалуын қадағалады, тұтынушылар шағымдарын қарады және өнімнің қауіпсіздік пен сапа стандарттарының сақталуын қамтамасыз етті. Осыған орай, дәл осы салада арнайы уәкілетті орган құру мәселесі өзекті болып қала берді. Десе де, Агенттікті тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы мемлекеттік орган

ретінде айқындау тұтынушылар құқықтарын қорғауды институционалдандыруда маңызды рөл атқарды.

1999-2009 жылдар аралығында Қазақстанда тұтынушылық қатынастардың түрлі қырларын реттейтін заңнаманы жетілдіру жөнінде белсенді жұмыс жүргізілді. Тұтынушылар құқықтарын қорғауды институционалдандырудағы бірқатар қиындықтарға қарамастан, Қазақстанда түрлі салаларда, соның ішінде қаржы қызметтері саласында тұтынушылардың бірегей проблемаларын шешуге арналған салалық заңдар қабылданды: сақтандыру [31], сауда қызметін реттеу (2004 ж.), байланыс және ақпараттандыру (2004 ж.), электрмен жабдықтау (2004 ж.) [32], денсаулық сақтау.

Нарықтық экономиканың тез қарқынмен дамуы тұтынушыларға қолжетімді тауарлар мен қызметтердің әртараптандырылуына алып келді, алайда бұл, әсіресе қаржы және денсаулық сақтау сияқты салаларда, жаңа тәуекелдерді де туғызды. Осы тәуекелдерді азайту үшін мемлекет аталған экономикалық салаларға арнайы заңдар қабылдап, оларды тұтынушылардың мүдделерін қорғауға бағыттады. Мысалы, банк ісі мен сақтандыру саласындағы ырықтандыру нәтижесінде айтарлықтай өсім байқалған қаржы қызметтері секторында тұтынушылармен жасалатын операциялардың ашықтығы мен әділдігін қамтамасыз етуге арналған жаңа ережелер енгізілді. Бұл заңдар қаржы ұйымдарынан өз өнімдері туралы айқын да дәл ақпарат ұсынуды, этикалық маркетинг қағидаттарын ұстануды және тұтынушылардың шағымдары бойынша дауларды тиімді шешуге арналған тетіктерді қамтамасыз етуді талап етті.

Аталған заңдар қаржы ұйымдарының құқықтық мәртебесін белгілеп, олардың қызметіне және клиенттермен өзара іс-әрекетіне қойылатын талаптарды айқындады, бұл қаржы нарығының ашықтығы мен тұрақтылығын арттыруға ықпал етті. Заңдар қаржы ұйымдары мен олардың қызметтерін пайдаланушылардың құқықтары мен міндеттерін нақтылап, құқықтық айқындылықты күшейтті және тұтынушылардың мүдделерін қорғауға бағытталды. Сондай-ақ қаржы қызметтерін пайдаланатын тұтынушылардың құқықтарын қорғау механизмдері көзделді: қаржы ұйымдарының қызметіне бақылау мен қадағалау жүргізу тетіктері енгізілді, қаржы ұйымдары мен олардың тұтынушылары арасындағы дауларды шешу рәсімдері реттелді.

Осыған ұқсас түрде, денсаулық сақтау және телекоммуникация салаларында, Қазақстан экономикасы үшін барған сайын маңызды болып келе жатқан салаларда, тұтынушылар мүдделерін қорғауға арналған арнайы заңнамалар қабылдануда. Денсаулық сақтау саласында медициналық қызметтердің сапасына қойылатын ең төменгі стандарттар мен науқастардың құқықтарының сақталуын қамтамасыз етуге бағытталған заңнамалық актілер қабылданды. Атап айтқанда, «Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы» Заң [33] медициналық қызметтерді ұсынушыларды лицензиялаудан бастап фармацевтикалық өнімдердің қауіпсіздігі мен тиімділігіне дейінгі барлық аспектілерді қамтыды.

1999-2009 жылдар Қазақстанда салалық заңнаманың қалыптасу үдерісі басталған кезең ретінде ерекшеленеді. Бұл тұтынушылар құқықтарын тиімді қорғауға қажетті басқа да институционалдық базаны, соның ішінде тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі коммерциялық емес қоғамдық ұйымдар қозғалысын дамытуға ықпал етті.

Қазақстан өз нарықтық экономикасын дамытуды жалғастырған тұста, 2010-2014 жылдар тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесін нығайту мен жаңғыртуда шешуші кезеңге айналды. Алдыңғы онжылдықта қаланған институционалдық іргетасқа сүйене отырып, бұл кезең ауқымды заңнамалық реформалармен, реттеуші қадағалаудың кеңеюімен және халықаралық стандарттарға сәйкестік мәселелеріне жаңа көзқараспен сипатталды. Нарықта туындаған проблемаларды шешу қажеттігі, әсіресе жылдам экономикалық өсім, технологиялық прогресс және жаһандану күшеюі салдарынан пайда болған қиындықтар осы өзгерістерге түрткі болды.

Осы кезеңде реттеуші қадағалаудың кеңеюі Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы негізгі оқиғалардың біріне айналды. Тұтынушылардың құқықтарын тиімді қамтамасыз ету қажеттілігін ескере отырып, мемлекет жұмыс істеп тұрған реттеуші органдардың әлеуетін арттыру және тұтынушылар мүдделерін қорғауға бағытталған жаңа шараларды енгізу жөнінде бірқатар бастамаларды қолға алды.

2010 жылы «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның жаңа редакциясы қабылданды. Бұл аталған кезеңнің басты оқиғаларының бірі болды. Заңда «тұтынушы» ұғымына келесідей анықтама берілген: «Тұтынушы — өз қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін тауарға (жұмысқа, көрсетілетін қызметке) тапсырыс беру немесе иелену ниеті бар не тапсырыс беретін, оларды иеленетін және (немесе) пайдаланатын жеке тұлға» [34] .

Алғашқы «Тұтынушылардың праволарын қорғау туралы» заң 1991 жылы қабылданып, 2010 жылға дейін бірнеше мәрте жаңартудан өтті. Әрине, бұл заң Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының қалыптасуында маңызды рөл атқарды. Ол Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын реттейтін алғашқы құжат болды және сауда мен қызмет көрсету саласында азаматтардың құқықтарын қорғау жөніндегі жалпы ұстанымдарға сүйенді. Заңның негізгі ережелері тұтынушылардың ақпарат алуға құқығы (тауарлар, қызметтер, сондай-ақ сатушылар туралы толық әрі шынайы ақпарат алу құқығы), тауарлар мен қызметтердің сапасына құқық (сапа стандарттарын міндетті түрде сақтау, егер ол талаптар бұзылса, тауарды қайтару, ауыстыру не өтемақы алу құқығы), сот арқылы қорғау, мемлекеттік бақылау сияқты мәселелерді қамтыды.

Сонымен қатар, 2010 жылғы «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң алдыңғы заңның ережелерін айтарлықтай кеңейтіп, нақтылай түсті. Атап айтқанда, 2010 жылғы заң сатушылардың міндеттерін кеңейтіп, тауарлар мен қызметтер туралы әлдеқайда егжей-тегжейлі ақпарат ұсыну талаптарын белгіледі, оның ішінде цифрлық және интернет-дүкендегі өнімдерге қатысты талаптар да енгізілді. Заң онлайн-сауда саласын реттеудің негізін қалады. Заңнамада цифрлық ортадағы тұтынушылардың құқықтары, соның ішінде деректерді қорғау, онлайн-сатып алу кезіндегі құқықтары және

интернет-платформалардың жауапкершілігі жөніндегі жаңа нормалар пайда болды. 2010 жылғы заң тауарлар мен қызметтердің сапасына қойылатын талаптарды қатаңдатып, сапасыз өнім анықталған жағдайда тұтынушыға тиімдірек қорғау шараларын ұсынды, мемлекеттік органдардың рөлін күшейтті және оларға тұтынушылар құқықтарын қорғауды бақылау мен қамтамасыз ету үшін кеңірек өкілеттіктер берді, соның ішінде айыппұл салу және әкімшілік шаралар қолдану мүмкіндігін қосты. 1991 жылғы заңмен салыстырғанда, 2010 жылғы заңда сотқа жүгінбестен дауларды реттеудің неғұрлым дамыған жүйесі, яғни тұтынушылардың құқықтарын сотқа дейін қорғау тәсілдері ұсынылды, бұл тұтынушылардың құқықтарын қорғау ісін жеңілдетті.

Осылайша, 2010 жылғы заң реттеуді айтарлықтай кеңейтіп, оған онлайн-саланы қоса алғанда тауарлар мен қызметтердің жаңа санаттарын енгізді. Заң интернет арқылы тауар мен қызмет алатын тұтынушыларға көбірек кепілдік беріп, сатушылар мен қызмет жеткізушілердің жауапкершілік мәселелеріне баса назар аударды, сондай-ақ мемлекеттік органдар тарапынан бақылау күшейтілді. Заңда сотқа дейінгі реттеу механизмдері толықтырылғандықтан, тұтынушылар үшін құқықтарын қорғау үдерісі жеңілдеді. 1991 жылғы заңмен салыстырғанда, 2010 жылғы заң сандық экономиканың алғашқы сын-қатерлерін ескере отырып, Қазақстан Республикасындағы тұтынушылар құқықтарын қорғау мәселелерін анағұрлым жан-жақты және егжей-тегжейлі реттеді.

Аталған кезеңнің тағы бір маңызды оқиғасы - 2013 жылғы қарашада Президент Жарлығымен ҚР Денсаулық сақтау министрлігінің Мемлекеттік санитарлық-эпидемиологиялық қадағалау комитетін қайта ұйымдастыру арқылы Қазақстан Республикасы Тұтынушылардың құқықтарын қорғау агенттігінің құрылуы [35].

Агенттік Қазақстан Республикасының Бәсекелестікті қорғау агенттігінен тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы бақылау және қадағалау функцияларын, ҚР Денсаулық сақтау министрлігінен - халықтың санитарлық-эпидемиологиялық салауаттылығы саласындағы өкілеттіліктерді, ҚР Индустрия және жаңа технологиялар министрлігінен - техникалық регламенттердің сақталуын бақылау жөніндегі өкілеттіліктерді, ҚР Көлік және коммуникациялар министрлігінен - тұтынушыларға көлік қызметтерін көрсету саласындағы өкілеттіліктерді, ҚР Табиғи монополияларды реттеу агенттігінен - табиғи монополиялар мен реттелетін нарықтар саласында тұтынушылар құқықтарын қорғау, тексеру жүргізу, айыппұл салу және сотқа талап арыз беру бойынша өкілеттіліктерді алды.

Агенттік түрлі мемлекеттік мекемелермен және салалық реттеушілермен бірлесіп әрекет етіп, тұтынушылар құқықтарын қорғаудың бірыңғай тәсілін қамтамасыз ету ісінде маңызды рөл атқарды.

Агенттіктің өкілеттілігін кеңейтумен қатар, үкімет тұтынушылар құқықтарын қорғауға бағытталған жаңа шаралар қабылдады. Бұл шаралар жоғары тәуекелді секторларда туындайтын нақты мәселелерді шешуге арналған болатын. Мысалы, қаржы қызметтері индустриясының жедел өсуіне жауап ретінде, кредиттеудегі адал емес тәжірибеден, жаңылыстыратын қаржы

өнімдерінен және қарызды өндіріп алудың әділетсіз тәсілдерінен тұтынушыларды қорғау мақсатында тиісті заңдарға түзетулер енгізілді. Бұл ережелер қаржы мекемелерінен пайыздық мөлшерлемелер, комиссиялар және өтеу шарттары туралы айқын ақпарат беруді, сондай-ақ тұтынушылар мен қаржы қызметтерін жеткізушілер арасындағы дауларды шешудің жаңа рәсімдерін енгізуді талап етеді. Ұқсас қадамдар денсаулық сақтау саласында да жасалды. Мұнда тұтынушыларды қауіпті медициналық өнімдерден, рұқсат етілмеген төлемдерден және құпиялылықтың бұзылуынан қорғау үшін жаңа заңдар қабылданды.

Аталған кезеңдегі елеулі сәттердің бірі - 2011 жылғы «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға енгізілген түзетулер. Атап айтқанда, 2011 жылғы 5 шілдедегі № 452-IV Қазақстан Республикасы Заңы [36] заңның 3-бабына өзгеріс енгізді, онда тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы мемлекеттік реттеу жөніндегі нормалар қамтылған.

Бұл түзетулердің маңызы мынада: 3-баптың жаңа редакциясында мемлекет тарапынан реттеудің нақты құралдары тізімін алып тастап, оның тек осы заңға ғана емес, жалпы Қазақстан Республикасының барлық заңнамалық актілерінің аясында жүзеге асырылатынына басымдық берілді. Алдыңғы редакцияда мемлекеттік реттеудің ықшамдалған құралдары ғана тізіліп көрсетілген болатын: нормативтік құқықтық актілерді әзірлеу және қабылдау; тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнаманың сақталуын мемлекеттік бақылау; тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнаманы бұзғаны үшін жауаптылық белгілеу; тұтынушыларды ақпараттандыру мен ағартудың жүйесін ұйымдастыру; тұтынушылар қоғамдық бірлестіктерінің жұмысына жағдай жасау.

Мұндай өзгерістер тұтынушылар құқықтарын қорғау саласын мемлекеттік реттеу мүмкіндіктерін кеңейтті. Аталған тізімнен нақты құралдарды алып тастау арқылы заң шығарушы үкімет пен басқа да уәкілетті органдарға нарықтағы жаңа қауіп-қатерлер мен мәселелерге икемді әрі жедел ден қоюға мүмкіндік беретін қорғау шараларын таңдау құзыретін анағұрлым кеңейтті. Осылайша, заң тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы реттеуге кешенді көзқарастың маңызын ерекше атап көрсетті.

Әсіресе, аталған бабтың жаңа редакциясы тұтынушылар құқықтарын қорғау - бұл түрлі мемлекеттік органдардың келісімді іс-әрекетін және құқықтық құралдар мен тетіктердің кең спектрін пайдалануды қажет ететін кешенді міндет екенін баса көрсетті.

Осылайша, 3-бапқа № 452-IV Заң арқылы енгізілген өзгерістер баптың тұжырымдамасын жеңілдеткенімен, тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы мемлекеттік реттеу мүмкіндіктерін кеңейтті және тұтынушылар құқықтарын қорғау проблемаларына кешенді тәсілдің маңызды екенін көрсетті. Бұл түзетулер заңнамалық базаның айтарлықтай өзгергенін, үкіметтің тұтынушылар құқықтарын іске асыру тетіктерін жетілдіруге деген ұмтылысын айғақтайды.

Сондай-ақ заң шығарушы сатушыларға, қызмет көрсетушілерге қойылатын талаптарды, соның ішінде өнімнің қауіпсіздігіне қатысты

талаптарды қатайта бастады. Мәселен, 2014 жылы № 248-V Заң арқылы [37] «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның 24-бабы 8-тармақшасына өзгерістер енгізілді. Бұл өзгерістер сатушының тұтынушыдан бақылау чегін талап ету қажеттілігі туралы ақпарат орналастыруға және бақылау-касса машиналарын қолдану тәртібі бұзылған жағдайда салық органдарына жүгіну құқығы бар екенін ескертуге міндеттейтіні нақты көрсетілді.

Мемлекеттік басқаруды реформалау саласындағы елеулі оқиғалардың бірі - тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі уәкілетті органның кезекті рет қайта ұйымдастырылуы болды. 2014 жылы Тұтынушылар құқықтарын қорғау агенттігі таратылып, осы саладағы орталық мемлекеттік органның функциялары Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Тұтынушылар құқықтарын қорғау комитетіне берілді [38].

Сонымен қатар 2015 жылы аталған заңға енгізілген түзетулер тұтынушылардың қауіпсіз тауар сатып алу құқығына қатысты кәсіпорындарға қатаң талаптар белгіледі: тауарлары мен қызметтері туралы (тауардың жарамдылық мерзімі, қызмет ету және сақтау мерзімі) нақты және дұрыс ақпарат ұсыну міндеті жүктелді. Бұл өз кезегінде тұтынушыларға саналырақ шешім қабылдауға мүмкіндік берді. Заңда тұтынушылар қауіпсіздігіне қатысты нормалар күшейтілді [39]. Барлық тауарлар мен қызметтер тұтынушыларға ұсынылмас бұрын тауар қауіпсіздігі ережелеріне сәйкес келуге тиіс деген талап енгізілді. Бұл өзгерістер тұтынушыларды қорғауды күшейтіп қана қоймай, сатушылар мен тауар өндірушілердің жауапкершілігін де арттырды. Енді олар реттеуші органдар тарапынан қатаңырақ бақылауға ұшырады.

Осы кезеңдегі Қазақстанның тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесін нығайтуға бағытталған күш-жігері елдің халықаралық стандарттарға интеграциясымен тығыз байланыста болды. Ел жаһандық сауда мен экономикалық ынтымақтастықтағы өз үлесін кеңейте отырып, тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнаманы халықаралық әріптестерінің заңдарымен үйлестірудің маңыздылығы арта түсті. Мұндай үйлесім тек қазақстандық тұтынушыларды қорғау үшін ғана емес, сонымен қатар елдің тауарлары мен қызметтерінің дүниежүзілік нарықта табысты бәсекелесуі үшін қажет болды.

Аталған кезеңнің маңызды қыры - Қазақстанның тұтынушылар құқықтарын қорғаудың халықаралық стандарттарына біртіндеп сәйкес келуі. Ел жаһандық экономикаға барынша ықпалдасуға ұмтылғандықтан, әсіресе Дүниежүзілік сауда ұйымы (ДСҰ) және Еуразиялық экономикалық одақ (ЕАЭО) аясында тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі ұлттық заңнаманы басқа мемлекеттердің заңдарымен үйлестіру қажеттілігі туындады. Қазақстанның ДСҰ-ға кіруі мемлекеттен халықаралық сауда қағидаттары мен тұтынушылар құқықтарын қорғау нормаларына сай болуды талап етті. Осыған байланысты Қазақстанның ДСҰ-ға қосылуына байланысты белсенді дайындық жұмыстары жүргізілді [40].

Осы мақсатта Қазақстан халықаралық ұйымдармен ынтымақтастықты жандандырып, тұтынушылар құқықтарын қорғау саласында дамыған елдердің озық тәжірибелерін қабылдады. Мәселен, Заңға енгізілген түзетулерде, әсіресе

тауарлардың қауіпсіздігіне қатысты мәселелерде, Еуропалық Одақтың тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі директиваларының элементтері ескерілді.

Аталған шараларды Қазақстанның Дүниежүзілік сауда ұйымына (ДСҰ) мүше болуы және Еуразиялық экономикалық одаққа (ЕАЭО) [41] белсенді қатысуы нығайта түсті. Осындай ықпалдасу алаңдары арқылы Қазақстан басқа мүше мемлекеттермен диалог жүргізіп, тұтынушылар құқықтарын қорғау саласында білім және тәжірибе алмасып, заңдар мен нормативтік актілерді бүкіл өңір бойынша үйлестіруге күш салды.

Қазақстанның ДСҰ-ға кіруі осы кезеңде елдің ұлттық заңнамасының қалыптасуына айтарлықтай ықпал етті. Бұл процесс өнімнің қауіпсіздігі, сапаны бақылау және адал сауда тәжірибесіне қатысты халықаралық стандарттарды қабылдауды қамтыды. Соның нәтижесінде қазақстандық тұтынушылар ДСҰ-ға мүше басқа елдермен салыстырмалы деңгейде қорғалу мүмкіндігіне ие болды. Шетелдік тауарлар мен қызметтер үшін нарықтың ашылуы бәсекелестікті күшейтіп, бағаның төмендеуіне және өнім сапасының артуына ықпал етті, тұтынушылар үшін таңдау мүмкіндіктерінің ауқымын кеңейтті. ДСҰ-ға мүше болу тұтынушылар құқықтарын қорғау институттарының дамуына септігін тигізді, мұнда мемлекеттік органдар, қоғамдық ұйымдар және баламалы дауларды шешу тетіктері дами түсті.

Бұған қоса, ЕАЭО-ға мүше ел ретінде Қазақстан одаққа мүше мемлекеттер арасындағы тұтынушылар құқықтарын қорғау заңнамасын үйлестіруге бағытталған аймақтық шараларға қатысты. Бұл өз кезегінде трансшекаралық сауданың дамуына және одақ аясында тұтынушылар құқықтарын қорғауға оң әсерін тигізді.

Халықаралық стандарттарға заңнаманы сәйкестендіру жөніндегі күш-жігер Қазақстанның тұтынушылар құқықтарын қорғау стандарттарын айқындайтын түрлі халықаралық ұйымдар мен келісімдерге қатысуымен бекітілді. Мысалы, ел Біріккен Ұлттар Ұйымы және басқа да жаһандық ұйымдардың тұтынушылар құқықтары, өнім қауіпсіздігі мен адал іскерлік тәжірибе бойынша үздік тәжірибелерді насихаттайтын ұсынымдарын қабылдады. Осы халықаралық нормаларды заңнамалық базаға енгізу арқылы Қазақстан тұтынушылар құқықтарын қорғаудың ішкі тетіктерін ғана күшейтіп қоймай, жаһандық нарықта сенімді сауда әріптесі ретіндегі беделін де арттырды.

Қазақстанның заңнаманы халықаралық стандарттарға сай етуге ұмтылуы елдің жаһандану жағдайында тұтынушыларды қорғауға деген адалдығын және әлемдік экономикаға интеграциясының артып келе жатқанын айғақтайды. Бұл қадамдар елдің нарықтық экономиканың талаптары мен азаматтардың мүдделерін қатар ескеруге деген ұмтылысын растай отырып, Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғауды одан әрі дамыту үшін берік негіз қалады.

Жалпы алғанда, 2009-2015 жылдар аралығында тұтынушылар құқықтарын қорғау саласында бірқатар жетістіктерге қол жеткізілді. Заңнамалық тұрғыдан алғанда, тұтынушылар құқықтарын қорғау саласында мемлекет қолдана алатын реттеу құралдарының аясы кеңейді, реттеуші

органдар тарапынан қадағалау күшейтілді және халықаралық ынтымақтастық ауқымы кеңейді. Қазақстанның заңдарын халықаралық стандарттарға сәйкестендіруге деген ұмтылысы елді жаһандық қауымдастықта өз тұтынушыларын ғана емес, әлемдік нарықты да құрметтейтін, жауапты ойыншы ретінде танытты. Осы кезеңдегі тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының дамуы алдағы жылдардағы реформалар мен инновацияларға жол ашатын, Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғауды одан әрі жетілдіруге негіз қалаған маңызды оқиғалардан тұрады. Сонымен қатар «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға енгізілген түзетулер кезең-кезеңімен жалғастырылып, тұтынушылар құқықтарын нығайтып, қорғаудың жаңа және сенімді тетіктері мен құқық қолдану шараларын енгізді.

2016 жылдан бері тұтынушылар құқықтарын қорғау институты мен құқықтық механизмдерді дамыту ақпараттық немесе цифрлық технологиялардың дамуына байланысты жаңа сын-қатерлерге бейімделу қажеттілігімен астасып жатыр. 2020 жылға дейін Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесінің біршама шоғырлануы мен трансформациясы байқалды. Бұл өзгерістер жедел өзгеріп жатқан экономикалық орта мен цифрлық технологиялардың күшеюіне бейімделу қажеттігінен туындады. Осы жылдары мемлекет тұтынушылар құқықтарын қорғау органдарының жұмысын ретке келтіріп, оның тиімділігін арттыруға бағытталған бірқатар қайта ұйымдастыру шараларын жүргізді, сондай-ақ цифрлық экономика жағдайында тұтынушыларды қорғауға арналған жаңа нормативтік актілер қабылдады. Бұл өзгерістер тұтынушылар құқықтарын қорғаудың сенімділігі мен жеделдігін сақтауды көздейтін пайда болған проблемаларды шешуге әрі құқық қолдану тетіктерін жетілдіруге бағытталған тұрақты құқықтық реформалармен толықтырылып отырды.

Осы кезеңнің ең маңызды оқиғаларының бірі - 2017 жылы тұтынушылар құқықтарын қорғау органдарының тағы да қайта ұйымдастырылуы болды. Оның аясында Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Тұтынушылар құқықтарын қорғау комитеті таратылып, оның функциялары осы министрліктің Табиғи монополияларды реттеу, бәсекелестікті және тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитетіне берілді [42].

Бұдан соң 2019 жылы бұл комитет Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Табиғи монополияларды реттеу комитеті болып қайта ұйымдастырылды [43].

2019 жылдан бастап, ел көлемінде тұтынушылар құқықтарын қорғау шараларын реттейтін және үйлестіретін орталық орган ретінде Қазақстан Республикасы Сауда және интеграция министрлігі айқындалды, оған тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі функциялар мен өкілеттіліктер берілді [44]. Аталған министрліктің құрылымында Қазақстан Республикасы Үкіметінің қаулысымен Тұтынушылар құқықтарын қорғау комитеті құрылды [45].

Бұл қайта ұйымдастыру - тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында мемлекеттік саясатты дербес бағыт ретінде дамыту жөніндегі кең ауқымды үкіметтік бастаманың бір бөлігі. Сауда және интеграция министрлігі

тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі заңнаманың орындалуын қамтамасыз етіп қана қоймай, әділ сауда тәжірибесін дамыту, нарықтың ашықтығын арттыру және тұтынушылар құқықтарын экономиканың барлық салаларында қамтамасыз етуге бағытталған саясатты әзірлеу жөнінде де кең ауқымды өкілеттіктерге ие болды. Осылайша, функцияларды орталықтандыру ведомстволардың қайталанатын жұмыстарын жоюға, бюрократиялық тиімсіздікті азайтуға және тұтынушылар құқықтарын қорғауға бірізді әрі үйлесімді көзқарас қалыптастыруға ықпал етеді.

Тұтынушылар құқықтарын қорғау органдарының қайта ұйымдастырылуымен қатар, Қазақстан цифрлық экономикадағы тұтынушылар құқықтарын қорғауға да ерекше назар аударды. Бұл цифрландырудың тұтынушылардың мінез-құлқы мен нарықтық ахуалға терең ықпал ететінін мойындаудың нәтижесі еді. Тұтынушылардың онлайн-транзакцияларды жиі жасай бастауы себепті, 2016 жылы, 2018-2024 жылдары «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңға бірқатар өзгерістер енгізілді. Олар цифрлық нарық жағдайында туындайтын өзіндік мәселелерді шешуге бағытталған болатын. Аталған ережелер онлайн-сатып алу кезінде тұтынушыларға дәл әрі ашық ақпарат ұсынуды, олардың жеке деректерін қорғауды және алаяқтық не даулар туындаған жағдайда тиімді құқықтық құралдармен қамтамасыз етуді көздеді, яғни қорғаныстың шаралары мен тетіктерін кеңейтуді мақсат етті. Мысалы, электрондық коммерция платформалары тауарлар, бағалар, қайтару шарттары туралы ақпаратты анық көрсетіп, тұтынушылардың құпиялылығын сақтауды қамтамасыз ету үшін деректерді қорғаудың сенімді шараларын қолдануға міндеттелді. Сондай-ақ жаңалықтар мемлекеттік әлеуметтік тапсырыстың аясында тұтынушылар құқықтары мәселелері бойынша зерттеулер жүргізу, ақпараттық-ағартушылық жұмыс жүргізу және халыққа консультациялық көмек көрсету ісіне байланысты жұмыс процесінің дайындалуын, мониторингін және нәтижелерін бағалауды да қамтыды (2022 ж.). Бұдан бөлек, мемлекет онлайн-транзакциялар бойынша шағымдарды қараудың жаңа тәртіптерін бекітіп, цифрлық ортада туындайтын мәселелерді жедел шешетін мамандандырылған дауларды шешу тетіктерін іске қосты.

Осы кезеңнің маңызды оқиғаларының бірі - 2020 жылы «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелері бойынша Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Заңның қабылдануы болды [46]. Бұл заң цифрлық ортадағы тұтынушылар құқықтарын қорғауды күшейтіп, ИС «e-tutynushy» дауларды онлайн реттеу платформасы сияқты жаңа механизмдерді енгізу арқылы тұтынушыларды қорғау жүйесіне елеулі өзгерістер әкелді. Тұтынушылардан өтініштерді «бірыңғай терезе» қағидаты бойынша қабылдау және қарау үдерісін автоматтандыруға арналған Бірыңғай ақпараттық жүйе 2021 жылғы 1 қаңтардан бастап іске қосылды.

Заң тұтынушылар шағымдарын қарау тәртібін реттеді және тұтынушылық дауларды сотқа дейін реттеу субъектілерінің тізбесін анықтады: медиациялық институттар; арбитраждық институттар - біржолғы арбитраждар, тұрақты жұмыс істейтін арбитраждар; тұтынушылар қоғамдық бірлестіктері;

өзін-өзі реттейтін ұйымдар - ассоциация (одақ), қоғамдық бірлестік немесе өзге де ұйымдық-құқықтық формадағы коммерциялық емес ұйымдар, олар жеке кәсіпкерлік субъектілерінің қатысуы негізінде құрылады.

Цифрлық ортадағы тұтынушылар құқықтарына басымдық берілуі қоғамды ақпараттандыру және ағартушылық бастамаларымен, яғни цифрлық экономикада тұтынушылардың құқықтары мен міндеттері туралы хабардар етуді көздейтін шаралармен нығайтылды. Бұл шаралар тұтынушылардың онлайн-нарықты жақсы меңгеріп, цифрлық технологиялар ұсынатын мүмкіндіктерді пайдалану кезінде тәуекелдерді барынша азайтуына көмектесуде маңызды рөл атқарды. Бұған қоса, мемлекет жаңа ережелерді орындауды қамтамасыз ету және цифрлық сауданың озық тәжірибелерін енгізу мақсатында салалық мүдделі тараптармен тығыз ынтымақтастықта жұмыс істеді, сөйтіп тұтынушылар үшін қауіпсіз әрі сенімді онлайн-орта қалыптастыруға ықпал етті.

Осы кезеңде жүргізілген құқықтық реформалар Қазақстанның тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесін өзгермелі экономикалық және технологиялық ахуалға бейімдеу үшін қажет болды. Бұл реформалар цифрлық платформалардың дамуы, трансшекаралық келісімдер және тұтынушылық тауарлар мен қызметтердің күрделеніп бара жатқаны сияқты жаңа мәселелерге жауап беруді көздеді. Мысалы, «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңға цифрлық алаяқтық, интернеттегі жаңылыстыратын жарнама және тұтынушылар деректерін заңсыз пайдалану сынды проблемаларды қамтуға бағытталған жаңа нормалар енгізілді. Түзетулер бұзушылықтарға жауапкершілікті қатаңдатып, тұтынушылар құқықтарын сақтамаған кәсіпорындарға айыппұл мен санкция салу өкілеттіктерін реттеуші органдарға кеңінен берді.

Аталған құқықтық реформаларға қоса, Қазақстан халықаралық серіктестермен және ұйымдармен ынтымақтастықты да кеңейтуді жалғастырып, тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнамасын әлемдік озық тәжірибелерге сәйкестендіруге тырысты. Ел халықаралық және өңірлік форумдарға белсене қатысып, басқа мемлекеттердің тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесін зерттеді. Мұндай тұрақты ынтымақтастық Қазақстанның нормативтік-құқықтық базасының бәсекеге қабілеттілігін және халықаралық стандарттарға сай болуын қамтамасыз етті, әсіресе ел жаһандық қоғамдастықпен экономикалық байланыстарын кеңейтіп келе жатқан тұста бұл аса маңызды.

Жалпы алғанда, 2016 жылдан бастап Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғау институты консолидацияға және цифрлық өзгерістерге ұшырады деуге болады. Тұтынушылар құқықтарын қорғау органдарының қайта ұйымдастырылуы, соның ішінде Сауда және интеграция министрлігіне орталық рөл берілуі, реттеушілік функцияларды ретке келтіруге және тұтынушылар құқықтарын қорғау бойынша күш-жігерді үйлестіруге септігін тигізді. Сонымен қатар цифрлық экономикаға байланысты тұтынушылар құқықтарын қорғауға ерекше көңіл бөлініп, онлайн-нарықта қорғауды қамтамасыз ету шаралары күшейтілді. Құқықтық реформалардың жалғасуы және халықаралық

ынтымақтастық Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғауды одан әрі нығайтып, елді жаңа сын-қатерлер мен мүмкіндіктерге дайын етуге бағытталған.

Бүгінде Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесі әлі де дамып келеді, әсіресе цифрландыру қарқынының жоғарылауы және жаһандану үрдістерінің жалғасуы жаңа мәселелер туындатып отыр. Қабылданған шаралар мемлекет тарапынан тұтынушылар мүдделерін қанағаттандыруға тырысуымен бірге, болашақтағы бағыттарды, оның ішінде нормативтік-құқықтық базаны одан әрі жетілдіру мен алда туындайтын талаптарға алдын ала дайын болуды көрсетеді.

Цифрландыру мен жаһанданудың Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғауға әсері зор болғандықтан, мемлекет соңғы жылдары дербес деректерді қорғау (2013 ж.), ақпараттандыру (2015 ж.), онлайн-платформалар мен онлайн-жарнаманы реттеу (2023 ж.) сияқты бірқатар жаңа құқықтық актілер қабылдап, цифрлық әлем жағдайында тұтынушылар құқықтарын қорғаудың заңнамалық негізін қалады. Электрондық сауда ішкі және халықаралық деңгейде қарқынды дамып келе жатқандықтан, онлайн-операциялар кезінде сенімді қорғаныс құралдарының болуы ерекше маңызды.

Осы кезеңде «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға енгізілген бірқатар елеулі өзгерістерді атап өтуге болады. 2022 жылы заңға тұтынушылардың шағымдарын сатушылар (өндірушілер, орындаушылар) «Тұтынушылар құқықтарын қорғаудың бірыңғай ақпараттық жүйесі» арқылы ерікті түрде тіркеле отырып қарау тәртібіне қатысты жаңа ереже енгізілді (30 желтоқсан 2022 жылғы № 177-VII Заң, 6-3-баптың 3-тармағы). 2023 жылы Қазақстан Республикасы Үкіметі мен тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы уәкілетті органның құзыреті (19 сәуір 2023 жылғы № 223-VII Заң, 4 және 5-баптар), сондай-ақ мемлекеттік әлеуметтік тапсырыс шеңберінде консультациялық көмек пен өкілдік қызметтерін көрсететін тұлғалар тізбесі (20 сәуір 2023 жылғы № 226-VII Заң, 42-3-баптың 8-тармағы 1) және 2) тармақшалары) нақтылауға қатысты толықтырулар енгізілді. 2024 жылы 6 сәуірдегі № 71-VIII Заңмен 38-баптың 3-тармағы мен 25-баптың 6-тармағына бір өзгеріс енгізілді. Енді міндетті түрде сәйкестігі расталуға тиіс тауарға (импорттық тауарды қоса алғанда) тұтынушының талабы бойынша оған сәйкестік бағалау құжаты не оның тиісті түрде расталған көшірмесі немесе техникалық реттеу тізілімі мен Еуразиялық экономикалық одақтың берілген немесе қабылданған сәйкестікті бағалау құжаттарының бірыңғай тізілімдеріндегі мұндай құжаттың бар екені туралы мәліметтер ұсынылуға тиіс екені нақтылап көрсетілді. Бұған дейін тек құжаттың өзі не оның нотариалды куәландырылған көшірмесі ғана талап етілген болатын. Сонымен қатар 38-бапта орындаушының тұтынушы материалы жоғалған жағдайда (бүлінген жағдайда) жауапкершілігі кеңейтілді.

Зерттеуімізді қорытындылай келе, Қазақстан Республикасындағы тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының дамуы мен қалыптасуының үш негізгі кезеңін бөліп қарастыруға болады:

1. Негіздердің қалыптасуы (1991-1998 жж.).

Осы кезеңде бірнеше басты оқиғаларды атап өтуге болады. Қазақстанның тәуелсіздігін алып, нарықтық экономикаға көшуі және тұтынушылар құқықтарын қорғауға қатысты алғашқы нормативтік құқықтық актілердің, соның ішінде 1991 жылғы «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның қабылдануы - сол маңызды оқиғалардың қатарында. Алғашқы заңнамалық актілер тұтынушылардың тауарлардың қауіпсіздігіне, ақпарат алуға, таңдау еркіндігіне және т.б. құқықтарын бекітіп, тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі алғашқы мемлекеттік органдардың құрылуына ықпал етті.

Сонымен қатар, бұл кезеңде заңнама әлі де жеткіліксіз дамыған еді. Сондықтан тұтынушылар құқықтарын қорғаудың институционалдық құрылымы әлсіз болды, халықтың құқықтық сауаттылығы да төмен деңгейде болды.

Көрсетілген мәселелерді шешу заңнаманы біртіндеп жетілдіру және жаңа мемлекеттік органдар құру арқылы жүзеге асты.

Осы кезеңнің басты нәтижелері ретінде тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесінің іргетасы қаланғанын және тұтынушылар құқықтарын қорғаудың маңыздылығын қоғамдық санамен мойындалғанын атап өткен жөн.

2. Тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының дамуы мен жетілдірілуі (1999-2015 жж.).

Бұл кезеңдегі басты оқиғаларға 1998 жылы «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» жаңа Заңның қабылдануы, Тұтынушылар құқықтарын қорғау комитетінің құрылуы, қоғамдық бақылау жүйесінің дамуы, сондай-ақ құқықтық актілердің рөлі мен мәні, тұтынушылар құқықтарын нақтылау және кеңейту, жаңа қорғау механизмдерінің енгізілуі (мысалы, топтық талап-арыздар), мемлекеттік органдар мен қоғамдық ұйымдардың рөлін күшейту жатады.

Дегенмен бұл кезеңде қолданылып жүрген құқықты қолдану тәжірибесінің тиімділігінің жеткіліксіздігі, түрлі халық топтарының қорғау механизмдеріне теңдей қол жеткізе алмауы, электрондық коммерция саласындағы проблемалар сияқты бірқатар мәселелер туындады. Аталған мәселелерді шешу заңнаманы жетілдіру, бақылауды күшейту және азаматтық қоғам институттарын дамыту арқылы іске асты.

Осындай тәсілдерге қатысты Қарагусов Ф.С., Бондарев А.Б. және Пак Е. еңбектерінде тұтынушыларды ұжымдық (топтық) талап-арыздар арқылы қорғау тетіктерін жақсарту жолдары, сондай-ақ біріңғай тұтынушылар құқығын қорғайтын ұйым құрудың құрылымдық және қаржылық аспектілері жан-жақты зерделенеді [13]. Авторлар топтық талап-арыз тетігі жаппай бұзушылық болған жағдайда мүліктік зиянды өтету ісінде тиімді құрал болатынын және Қазақстанның тұтынушылық заңнамасын заманауи халықаралық тәжірибеге жақындататынын атап көрсетеді. Сонымен бірге, біріңғай тұтынушылар құқығын қорғайтын ұйым аясында басқа да тұтынушылық ұйымдардың жұмысын үйлестіру және оларды мемлекеттік органдармен әрекеттестікке тарту мүмкіндігі анықталады.

Осы кезеңнің негізгі нәтижесі - тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесінің айтарлықтай дамуы және халықтың құқықтық сауаттылығының артуы.

3. Жаңа сын-қатерлерге бейімделу кезеңі (2016 жылдан қазіргі уақытқа дейін).

Бұл кезеңдегі басты оқиға - 2020 жылы «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Заңның (2020 жылғы 28 желтоқсандағы № 434-VI Қазақстан Республикасының Заңы) қабылдануы. Кезең цифрлық технологиялар мен электрондық коммерцияның жедел дамуымен, тұтынушыларға төнетін жаңа қауіптердің (мысалы, кибералаяқтық) пайда болуымен және заңнаманың жаңа шынайылыққа бейімделуімен сипатталады.

Осы кезеңдегі заңнама цифрлық ортадағы тұтынушылар құқықтарын қорғауды күшейтуде елеулі рөл атқарып келеді. Ол жаңа қорғау механизмдерін (мысалы, онлайн-дауларды шешу платформалары) енгізді, үш сатылы қорғау жүйесі арқылы құқықтарды қорғау тәртібі мен алгоритмін жеңілдетті. 2020 жылдан бергі уақыт тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесінің цифрландыру мен жаһандану талаптарына бейімделуіне, сондай-ақ тұрақты дамуға жәрдемдесуге бағытталған өзгерістермен ерекшеленеді. Заңнамадағы және құқық қолдану механизмдеріндегі жаңартулардың, халықаралық ынтымақтастықтың ұштасуы жағдайында Қазақстан тез өзгеріп отырған ортада тұтынушыларды қорғау қабілетін күшейтті. Бұл күш-жігер тек тұтынушылар құқықтарын қорғауға ғана емес, келешекте неғұрлым тұрақты және әділ нарықты қалыптастыруға деген ұмтылысты байқатады.

Дегенмен осы кезеңдегі басты мәселе - технологиялардың жедел дамуы жағдайында заңнаманы ұдайы жетілдіру және тұтынушылардың жеке деректерін тиімді қорғауды қамтамасыз ету қажеттілігі, сонымен қатар цифрлық сауаттылықты арттыру қажеттілігі. Бұл мәселелерді шешу үшін тұтынушылар құқықтарын қорғау институтын заңнамалық тұрғыдан жетілдіру, халықтың цифрлық дағдыларын дамыту және мемлекет пен қоғам тарапынан бақылауды күшейту сияқты кешенді тәсіл қажет екені сөзсіз.

Жалпы алғанда, бүгінгі таңда Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау институты қалыптасып, нарықтың түрлі салаларындағы тұтынушылар құқықтарын қорғаудың базалық деңгейін қамтамасыз етеді. Алайда технологиялардың дамуымен және жаңа сын-қатерлердің пайда болуымен бұл институтты одан әрі жетілдіру, толықтыру қажет болуы мүмкін. Сондықтан қазіргі кезде тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының қазіргі даму кезеңін қорытындылап, толық қорытындылар шығару әлі ертерек деп есептейміз.

Бүгінгі таңда заңнаманы одан әрі жетілдіру, құқық қолдану тәжірибесінің тиімділігін арттыру және цифрлық дәуір жағдайында тұтынушылар құқықтарын қорғауды қамтамасыз ету міндеттері өзекті болып отыр.

Айта кету керек, аталған міндеттер шешілуде, себебі тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесінің цифрлық дәуір сын-қатерлеріне бейімделуі үшін

жүргізіліп жатқан тұрақты жетілдіру шараларын байқауға болады. Қол жеткен жетістіктерге қарамастан, Қазақстанда қарқынды дамып келе жатқан тұтынушылық нарық пен цифрлық технологияларды белсенді енгізу жағдайында тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнаманы өзектендіру қажеттілігі бірінші кезекке шығады. Осыған орай, 2023 жылы Қазақстан Республикасының Президенті 2022 жылғы 1 қыркүйектегі Жолдауында берген тапсырманы орындау және «Аманат» партиясының 2023-2027 жылдарға арналған сайлауалды бағдарламасын іске асыруға бағытталған Жол картасын жүзеге асыру мақсатында жаңа «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң жобасы әзірленді. Ол бірқатар озық нормаларды қамтыса да, қабылданбай қалды. Алайда оның негізгі идеялары қазіргі «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға енгізілген жекелеген жоғарыда талданған түзетулер арқылы іске асырылды.

Бүгінде Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғаудың сенімді жүйесін қалыптастыру жолында ауқымды өзгерістер орын алды, олар елдің қазіргі құқықтық ландшафтын айқындады. Кеңестік кезеңнен бастап, тұтынушылар құқықтары мемлекет бақылауындағы стандарттар арқылы, тұтынушылар үшін шектеулі құқықтармен қорғалған заманнан, мемлекет экономиканы ырықтандыру, институттық құрылым жасау және құқықтық реформалар кезеңдерінен өтті. Цифрлық экономика жағдайында және қоғамдық ұйымдардың белсенді қатысуымен қазіргі Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғаудың сенімді жүйесін құру ісі жалғасуда.

Бұл тарихи контекст диссертацияның келесі бөлімінің арқауын құрайды, онда бүгінгі таңда Қазақстанда қолданыстағы тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы заңнама жүйесі қаралатын болады. Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының эволюциясын түсіну алда жүргізілетін талдауға негіз бола отырып, қазіргі құқықтық актілердің тұтынушылар құқықтарын қорғаудағы рөлін және маңызын бағалауға, сондай-ақ келесі тарауларда тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі құқықтық механизмдерді талдауға, одан әрі жетілдіру және әлемдік үздік тәжірибелерге сәйкес келтіру бағыттарын айқындауға мүмкіндік береді.

1.2 Қазақстан Республикасының тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы заманауи заңнама жүйесі

Қазақстан Республикасында тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы заңнама жүйесін зерттеу теориялық және тәжірибелік тұрғыдан жоғары өзектілікке ие. Бұл бізге қолданыстағы тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнаманы жүйелеп, талдауға, заңнаманың проблемалық қырлары мен қайшылықтарын анықтауға, сондай-ақ заңнаманы және тұтынушылар құқықтарын қорғау механизмдерін жетілдіруге арналған ұсыныстар әзірлеуге мүмкіндік береді.

Қазақстан Республикасындағы тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнама - азаматтардың тауарларды, жұмыстар мен қызметтерді сатып алу

кезінде тұтынушының құқықтары мен заңды мүдделерін қамтамасыз етуге және қорғауға, сондай-ақ тұтынушылар құқықтары мен мүдделерін қорғау механизмдеріне бағытталған нормативтік құқықтық актілер кешені. Аталған заңнама жүйесі халықаралық стандарттар мен басқа елдердің тәжірибесін, сондай-ақ ұлттық экономиканың және құқықтық жүйенің ерекшеліктерін ескере отырып қалыптасып, дамып келеді.

Тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнаманың негізгі белгілеріне оның кешенді сипатын, әлеуметтік бағыттылығын, тұтынушылар құқықтарының басымдығы қағидатын, қорғау механизмдерінің алуан түрлілігін жатқызуға болады. Тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнамаға «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» арнайы заңнан басқа, Азаматтық кодекс, Кәсіпкерлік кодекс [47], Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодекс [48] және басқа да бірқатар нормативтік құқықтық актілер кіреді.

Осы заңнамалық жүйенің негізінде Қазақстан Республикасының Конституциясы [49] жатыр. Онда азаматтардың негізгі құқықтары мен бостандықтары, соның ішінде қауіпсіздікке, ақпаратқа, таңдауға және сот арқылы қорғауға құқығы бекітілген.

Елдің Негізгі Заңы ретінде Қазақстан Республикасының Конституциясы құқықтық жүйенің іргелі қағидаттарын белгілеп, азаматтардың, оның ішінде тұтынушылардың құқықтары мен бостандықтарын қорғауды қамтамасыз етеді. Конституцияда тұтынушылар құқықтарын қорғау тікелей аталып өтпесе де, онда осы саладағы заңнаманы әзірлеуге және іске асыруға негіз болатын бірқатар нормалар бар. Аталған нормалар тұтынушылар құқықтарын қорғауды реттейтін барлық кейінгі заңдар мен нормативтік құқықтық актілерді әзірлеуге тірек болатын құқықтық базаны қалыптастырады.

Конституциялық нормалар және олардың тұтынушылар құқықтарын қорғауға ықпалы . Мысалы, ҚР Конституциясының 12-бабы адам және азамат құқықтары мен бостандықтарын тану және қорғаудың негізгі қағидатын бекітеді. Тұтынушылар құқықтарын қорғау контексінде бұл бап маңызды рөл атқарады, өйткені тұтынушылық қатынастарды реттейтін кез келген заңнамалық акт осы конституциялық қағидатқа сәйкес болуы керек. Тұтынушылардың тауарлар мен қызметтердің қауіпсіздігіне, сапасына, шынайы ақпарат алуына, сондай-ақ сапасыз тауарлар мен қызметтерден келтірілген залалды өтеуге құқығы азаматтардың мүдделерін қорғауға бағытталған кең конституциялық құқықтардың көрінісі болып табылады. Осылайша, аталған баптың нормасы тұтынушылар құқықтарын конституциялық деңгейде қорғауды қамтамасыз ете отырып, тұтынушылық қатынастарды реттейтін кез келген нормативтік актінің осы құқықтарды қорғауға ықпал етуін міндеттейді.

Сондай-ақ ҚР Конституциясы әрбір азаматтың өз құқықтары мен бостандықтарын сот арқылы қорғау құқығын және олардың құқықтарын заңға қайшы келмейтін кез келген тәсілмен қорғау құқығын (13-бап) кепілдендіреді. Бұл тұтынушылар құқықтарын қорғау үшін аса маңызды, өйткені тұтынушылар құқықтары бұзылған жағдайда сотқа жүгінуге құқылы. Сот арқылы қорғау тұтынушылық қатынастарда тауар мен қызмет сапасына, шарт талаптарының бұзылуына, моральдық немесе материалдық залалды өтеуге қатысты

туындайтын кең ауқымды мәселелерді қамтиды. Сондай-ақ бұл конституциялық норма тұтынушыларға құқықтарын бұзған мемлекеттік органдар мен заңды тұлғалардың әрекетіне немесе әрекетсіздігіне шағымдануға мүмкіндік береді. Осылайша, аталған конституциялық норма тұтынушылардың сот арқылы құқықтарын қорғау механизмін іске асырудың негізін қалап, азаматтардың әділ сот төрелігіне және шағымдарын уақтылы қарауға қол жеткізуін кепілдендіреді.

Қазақстан Республикасы Конституциясы меншік құқығын қорғауға кепілдік береді, соның ішінде мүлікті заңсыз айырудан қорғау (26-бап). Тұтынушылар құқықтарын қорғау контексінде бұл бап ерекше маңызды, өйткені ол сатып алынған тауарлар мен қызметтерге қатысты меншік құқығы мәселелеріне байланысты. Мысалы, егер тұтынушы сатып алған тауарының сипаттамаларына сай келмейтінін не зиян келтіретінін анықтаса, бұл бап оның тауарды қайтару немесе құнын өтеу құқығын қорғау үшін негіз бола алады. Сонымен қатар, егер тұтынушының мүлкі (мысалы, тауар үшін төлеген ақшасы) заңсыз не негізсіз шарт бойынша алынған болса, бұл бап тұтынушыға әділ өтемақы талап ету құқығын береді. Осылайша, 26-бап тұтынушылық қатынастарға байланысты бұзылған мүліктік құқықтарды қорғауға кепілдік береді.

Тұтынушылар құқықтарын қорғау тұрғысынан ҚР Конституциясының 14-бабы да маңызды. Ол заң мен сот алдында барша азаматтың теңдігі қағидатын белгілейді. Бұл әрбір тұтынушының, әлеуметтік жағдайына, нәсіліне, жынысына, тіліне, дініне және басқа да белгілеріне қарамастан, өз мүддесін қорғауға тең құқығы бар деген сөз. Мұндай қағидат құқықтық қорғауға кемсітусіз қол жеткізуді қамтамасыз етеді, әсіресе тауар мен қызмет жеткізушілердің әділетсіз әрекетіне ұшырауы мүмкін әлжуаз топтар үшін өте маңызды.

Конституцияның 15-бабында әркімнің өмір сүру және денсаулығын қорғау құқығы бекітілген, бұл тұтынушылар құқықтарын қорғау саласында тікелей орын алады, өйткені тауарлар мен қызметтердің қауіпсіздігін қамтамасыз етуге бағытталған заңнама осы құқыққа негізделеді. Тұтынушылар өміріне және денсаулығына қатер төндіруі мүмкін тауарлар мен қызметтерден қорғалуы тиіс. Санитарлық және техникалық стандарттарды реттейтін, өнім мен қызмет сапасын бақылауды қамтамасыз ететін заңнамалық актілер осы конституциялық құқықтың орындалуына тікелей қатысты.

Тұтынушылар құқықтарын қорғау контексінде ҚР Конституциясының 18-бабы да маңызды рөл атқарады, ол жеке өмірге қолсұқпаушылық, жеке және отбасылық құпияны, ар-намыс пен абыройды қорғау құқығын бекітеді. Цифрлық экономика жағдайында жеке және мүліктік емес игіліктерді және құқықтарды қорғау ерекше өзектілікке ие болды, өйткені жеке деректерді жинау мен өңдеу - қалыпты құбылысқа айналған тәжірибе. Электрондық сауда саласындағы тұтынушылар дербес деректерін қорғау туралы заңнама осы конституциялық ережелерге негізделіп, тұтынушылар компанияларға беретін ақпараттың құпиялылығын қамтамасыз етеді.

Конституцияның 31-бабы мемлекетке қоршаған ортаны және азаматтардың денсаулығын зиянды әсерлерден қорғау міндетін жүктейді. Тұтынушылар құқықтарын қорғау тұрғысынан алғанда, бұл баптың маңызы зор, өйткені экологиялық қауіпсіз тауарлар мен қызметтерді алуға тұтынушының құқығын іске асыруға қатысты. Экологиялық таза тауарлар өндіру мен өткізу, қалдықтарды кәдеге жарату және экологиялық нормаларды сақтау мәселелерін реттейтін заңдар осы конституциялық нормадан бастау алады.

Конституцияның 32-бабы азаматтардың мемлекеттік істерді басқаруға қатысу және бірігу құқығын кепілдейді. Тұтынушылар құқықтарын қорғау тұрғысынан, бұл бап тұтынушылардың мүдделерін қорғау үшін қоғамдық ұйымдар, ассоциациялар және одақтар құруына негіз болып табылады. Мұндай ұйымдар тұтынушылар құқықтарын ұжымдық түрде қорғауды, заңнамалық шешімдер қабылдауға ықпал етуді және бизнес қызметін бақылауды қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады.

Сонымен қатар, Конституцияның 34-бабы азаматтарға мемлекет пен қоғам алдындағы міндеттерін ескертеді, атап айтқанда заңдарды сақтау және басқа адамдардың құқықтарына құрметпен қарау міндеті жүктелген. Тұтынушылар құқықтарын қорғау тұрғысынан, бұл бап адал мінез-құлықтың қажеттігін тұтынушылар тарапынан ғана емес, өндірушілер мен қызмет жеткізушілер тарапынан да талап етеді. Тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнама бұл бапты нақтылай отырып, тұтынушыларға шарт талаптарын орындау, тауарларды және қызметтерді мақсатты пайдалану міндеттерін белгілейді.

ҚР Конституциясының 39-бабында қоғамдық игіліктен келетін қауіптен сақтау мақсатында қызметті шектеу мәселесі қарастырылады, мысалы, қауіпті тауарлар немесе қызметтер тараған жағдайда. Бұл бап азаматтардың құқықтары мен бостандықтарын басқа тұлғалардың құқықтары мен бостандықтарын, қоғамдық тәртіпті, денсаулық пен адамгершілікті қорғау мүддесінде шектеуге болатын жағдайларды айқындайды. Тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнама азаматтардың қауіпсіздігі мен денсаулығын қамтамасыз ету үшін осындай шектеулер енгізуі мүмкін.

Осылайша, Қазақстан Республикасының Конституциясы тұтынушылар құқықтарын тікелей атамаса да, азаматтардың мүдделерін қорғауды қамтамасыз ететін іргелі қағидаттарды белгілейді. Атап айтқанда, тұтынушылар құқықтарын қорғау контексінде біз келесі баптарды ерекше атаймыз: 12-бап, онда заңмен қорғалатын жалпы құқықтар мен бостандықтар бекітілген (оған тұтынушылар құқықтары да кіреді), 13-бап, ол сот арқылы қорғау құқығын қамтамасыз етеді (тұтынушылар құқықтарын қалпына келтірудің негізгі механизмі болып табылады), 26-бап, ол мүліктік құқықтарды қорғайды, бұл тұтынушылық қатынастарда өте маңызды. Бұл конституциялық ережелер Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы барлық кейінгі заңнаманың негізін қалап, азаматтардың осы саладағы құқықтарының тиімді қорғалуын кепілдендіреді.

Конституциялық нормалар тұтынушылар құқықтарын қорғауды реттейтін заңдарды сот органдарының түсіндіруі үшін де маңызды басшылық болып табылады. Даулар туындаған жағдайда соттар көп жағдайда тұтынушылар құқықтарын қорғауды қамтамасыз ету үшін конституциялық қағидаттарға сүйенеді. Мысалы, тұтынушыларды жаңылыстыратын немесе әділетсіз іскерлік тәжірибеге қатысты істерді қарау барысында соттар заң алдындағы теңдік құқығына (14-бап) немесе ақпарат алу құқығына (18-бап) сілтеме жасап, тұтынушыларды қорғауға бағытталған шешімдер қабылдауы мүмкін. Бұл қағидаттар сот тәжірибесінде біркелкі ұстаным қалыптастыруда және тұтынушылар құқықтарын қорғауға қатысты дауларды әділ шешуде негізгі рөл атқарады.

Осылайша, Қазақстан Республикасының Конституциясы тұтынушылар құқықтарын қорғаудың құқықтық негізі болып табылады, өйткені онда осы саладағы заңнаманың қалыптасу бағыттарын айқындайтын негізгі қағидаттар бекітілген. Заң алдындағы теңдік, сот арқылы қорғау құқығы, меншік құқығы мен жеке өмірге қолсұқпаушылық сияқты конституциялық нормалар тұтынушылар құқықтарын қорғауға арналған нақты нормативтік актілердің дамуына негіз болады.

Алайда тұтынушылар мүдделерін қорғауға байланысты нақты жағдайларда аталған қағидаттардың жүзеге асуы үшін осы конституциялық ережелерді нақтылайтын және егжей-тегжейлі айқындайтын нормативтік құқықтық актілер жүйесі әзірленді.

Тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы негізгі заңнамалық актілердің де мыңыздылығы зор. Аталған нормативтік құқықтық актілер жүйесінде ең алдымен Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексінің [50] және «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның (2-бап) нормалары тұтынушылық қатынастарды реттеу контекстінде басты орынға ие [51].

«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң - тұтынушылар мен кәсіпкерлер арасындағы қатынастарды реттейтін негізгі заң, тұтынушылар құқықтары бұзылған жағдайда оларды қорғау механизмдерін және бұзу жауапкершілігін белгілейді. Заң нарық қатысушыларының мүдделер теңгерімін қамтамасыз ете отырып, тұтынушыларға қауіпсіздік, ақпарат алу, сапалы тауарлар мен қызметтерге қол жеткізу және өз құқықтарын тиімді қорғау құқығын береді. Сондай-ақ, онда тұтынушылар мен кәсіпкерлердің құқықтары мен міндеттері айқындалған.

Заңда тұтынушылардың негізгі құқықтары бекітілген, олардың ішінде қауіпсіздікке, ақпаратқа, таңдауға, залалды өтеуге, сот арқылы қорғауға және басқа да тұтынушылық қатынастарға қатысты мәселелер бар. Заң өндірушілердің, орындаушылар мен сатушылардың тұтынушыларға сапалы тауарлар мен қызметтер ұсыну және олардың құқықтарын сақтау жөніндегі міндеттерін белгілейді. Сондай-ақ, тұтынушылар құқықтары бұзылған жағдайда жауапкершілік және оларды қорғау механизмдері, соның ішінде сотқа және басқа органдарға жүгіну мүмкіндігі айқындалады. Мысалы, Заңның 11-бабына сәйкес, тұтынушыларға ұсынылатын барлық тауарлар, жұмыстар мен

қызметтер белгіленген қауіпсіздік стандарттарына сәйкес келуі және азаматтардың өмірі мен денсаулығына қатер төндірмеуі тиіс. Өндірушілер мен жеткізушілер өз өнімдері мен қызметтерінің қауіпсіздігіне жауапты әрі сапаны бақылаудың тиісті шараларын қамтамасыз етуге міндетті.

Осылайша, Заң тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы кең ауқымды мәселелерді қамтиды. Ол тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы негізгі арнайы нормативтік құқықтық акт ретінде кәсіпкерлердің міндеттерін, атап айтқанда, тауарлар мен қызметтердің қауіпсіздігін қамтамасыз етуден бастап, тұтынушыларға толық әрі шынайы ақпарат беру, залалды өтеу және дауларды шешу тәртібін реттеу мәселелерін анықтайды.

Қазақстан Республикасының тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнама жүйесінде бұл заң осы саладағы құқықтық реттеудің басты қайнар көзі болып табылады. Онда тұтынушылар құқықтарын қорғаудың негізгі қағидаттары мен нормалары белгіленген, олар басқа реттеуші актілермен (тұтынушылық қатынастардың жекелеген түрлерін реттейтін актілермен) нақтыланады. «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң азаматтық, әкімшілік және басқа салалық заңнамамен тығыз байланыста әрекет етіп, тұтынушылар құқықтарын қорғаудың көпқырлы жүйесін құрады.

«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның Қазақстан Республикасы заңнама жүйесіндегі рөлі - тұтынушылар құқықтары мен мүдделерін қорғаудың құқықтық негізін қамтамасыз ету, нарықта әділ әрі тепе-тең қатынастарды орнатуға жағдай жасау, сапалы тауарлар мен қызметтер өндірісі мен өткізуді ынталандыру, сондай-ақ тұтынушылардың құқықтық мәдениеті мен ақпараттану деңгейін арттыру. Заң өркениетті нарық қалыптастыруға ықпал етеді, мұнда тұтынушылар сатып алу кезінде өз құқықтарын жүзеге асырып, олар бұзылған жағдайда мүдделерін қорғау мүмкіндігіне ие.

Аталған заңда (негізінен 3-тарауында) бекітілген тұтынушылар құқықтары Қазақстан Республикасында тұтынушының құқықтық мәртебесінің негізін құрайды және оны түрлі тұтынушылық қатынастарда қорғауды қамтамасыз етеді. Тұтынушының құқықтық мәртебесі келесі бөлімде толығырақ талданады.

«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның аталған тарауы тұтынушылар мүдделерін кешенді түрде қорғауды қамтамасыз етіп, олардың құқықтарын қорғау үшін нақты ережелер мен механизмдер белгілейді. Заң ел Конституциясында бекітілген қағидаттарды іске асырудың негізгі құралы бола отырып, тұтынушыларға тауарлар мен қызметтерді сатып алу кезінде өз мүдделерін қорғауға қажетті мүмкіндіктер ұсынады.

Алайда тұтынушылық қатынастарды толық реттеу үшін тек арнайы заңдармен шектеліп қалмай, Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексінде бекітілген жалпы нормаларды да назарға алу қажет.

Азаматтық кодекстің рөлі ерекше маңызды. Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі (АК) - азаматтық-құқықтық қатынастарды реттейтін басты құжат, тұтынушыларды құқықтық қорғауда маңызды рөл атқарады. Бұл кодекс тұтынушылар құқықтарын қорғауға қажетті негіздерді белгілеп, азаматтық

айналымға қатысушылар мүдделерінің теңгерімін қамтамасыз ететін негізгі қағидаттар мен механизмдерді айқындайды.

АК Қазақстан Республикасындағы келісімшарттық қатынастардың жалпы қағидаттарын, азаматтық-құқықтық келісімдер тараптарының құқықтары мен міндеттерін және шарт талаптары бұзылған жағдайда туындайтын жауапкершілік шараларын айқындайды. Азаматтық кодекс нормаларының тұтынушылар құқықтарын қорғау саласына енгізілуі тұтынушылар мен бизнес арасындағы қатынастарды әділ және бірізді реттеуге жол ашады.

АК-тегі шарт еркіндігі қағидаты (2-бап) тұтынушыларға жасалатын келісімдердің талаптарын өз бетінше айқындауға мүмкіндік беріп, өздеріне барынша тиімді нұсқаларды таңдауды қамтамасыз етеді. Бұл бәсекелі ортаның қалыптасуына ықпал етіп, тауар мен қызмет сапасын арттыруға түрткі болады.

Сонымен қатар АК көптеген азаматтық құқықтар мен міндеттемелердің пайда болу негіздерін (7-бап) айқындайды, олар шарттардан бөлек, заңнамада немесе азаматтық құқықтың жалпы бастауларында қарастырылған басқа да құқықтық фактілерден туындауы мүмкін екенін мойындайды. Мұндай тәсіл формалды шарт болмаған немесе оның талаптары толық айқындалмаған жағдайларда да тұтынушылар құқықтарының қорғалуына негіз болады.

АК азаматтық құқықтарды қорғау тәсілдерінің сарқылмайтын тізбесін (9-бап) белгілеп, тұтынушының бұзылған құқықтарын қалпына келтірудің және келтірілген залалды өтеудің кең мүмкіндіктерін ұсынады.

Сатып алу-сату және басқа да шарттар АК-тің (ерекше бөлім) назарында болғандықтан, бұл нормалар тұтынушылық қатынастарда жиі кездеседі. Мысалы, жекелеген шарт түрлері қамтылғанда тауарлар немесе қызметтер сапасы мен қауіпсіздігі бойынша жауапкершілік күшейеді.

АК-дегі зиян келтіргені үшін жауапкершілік туралы нормалар (20, 47-тараулар) да тұтынушылар құқықтарын қорғаудың қосымша кепілі болып табылады, бұл тауардың, жұмыстың немесе қызметтің кемшілігі кесірінен келген залалды толық өтетуге мүмкіндік береді.

Осылайша, Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесінде маңызды рөл атқарып, тұтынушылар құқықтарын іске асыру мен қорғауды қамтамасыз ететін негізгі қағидаттар мен механизмдерді белгілейді. Ол «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңның нормаларымен өзара әрекеттесе отырып, азаматтық айналымның түрлі салаларында кешенді құқықтық қорғауды қамтамасыз етеді, соның ішінде сот тәртібімен құқықтарды қорғау мүмкіндігі де қарастырылған.

Кәсіпкерлік және өзге де салалық кодекстер мен заңдар. Азаматтық кодекстен бөлек, тұтынушылар құқықтарын қорғауда басқа да заңдардың маңызы зор. Мысалы, Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік кодексі [47] мен Қазақстан Республикасының «Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы» кодексі [52] да маңызды рөлге ие.

Кәсіпкерлік кодекс адал бәсекелестік қағидаттарын бекітіп, тұтынушылар құқықтарына нұқсан келтіретін әділетсіз тәжірибеге тыйым салады. КК бәсекелестік ортаны қамтамасыз етуге бағытталған, бұл тауарлар мен қызметтердің бағасын төмендетіп, сапасын арттырады, монополиялар мен

үстемдік ететін компаниялардың теріс пайдаланушылық әрекеттерінен тұтынушыларды қорғайды.

«Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы» кодекс азаматтардың сапалы әрі қауіпсіз медициналық көмек алуға, олардың құқықтары бұзылған жағдайда қорғалуға құқығын белгілейді.

Тұтынушылар құқықтарын бұзған тұлғаларды заңдық жауапкершілікке тартудың құқықтық негізін Азаматтық кодекс, Қазақстан Республикасының Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодексі [48] (ӘҚБтК) және Қазақстан Республикасының Қылмыстық кодексі [53] (ҚК) айқындайды.

АК-ке сәйкес, тауар (жұмыс, қызмет) кемшіліктері салдарынан болған залалды өтеу және одан туындайтын мүліктік жауапкершілік шаралары кез келген тұтынушыға тиесілі, сатушының (өндірушінің, орындаушының) кінәсіне қарамастан және олардың арасында шарттық қатынастар болған-болмағанына қарамастан қолданылуы мүмкін.

ӘҚБтК мемлекеттік органдарға ықпал ету құралдарын бере отырып, тұтынушылар құқықтарын қорғаудың әкімшілік механизмдерін айқындайды. Бұл кодекс сауда, қызмет көрсету, жарнама және тұтынушылар мүдделеріне тікелей ықпал ететін өзге де салалардағы заң бұзушылықтарға жедел ден қоюға жол ашады.

Тұтынушылар құқықтарын қорғау тұрғысынан ӘҚБтК-нің 15-бөліміндегі баптар ерекше рөл атқарады. Тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнаманы бұзғаны үшін әкімшілік жауапкершілікті тікелей көздейтін маңызды баптардың бірі - 190-бап. Ол тұтынушыларға қатысты алдау, атап айтқанда, өлшеуде, тартуда, есептеуде, тауар (жұмыс, қызмет) қасиеттері мен сапасы туралы жаңылыстыруда заңды бұзу ретінде айыппұлдар мен басқа да санкциялар енгізеді. Бұл бап тұтынушыға келтірілген елеулі (1 АЕК-тен жоғары) және ірі залалдың (3 АЕК-тен кем емес) мөлшерін белгілейді. 190-бапта көзделген әкімшілік шаралар тұтынушылардың мүдделерін қорғауға, тауарлар мен қызметтердің жоғары сапасын қамтамасыз етуге бағытталған.

ӘҚБтК-нің 193-бабы да маңызды, өйткені онда тұтынушыларға сауда қызметін реттеу заңнамасын бұзғаны үшін жауапкершілік көзделген. Бұл бап сатушының тауар жөнінде сатып алушы сұраған кезде қажетті ақпаратты бермеуін, кепілдік міндеттемелері мен талап қою тәртібі туралы ақпаратты жасыруды, тауар бағасын теңгемен көрсетпеуді немесе жария оферта кезінде бағаны теңгемен емес, басқа валютамен белгілеуді және т.б. қамтиды.

Осылайша, ӘҚБтК-нің 15-бөліміндегі баптар нарықта құқықтық тәртіп пен тұтынушылар құқықтарын қорғауды қамтамасыз етуге ықпал етеді, өйткені олар тұтынушылар құқықтары бұзылған жағдайда жедел шаралар қолдануға мүмкіндік береді.

Заңдар жүйесінде «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң мен Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексінің және басқа заңнамалық актілердің нормаларын нақтылайтын заңдар да бар.

Мысалы, «Сауда қызметін реттеу туралы» Қазақстан Республикасының Заңы [54] - тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы Заң мен АК-те белгіленген нормаларды нақтылайтын, негізгі құқықтық актілердің бірі. Ол

сауданы мемлекеттік реттеудің негізгі қағидаттарын, формалары мен әдістерін айқындайды. Заң тұтынушылар құқықтарын қорғауға тікелей арналмағанымен, нарықтағы құқықтық реттеуді қалыптастырып, тұтынушылардың мүдделерін сақтауға ықпал етеді. Онда сауда қызметін жүзеге асыратын субъектілерге қойылатын талаптар, тауарлардың сапасы мен сауданың жүзеге асырылу тәртібі реттеліп, әділетсіз тәжірибеге жол бермеу көзделеді.

Тұтынушылар құқықтарын қорғауға арналған құқықтық жағдайлар мен тетіктерді қалыптастыруға «Жарнама туралы» Қазақстан Республикасының Заңы [55] да үлес қосады. Ол жарнама қызметін реттеп, тұтынушыларды шынайы емес немесе жаңылыстыратын жарнамадан қорғайды.

Осы сияқты жалпы заңнамалық актілердің қатарында «Техникалық реттеу туралы» Қазақстан Республикасының Заңы [56] және «Тамақ өнімдерінің қауіпсіздігі туралы» Қазақстан Республикасының Заңы [57] бар. Олар өнімнің қауіпсіздігі мен сапасына қойылатын талаптарды белгілейді және тұтынушыларды сапасыз немесе қауіпті тауарлардан қорғайды. Сондай-ақ, «Сауда қызметін реттеу туралы» 2004 жылғы 12 сәуірдегі N 544 Заң да осы бағытта қызмет етеді.

Бұған қоса, жекелеген салалардағы тұтынушылар құқықтарын қорғауды реттейтін салалық заңдар да бар. Мысалы, қаржы саласында (Қаржы нарығы мен қаржы ұйымдарын мемлекеттік реттеу, бақылау және қадағалау туралы 2003 жылғы 4 шілдедегі N 474-II Заң; «Қазақстан Республикасындағы банктер және банк қызметі туралы» 1995 жылғы 31 тамыздағы N 2444 Заң), әлеуметтік салада (Қазақстан Республикасының Әлеуметтік кодексі 2023 жылғы 20 сәуірдегі № 224-VII ҚРЗ), медицина, туризм, байланыс қызметтері, энергиямен жабдықтау және тағы басқалары.

Мәселен, байланыс қызметтерін көрсету тәртібін «Байланыс туралы» Заң [58], электрмен жабдықтау қызметін «Электр энергетикасы туралы» Заң [59], туристік қызметті «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Заң [60] реттейді.

Мысалы, «Байланыс туралы» Заң байланыс және ақпараттандыру саласындағы қатынастарды, оның ішінде тұтынушыларға байланыс қызметтерін ұсыну тәртібін реттеп, олардың құқықтарын қорғау тетіктерін белгілейді. «Электр энергетикасы туралы» Заң энергиямен жабдықтау мәселелерін және тұтынушыларды энергиямен жабдықтау шарттары бұзылған жағдайда қорғау шараларын бекітеді. «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Заң туризм саласындағы қатынастарды реттейді және туристерді туристік қызметтердің тұтынушылары ретінде қорғайды.

Айта кету керек, кейде салалық заңнама «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға қарағанда өзгеше реттеу енгізеді, ал кейде тұтынушылар құқықтарын қорғау деңгейі төмен болып шығуы мүмкін. Мысалы, туристік қызмет көрсету саласында. «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңда сатушының (өндірушінің, орындаушының) шартты орындамауы немесе тиісінше орындамауы үшін жауапкершілігі, соның ішінде айыппұл төлеуі (35-бап) қарастырылса, «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Заңда (17, 18-баптар) туристік қызметті жүзеге асыратын тұлғаның

жауапкершілігі туралы нормалар болғанымен, тұтынушыға неустойка төлеу жөнінде тікелей норма жоқ. Соған байланысты турист шарт бұзылған жағдайда неустойка талап ете ала ма, деген мәселе туындайды.

Тұтынушылардың құқықтары мен заңды мүдделерін қорғау шараларын заңнамалық тұрғыда бекітіп, оларды қорғау және тұтынушылық дауларды қарау тетіктерін айқындайтын негізгі құжат - «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң (онда 6-1-тарауда тұтынушылардың құқықтары мен заңды мүдделерін қорғау шаралары айқындалған). Сонымен қатар, ҚР АПК [61], төрелік [62], өзін-өзі реттеу [63], медиация [64] туралы заңдар сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібінде тұтынушылық дауларды қарау мәселесін реттейді.

Цифрландыру және электрондық коммерцияның дамуымен Қазақстанда жаңа цифрлық шынайылық жағдайында тұтынушылар құқықтарын тиімді қорғауды қамтамасыз ету үшін заңнаманы бейімдеу қажеттілігі туындады. Қазіргі уақытта Қазақстанда электрондық коммерция туралы арнайы заң жоқ. Тұтынушылар құқықтарын қорғау бойынша мәселелер әртүрлі нормативтік құқықтық актілер жиынтығымен бөлшектеп реттеледі.

«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға қоса, цифрлық ортадағы негізгі заңнамалық актілердің қатарында «Сауда қызметін реттеу туралы» жоғарыда аталған Заң, 2023 жылғы 10 шілдедегі № 18-VIII «Онлайн-платформалар және онлайн-жарнама туралы» Қазақстан Республикасының Заңы [65], 2013 жылғы 21 мамырдағы № 94-V «Дербес деректер және оларды қорғау туралы» Заң [66], 2015 жылғы 24 қарашадағы № 418-V «Ақпараттандыру туралы» Қазақстан Республикасының Заңы [67] бар.

«Ақпараттандыру туралы» Заң мен «Онлайн-платформалар және онлайн-жарнама туралы» Заң тұтынушылар құқықтарын қорғау саласын тікелей реттемесе де, цифрлық ортаны құқықтық реттеудің дамуына және Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғауды күшейтуге маңызды қадам болып табылады. Алғашқы заң ақпараттық технологияларды пайдалану мәселелерін жалпы реттейді, оның ішінде электрондық коммерцияны жүзеге асыруды. «Онлайн-платформалар туралы» Заң онлайн-платформалар, пайдаланушылар және жарнама таратушылар үшін бірқатар маңызды ережелер мен міндеттемелерді белгілеп, ашық, қауіпсіз және жауапты онлайн-ортаны құруға ықпал етеді.

Сөйтіп, Қазақстанның түрлі салаларында қолданылатын салалық заңдар мен құжаттар тұтынушылар құқықтарын қорғаудың алуан қырларын реттейді. Олар қоғам мен экономиканың кең ауқымын қамтып, жарнама, техникалық реттеу, санитариялық-эпидемиологиялық қауіпсіздік, дербес деректерді қорғау, бәсекелестік және басқа да салаларда тұтынушылар мүдделерін сақтауға қажетті құқықтық негіз қалыптастырады. Осы заңдар мен нормативтік актілер экономика мен әлеуметтік өмірдің түрлі салаларында тұтынушылар құқықтарын кешенді қорғауды қамтамасыз ететін құқықтық базаны құрайды.

Сонымен қатар, тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесінде Үкімет қаулылары мен уәкілетті орган бұйрықтары сияқты заңға тәуелді құқықтық актілер маңызды рөл атқарады. Мұндай актілер заң ережелерін нақтылап, іске

асыру тәртібін айқындап, олардың орындалу рәсімдері мен механизмдерін белгілейді.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің қаулылары тұтынушылар құқықтарын қорғаудың түрлі қырларын, соның ішінде тексеру тәртібін, шағымдарды қарау тәртібін, келтірілген залалды өтеу мәселелерін және басқа да бағыттарды қамтиды. Уәкілетті органның бұйрықтары мен нұсқаулықтары тауарлар мен қызметтердің сапасы мен қауіпсіздігіне қойылатын талаптарды, сараптама жүргізу тәртібін, өнімнің таңбалану қағидаларын және т.с.с. белгілейді. Айта кету керек, осы салада ведомстволық нормашығармашылық көлемі айтарлықтай ауқымды.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің қаулылары тұтынушылар құқықтарын қорғаудың түрлі салаларындағы нақты мәселелерді реттеп, дағдарыс кезеңінде де азаматтардың мүдделерін қамтамасыз етуді көздейді. Олар заңнамалық және сот механизмдерін толықтырып, нарық қатысушылары үшін сақталуға тиіс нақты талаптар мен рәсімдерді белгілейді. Үкіметтің мұндай қаулылары тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі мемлекеттік реттеудің маңызды бөлігін құрайды, өйткені олар түрлі жағдайларда тұтынушылар мүдделерін қорғауға арналған нақты шаралар мен рәсімдерді көздейді. Диссертацияда осы қаулылардың ең маңыздыларын талдау - тұтынушылар құқықтарын қорғауды мемлекеттік деңгейде реттеу тәжірибесін толық түсінуге және бұл жүйені жетілдіру жолдарын айқындауға мүмкіндік береді.

Сонымен бірге салалық заңдар сияқты басқа да маңызды құжаттар бар. Мысалы, 2023 жылғы 11 мамырдағы № 166-НҚ бұйрығымен бекітілген «Әлеуметтік маңызы бар азық-түлік тауарларының тізбесі» [68] әлеуметтік маңызы бар азық-түлік тауарларына баға бойынша мемлекеттік реттеу енгізу мәселелерін қарастырады. Бұл құжат тұрақсыз экономикалық жағдай және инфляция кезінде тұтынушылардың экономикалық мүдделерін қорғауға арналған. Күнделікті тұтынатын азық-түлік тауарларына (мысалы, нан, ұн, май) шекті бағаны белгілеу бағаның күрт өсуіне тосқауыл қояды және тұтынушыларды сатушылардың әділетсіз әрекеттерінен қорғайды.

Тұтынушылар құқықтарын қорғау саласында уәкілетті орган мен басқа да ведомстволардың бұйрықтары да маңызды рөл атқарады. Мұндай актілер Сауда және интеграция министрлігі және басқа министрліктер мен ведомстволар тарапынан қабылданады, онда тұтынушылар құқықтарын қорғау мәселелері қарастырылады. Олар тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнаманың орындалуын қамтамасыз етуге, сондай-ақ тауарлар мен қызметтердің сапасы мен қауіпсіздігін мемлекеттік тіркеу, сертификаттау және бақылау процестерін реттеуге бағытталған. Осылайша олар мемлекеттегі тұтынушылар құқықтарын қорғау саясатын жүзеге асырудың маңызды құралы қызметін атқарады. Бұйрықтар мемлекеттік бақылау және қадағалау, құқықтық тетіктерді іске асыру, сонымен қатар тұтынушылар шағымдарын қарау тәртібіне қатысты түрлі аспектілерді реттейді. Мұндай құқықтық актілер саладағы заңнаманың тиісті орындалуын қамтамасыз етеді.

Мысалы, сауда ережелері мен жекелеген қызмет түрлерін көрсету қағидаларын бекітетін бұйрықтар ведомстволық маңызды құжаттарға жатады. Мұндай негізгі заңға тәуелді актілердің бірі - «Ішкі сауда қағидаларын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің м.а. 2015 жылғы 27 наурыздағы № 264 бұйрығы [69].

Аталған Қағидалар тұтынушылар құқықтарын қорғау заңнамасы жүйесінде маңызды рөл атқарады. Олар Қазақстан Республикасының аумағындағы сауда қызметін ұйымдастыру мен жүзеге асыруға қойылатын егжей-тегжейлі талаптарды белгілейді. Бұл қағидалар Азаматтық кодекс пен «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның нормаларын іске асырып, сатушылар мен сатып алушылар арасындағы қатынастарды реттейді, тұтынушылар құқықтарын сақтауға ықпал етіп, өркениетті нарық қалыптастыруға үлес қосады.

Аталған қағидалар сауда қызметі субъектілеріне, соның ішінде мемлекеттік тіркеу, лицензиялау, сертификаттау және тауарды таңбалау мәселелеріне қойылатын талаптарды белгілейді. Сауда қызметін ұйымдастыру тәртібі (тауарларды сату, қызмет көрсету, сауда нысандарын пайдалану, жарнама және баға белгілеу мәселелері) нақтыланған. Сондай-ақ тұтынушылар құқықтарын қорғау механизмдері: сатушылар мен сатып алушылардың құқықтары мен міндеттері, келісімшарттарды орындау, кепілдік қызмет көрсету, тауарларды қайтару және ауыстыру мәселелері де реттеледі. Қағидаларда сауда ережелерін сақтамағаны үшін мемлекеттік бақылау және қадағалау шаралары, соның ішінде мемлекеттік органдардың өкілеттіктері мен бұзушылықтар үшін жауапкершілік шаралары қарастырылған.

Осы Қағидалардың жүйе аясындағы рөлі - сатушылар мен сатып алушылар үшін өркениетті нарық қатынастарын қалыптастыруға қажетті құқықтық негіз құру, тұтынушылар құқықтарын сақтауды және тауарлар мен қызметтердің сапасын арттыруды ынталандыру. Қағидалар тұтынушылардың құқықтары мен оларды қорғау механизмдері туралы хабардар болуын қамтамасыз ете отырып, құқықтық мәдениеттің және ақпараттанудың артуына септігін тигізеді.

Қызметтер көрсету саласына қатысты, мысалы, туристік қызметтерді көрсету қағидалары да маңызды. Мәселен, «Туристік қызметтер көрсету қағидаларын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Инвестициялар және даму министрінің 2015 жылғы 30 қаңтардағы № 80 бұйрығы [70].

Соңғы бес жылда тұтынушылар құқықтарын қорғаудың бірыңғай ақпараттық жүйесін (БАЖ) қалыптастыру, жүргізу және пайдалану қағидаларын бекіту туралы бұйрық [71] негізгі актілердің бірі болды. Бұл қағидалар тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесіне қатысатын барлық тараптардың әрекеттерін біріздендіруге және үйлестіруге бағытталған бірыңғай талаптарды белгілейтін нормативтік-құқықтық база қызметін атқарады.

Аталған Қағидаларда тұтынушылар құқықтарын қорғау саласында мемлекеттік органдар, ұйымдар және тұтынушылар арасындағы өзара әрекеттесу тәртібі, сондай-ақ жүйеге қойылатын техникалық талаптар айқындалады. БАЖ - тұтынушыларға өздерінің құқықтары туралы ақпарат

алуға, құқықтарының бұзылғаны туралы шағым беруге және шағымдарының қаралу барысын бақылауға мүмкіндік беретін маңызды құрал.

БАЖ тұтынушылар құқықтарының бұзылуы туралы мәліметтерді жинақтау, сақтау және өңдеуді ортақ базаға енгізу арқылы орталықтандырылған есепке алуды және талдауды қамтамасыз етеді, бұл тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы ахуалды бағалауға жол ашады.

Сонымен қатар, бұл жүйе тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі мемлекеттік органдар мен ұйымдардың өтініштер мен шағымдарға жедел ден қоюына, құқық бұзушылықтарды жоюға мүмкіндік береді. БАЖ барлық мүдделі тараптарға, соның ішінде тұтынушыларға, кәсіпкерлерге және мемлекеттік органдарға бұзушылықтар жөніндегі мәліметтерді ашық қолжетімділікте ұсыну арқылы нарықтың ашықтығын арттырып, кәсіпкерлерді тұтынушылар құқықтарын сақтауға ынталандырады.

Жүйедегі ақпаратты талдау тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы жүйелі проблемалар мен бұзушылық себептерін анықтауға және оларды болдырмау шараларын, сондай-ақ заңнаманы жетілдіру ұсыныстарын әзірлеуге ықпал етеді.

Осылайша, «Тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың бірыңғай ақпараттық жүйесін» қалыптастыру, жүргізу және пайдалану қағидалары Қазақстан Республикасында тұтынушылар құқықтарын қорғаудың тиімділігін арттыруға, ашық әрі әділетті тұтынушылық ортаны қалыптастыруға қызмет етеді.

Дәл осылай маңызы жағынан ҚР Оқу-ағарту министрінің 2023 жылғы 12 маусымдағы № 165 бұйрығымен бекітілген «Білім беру және балалардың құқықтарын қорғау саласында арнаулы әлеуметтік қызметтер көрсету стандарттары» [72] тең. Бұл бұйрық білім беру саласында және балалар құқығын қорғау бағытында арнаулы әлеуметтік қызметтер көрсетуге арналған нормативтік-құқықтық негіз қызметін атқарады. Балалар, оның ішінде жетім балалар - білім беру қызметтерінің тұтынушысы ретінде, әсіресе осал санатқа жатқандар, бұйрықпен бекітілген бірегей сапа, көлем және қызмет көрсету шарттары негізінде қорғалуы керек. Стандарттар осы қызметтерді ұсынуда бірізділік пен ашықтыққа кепілдік береді. Олар барлық өңірлер мен ұйымдарда бірдей қолданылады. Стандарттар білім беру саласындағы қызмет көрсетуді жақсартуға ынталандырады, мұндай қызметтерді ұсынатын ұйымдардың құқықтары мен міндеттерін, ал қызметтерді тұтынушылардың құқықтары мен міндеттерін айқындайды және тұтынушыларға көрсетілетін қызметтердің сапасын кепілдейді.

Тұтынушылар құқықтарын қорғауға байланысты маңызды бұйрықтардың қатарында Қазақстан Республикасы Сауда және интеграция министрінің 2020 жылғы 29 қыркүйектегі № 212-НҚ және ҚР Ұлттық экономика министрінің 2020 жылғы 30 қыркүйектегі № 71 бірлескен «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы Қазақстан Республикасы заңнамасының сақталуын тексеру парағын бекіту туралы» бұйрығы да бар. Бұл бұйрық мемлекеттік органдардың тарапынан тексеру жүргізу тәртібін регламенттеп, тұтынушылар құқықтары заңнамасының сақталуын бақылау рәсімдерін айқындайды. Онда тексеру

жүргізетін органдар мен нарық субъектілерінің құқықтары мен міндеттері, бұзушылықтар анықталған жағдайда қабылданатын шаралар тәртібі жазылған. Тұтынушылар құқықтарын қорғау талаптары бойынша тексеру жүргізу кезінде пайдаланылатын тексеру парағында кәсіпкерлік субъектілеріне қойылатын талаптар тізімі болады. Бұл кәсіпкерлерді тұтынушылардың құқықтарын сақтау қажеттігіне ынталандырып, мемлекеттік органдарға оларды бақылап, бұзушылықтардың алдын алуға мүмкіндік береді. Бұл шара нарықтағы тұтынушылар құқықтарын қорғау деңгейін көтеруге ықпал етеді.

2024 жылғы маусымда аталған бірлескен бұйрыққа өзгерістер енгізілді [73], бұл Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесін жетілдіруге бағытталған үздіксіз жұмыстың жүріп жатқанын көрсетеді. Бақылау тетіктерін жаңарту және кәсіпкерлердің жауапкершілігін күшейту тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының дамуы мен оның тиімділігін арттыруға септігін тигізеді.

Тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнаманы іске асырудың маңызды құралы ретінде Қазақстан Республикасы Сауда және интеграция министрінің м.а. 2021 жылғы 29 маусымдағы № 433-НҚ бұйрығымен бекітілген «Сәйкестікті бағалау қағидалары» да атап өтуге болады [74]. Қағидалар өнімнің сапасы мен қауіпсіздігін бақылауға қажетті механизмдерді белгілеп, өркениетті нарық қалыптастыруға және тұтынушылардың сенім деңгейін арттыруға ықпал етеді.

«Сәйкестікті бағалау» дегеніміз - өнімнің белгіленген қауіпсіздік және сапа талаптарына сәйкестігін растауға арналған процедура. Мұнда сертификаттау, сәйкестікті декларациялау, мемлекеттік бақылау сияқты түрлі бағалау түрлері қарастырылған. Қағидаларда бұл процедураларды жүргізу тәртібі, жауапты органдар, сондай-ақ сәйкестікті растайтын құжаттарға қойылатын талаптар белгіленеді.

Осылайша, аталған Қағидалар тұтынушылардың «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның 11-бабында көзделген қауіпсіз тауар сатып алу құқығының жүзеге асырылуына ерекше ықпал етеді. Сәйкестікті бағалау бойынша нақты ережелерді белгілеу арқылы бұйрық нарыққа қауіпті немесе сапасыз өнімнің шығуына тосқауыл қояды, бұл тұтынушылардың өмірі, денсаулығы және мүлкі үшін негізгі кепіл болмақ. Сәйкестікті бағалау құжатының бар болуы тұтынушыға сатып алынатын тауардың сапасы мен қауіпсіздігіне қосымша кепілдік береді.

Ал тұтынушылық дауларды сотқа дейін реттеу тұрғысынан 2024 жылғы 20 мамырдағы № 217-НҚ бұйрық маңызды (Тұтынушылық дауларды сотқа дейінгі реттеу субъектілерінің тізбесінің кейбір мәселелері туралы...). Онда тұтынушылық дауларды сотқа дейін реттеу субъектілерінің тізбесі анықталған. Ал жалпы алғанда жеке және заңды тұлғалардың өтініштерін қарау тәртібі қазір 2020 жылғы 29 маусымдағы № 350-VI «Қазақстан Республикасының Әкімшілік рәсімдік-процестік кодексімен» [75] реттеледі.

Сот тәжірибесіне жетекшілік ететін нормативтік қаулылар орны да ерекеше. Тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы заңнаманы қолдану тұрғысынан Қазақстан Республикасы Жоғарғы Сотының нормативтік

қаулылары да маңызды рөл атқарады. Олар тұтынушылар құқықтарын қорғауға қатысты заңнамалық актілерді сот тәжірибесінде қолданудың нақты тетіктерін айқындап, төменгі деңгейдегі соттарға заңдарды дұрыс түсіндіру және әділ шешімдер қабылдау жөнінде бағыт береді. Басқаша айтқанда, бұл қаулылар біркелкі сот тәжірибесін қалыптастыруға мүмкіндік беріп, тұтынушылар құқықтарын сот арқылы қорғаудың болжамдылығын және тиімділігін арттырады.

Осылайша, Жоғарғы Соттың нормативтік қаулылары тұтынушылар құқықтарын сот арқылы қорғаудың құқықтық негізін күшейтеді. Нәтижесінде тұтынушылар құқықтары саласындағы құқықтық айқындылық нығаяды, бұл олардың құқықтарын жан-жақты қорғауға ықпал етеді.

Аталмыш салада қолданылатын арнайы нормативтік қаулы - ҚР Жоғарғы Сотының 1996 жылғы 25 шілдедегі № 7 «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңнаманы соттардың қарау тәжірибесі туралы» қаулысы [76]. Ол тиісті заңдарды соттардың біркелкі және дұрыс қолдануын қамтамасыз етеді. Құжат тұтынушылар құқықтарын қорғауға байланысты даулар барысында туындайтын даулы және күрделі мәселелерді ашып көрсетіп, бірыңғай шешім шығару бағыттарын айқындайды. Қаулы тұтынушылар құқықтарын қорғауды сотта тиімді жүзеге асыруға, сот шешімдерінің қисындылығы мен болжамдылығын арттыруға үлес қосады.

Тұтынушының құқықтары бұзылған жағдайда келтірілген моральдық залалды өтеу кезінде соттар ҚР Жоғарғы Сотының 2015 жылғы 27 қарашадағы № 7 «Соттардың моральдық зиянды өтеу жөніндегі заңнаманы қолдануы туралы» нормативтік қаулысын [77] басшылыққа алады. Бұл қаулы тұтынушылар құқықтарын қорғау үшін маңызды, өйткені онда моральдық зиянды өтеудің құқықтық негіздері мен шарттары, сондай-ақ оның бар-жоғын және мөлшерін растайтын дәлелдемелердің сипаты мен соттың өтемақы мөлшерін айқындау тәсілі түсіндіріледі.

Тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесінде маңызды болып табылатын тағы бір акт - 2023 жылғы 2 қарашадағы № 3 «Соттардың төрелік заңнаманы қолдануының кейбір мәселелері туралы» ҚР Жоғарғы Сотының нормативтік қаулысы. Бұл қаулы негізінен төрелік заңнамасы саласындағы мәселелерді реттейді, оның ішінде кей жағдайда тұтынушылық даулар да төрелік арқылы шешілуі мүмкін. Сол себепті ол да қарастырылып отырған заңнама жүйесінде жанама түрде маңызға ие.

Осылайша, тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы заңнама ҚР Конституциясынан, «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңнан, Азаматтық кодекс, Қылмыстық кодекс және Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодекспен қатар, Қазақстан Республикасы ратификациялаған халықаралық шарттармен және қызмет саласына байланысты заңдармен (мысалы, «Сауда қызметін реттеу туралы», «Тұрғын үй қатынастары туралы», «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы», «Автомобиль көлігі туралы», «Теміржол көлігі туралы», «Қаржы нарығы мен қаржы ұйымдарын мемлекеттік реттеу, бақылау және қадағалау туралы», «Қазақстан Республикасындағы банктер және банк қызметі туралы», «Бағалы қағаздар

рыногы туралы», «Сақтандыру қызметі туралы», «Микроқаржылық ұйымдар туралы» және т.б.) толықтырылады.

Алдыңғы тарауда біз «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң мен Азаматтық кодексті, сондай-ақ құқықтық актілердің салалық және заңға тәуелді түрлерін және олардағы тұтынушылар құқықтарын қорғау бойынша стандарттарды қарастырдық.

Заңнаманың үнемі жетілдірілуі маңызды. Құқықтық орта бір орында тұрмайды, соңғы жылдары Қазақстанда, бұрынғы тармақта айтылғандай, негізгі құқықтық актілерге бірқатар маңызды өзгерістер енгізілді. Бұл өзгерістер мемлекеттік органдардың халықтың түрлі қырлардағы мүддесін құқықтық тұрғыдан қорғауға деген талпынысын көрсетеді. Барлық өзгеріс цифрлық экономиканың жаңа сын-қатерлеріне бейімделуге, «жасыл экономика» қағидаттарын ілгерілетуге, қаржы қызметтерінің ашықтығын арттыруға және тұтынушылар мүдделерін қорғаудың қосымша механизмдерін әзірлеуге бағытталған. Алдыңғы бөлімде 2022 жылға дейінгі тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнамаға енгізілген негізгі түзетулер талданып көрсетілген болатын.

Осы бөлімшедегі негізгі қорытынды: қолданыстағы заңнаманы жетілдіру жұмыстары жалғасуда. Бұл үдерістің негізгі себебі - Мемлекет басшысының тапсырмалары.

2021 жылғы 16 қарашада Қазақстан Республикасы Президенті Қ.Тоқаев Ұлттық қоғамдық сенім кеңесінің 6-отырысында Сауда және интеграция министрлігіне тұтынушылар құқықтарын жан-жақты әрі тиімді қорғауды қамтамасыз ету үшін заңнамаға өзгерістер енгізу бойынша тапсырма берді. Осыдан кейін тиісті жұмыс тобы құрылып, құрамына Тұтынушылар құқықтарын қорғау комитетімен қатар қоғамдық бірлестіктердің өкілдері, ал заң жобасы бизнес мүдделеріне қатысты болғандықтан, «Атамекен» ҰКП мүшелері де кірді [78].

Осы тапсырманы орындау шеңберінде, жоғарыда айтылғандай, 2020 жылғы Заң цифрлық ортадағы құқықтарды қорғауды күшейту және «e-tutynushy» онлайн-дауларды шешу платформасы сияқты жаңа механизмдерді енгізу арқылы тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесіне елеулі өзгерістер енгізді (2021 жылғы 1 қаңтардан бастап жұмыс істейді).

Ал 2022 жылғы 1 қыркүйектегі Қазақстан халқына Жолдауды жүзеге асыру және «Аманат» партиясының 2023-2027 жылдарға арналған сайлауалды бағдарламасын орындау жөніндегі Жол картасын іске асыру аясында Сауда және интеграция министрлігі жаңа редакциядағы «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң жобасын және оған ілеспе заң жобасын әзірледі, бірақ олар әлі қабылданған жоқ. Алайда, олардың бірқатар бастамасы 2022-2024 жылдары қолданыстағы «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға енгізілген түзетулер арқылы іске асырылды.

2022 жылдан бастап электрондық сауданы реттеуге қатысты түзетулер енгізілді. Жалпы алғанда, 2023 және 2024 жылдары «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға бірқатар өзгерістер енгізу жоспарланған еді. Бұл өзгерістер Заңды жаңа редакцияда қабылдау арқылы тұтынушылар

құқықтарын қорғау үдерісін жетілдіруге бағытталды. Заң жобасында тұтынушылар құқықтарын қорғаудың көпсатылы жүйесін енгізу, сатушыға уәкілетті органның және тұтынушылық дауларды сотқа дейін реттеу субъектілерінің байланыс деректерін беруді міндеттеу ұсынылды.

Заңның жаңа редакциясы қабылданбаса да, жобаға енгізілген өзгерістер 2023 және 2024 жылдары «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға енгізілген негізгі түзетулерге айналды.

2023-2024 жылдары көпсатылы тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесі енгізілді. Енді тұтынушылар сотқа жүгінумен қатар, медиация, төрелік институттары, тұтынушылар қоғамдық бірлестіктері және өзін-өзі реттейтін ұйымдар сияқты басқа субъектілерге де құқықтарын қорғау үшін жүгіне алады. Қолданыстағы заңның 42-1, 42-2-баптарында тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың әртүрлі нысандары: алдын алу шаралары, құқықтарды өзіндік қорғау, дауларды сотқа дейін реттеу, мемлекеттік ықпал ету және сот арқылы қорғау көзделеді. Атап айтқанда, 42-5-42-8-баптарда сотқа дейінгі дауды реттеу субъектілері мен дауларды қарау тәртібі айқындалған.

Заңға сатушының уәкілетті органның және тұтынушылық дауларды сотқа дейін реттеу субъектілерінің байланыс деректерін ұсыну міндеті енгізілді. Бұл тұтынушыларға өз құқықтарын қорғау үшін жүгінуді жеңілдетеді.

Түзетулер уәкілетті органның рөлін күшейтті. Заңның 5-бабында уәкілетті органның өкілеттіктері кеңейтіліп, сотқа дейінгі дауды реттеу субъектілерінің қызметіне бақылау жасау және тұтынушылар шағымдарын талдау сынды функциялар енгізілді. Сонымен қатар, өзін-өзі реттейтін ұйымдардың рөлі (42-8-бап) күшейді.

2023 жылы Әлеуметтік кодекс қабылданды [79]. Бұл кодекс тұтынушылар құқықтарын қорғаудың негізгі заңы болмағанымен, тұтынушылар құқықтары институтының қалыптасуы мен дамуына ықпал етеді. Кодекс халықтың осал топтарын әлеуметтік қолдаумен және қорғаумен қамтамасыз етіп, тауарлар мен қызметтердің қолжетімділігіне, құқықтық сауаттылықты арттыруға және тұтынушылық нарықтағы әділетсіз тәжірибемен күресуге көмектеседі. Мемлекет осындай топтарға әлеуметтік төлемдер, жәрдемақылар, арнаулы әлеуметтік қызметтер және басқа да қолдау шараларын ұсына отырып, олардың экономикалық тұрақтылығын арттырады және тұтынушы ретіндегі құқықтарының бұзылу қаупін азайтады.

2024 жылға дейін «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға енгізілген өзгерістерді маңызды деп сипаттауға болады, өйткені олар тұтынушылар құқықтарын қорғаудың тиімділігін арттыруға бағытталған жаңа заңнамалық механизмдер мен институттарды енгізді. Мысалы, шағымдарды қарау рәсімін жеңілдету және тұтынушылар өтініштерін қабылдау мен қараудың Бірыңғай ақпараттық жүйесін енгізу Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау институтының дамуына үлкен үлес қосты.

Дегенмен, Омбудсмен институтын және азаматтық-құқықтық жауапкершілік ретінде айыппұл салу құралын енгізу, тұтынушылар шағымдарын қарау тәртібін одан әрі жеңілдету, заңның негізгі қағидаттарын әртүрлі қызмет көрсету салаларына тарату, онлайн-сауда саласындағы

олқылықтарды жою сияқты бірқатар маңызды жаңалықтар іске асырылмай қалды. Бұл Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесін жетілдіру үрдісі жалғасып жатқанын көрсетеді, сондықтан алдағы уақытта заңнамада жаңа өзгерістер болуы мүмкін.

2024 жылғы 4 қыркүйекте Қазақстан Республикасы Сауда және интеграция министрі Парламенттегі баяндамасында тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заң жобасына және оған ілеспе заң жобасына арнап сөйлеген сөзінде қолданыстағы заңнамадағы олқылықтарды, қазіргі заман талабына сай еместігін және тұтынушыларды қорғаудың әлі де төмен тиімділігін атап өтті. Әсіресе электрондық сауда саласындағы нормаларды жетілдіру қажеттілігіне тоқталды [80].

Министр заң қабылдау арқылы шешуді талап ететін бірқатар проблемаларды көрсетті:

- дауларды шешудің көпсатылы тәртібі, сотқа жүгінуді қиындатуы;
- «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның қолданыс аясының шектелуі, қызметтің кейбір маңызды салаларын қамтымауы;
- тұтынушылар қоғамдық бірлестіктерінің тиімділігінің төмендігі;
- e-tutynushy ақпараттық жүйесінің әлі де жеткіліксіз тиімділігі;
- тұтынушылар құқықтарын бұзғаны үшін қолданылатын әкімшілік жазалардың жеткіліксіз қатаңдығы.

Министрдің айтуынша, 2021 жылы ТҚҚ комитетіне кәсіпкерлер әрекетіне наразы 25 мың өтініш түскен болса, 2022 жылы - 30 мың, 2023 жылы - 51 мың өтініш түсіпті. Ал басқа мемлекеттік органдарда да тұтынушылар шағымдарының өскені байқалады: 2021 жылы - 45 мың, 2022 жылы - 47 мың, 2023 жылы - 74 мыңнан астам.

Министр заң жобасының негізгі ұсыныстары:

- дауларды шешудің екі сатылы тәртібін енгізу, тұтынушыға құқықтарын қорғау тәсілін таңдауға мүмкіндік беру;
- Заңның базалық қағидаттарын қаржы саласынан басқа барлық қызмет түрлеріне тарату;
- тұтынушылар құқықтарын қорғау омбудсменінің институтын құру, ол қоғамдық бірлестіктерді біріктіруге және мемлекеттік органдармен өзара іс-қимылға жәрдемдесуге ықпал етеді;
- анықталған және анықталмаған тұтынушылар тобы ұғымдарын бөліп көрсету;
- омбудсмен мен тұтынушылар қоғамдық бірлестіктеріне анықталмаған тұтынушылар тобының мүддесі үшін талап қою құқығын беру;
- тұтынушының бұзылған құқықтары сотқа дейін қалпына келтірілмеген жағдайда, кәсіпкерге азаматтық-құқықтық жауапкершілік ретінде айыппұл салу;
- онлайн-саудадағы құқықтарды қорғауды күшейту;
- заңнамадағы олқылықтарды жою, оның ішінде шарт талаптарын нақтылау, техникалық реттеу туралы заңнамамен үйлестіру, e-tutynushy ақпараттық жүйесіне ерікті тіркелуді алып тастау;

- тауарды қайтару ережелерін өзгерту және тұтынушылар қоғамдық бірлестіктерінің өкілеттіктерін кеңейту.

Жалпы алғанда, заңнамаға өзгерістер енгізу жұмыстары Қазақстан мемлекетінің тұтынушылар құқықтарын қорғау жүйесін тиімді әрі қолжетімді етуге, оны уақыт талабына бейімдеуге және халықтың өмір сүру сапасын арттыруға, азаматтардың құқықтық сауаттылығы мен ақпараттануын жоғарылатуға ұмтылысын көрсетеді.

Халықаралық келісімдер мен стандарттардың ықпалы маңызды. Сонымен қатар Қазақстанның тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы заңнамасына халықаралық тәжірибе, халықаралық ұйымдардың жұмысы және келісімдер ықпал етеді. Олар тұтынушылар қауіпсіздігіне, әділетті саудаға және негізгі тауарлар мен қызметтерге қолжетімділікке қатысты ұсынымдар, стандарттар мен шектеулер ұсынады. Қазақстанның Дүниежүзілік сауда ұйымы (ДСҰ), Еуразиялық экономикалық одақ (ЕАЭО) шеңберіндегі мүшелігі тұтынушылар құқықтарын қорғау нормаларын үйлестіруде шешуші рөл атқарды, аймақ аясында тұтынушылар құқықтарының біркелкі сақталуына жағдай жасап отыр.

ДСҰ аясында Қазақстан ратификациялаған және тұтынушылар құқықтарын қорғауға қатысы бар негізгі құжаттарға 1994 жылы қабылданған зияткерлік меншік құқықтарының сауда аспектілері бойынша Келісім (TRIPS) жатады [81]. Ол зияткерлік меншік құқықтарын қорғау стандарттарын белгілейді. Сондай-ақ Қазақстан 1994 жылы қабылданған саудадағы техникалық кедергілер жөніндегі Келісімді (ТВТ) [82] ратификациялады. Ол техникалық регламенттерді, стандарттарды және сәйкестікті бағалау рәсімдерін қолдануды реттейді. Одан бөлек, 1994 жылғы санитариялық және фитосанитариялық шараларды қолдану туралы Келісім (SPS) бар [83]. Бұл келісімдер тұтынушыларды қорғау тұрғысынан азық-түлік қауіпсіздігі, техникалық реттеу және өнім сапасы саласында ерекше маңызды.

ЕАЭО шеңберінде Қазақстан бірқатар бірыңғай техникалық регламенттерді қабылдады. Олардың ішінде тұтынушылар құқықтарын қорғау тұрғысынан ең маңыздылары:

ЕАЭО «Балалар мен жасөспірімдерге арналған өнімдердің қауіпсіздігі туралы» техникалық регламенті (ТР ТС ЕАЭС 007/2011),

ЕАЭО «Жеңіл өнеркәсіп бұйымдарының қауіпсіздігі туралы» техникалық регламенті (ТР ЕАЭС 017/2011),

ЕАЭО «Қаптаманың қауіпсіздігі туралы» техникалық регламенті (ТР ЕАЭС 005/2011),

ЕАЭО «Тамақ өнімдерінің қауіпсіздігі туралы» техникалық регламенті (ТР ЕАЭС 021/2011),

ЕАЭО «Машиналар мен жабдықтардың қауіпсіздігі туралы» техникалық регламенті (ТР ЕАЭС 010/2011) және т.б.

ТМД шеңберінде 2000 жылы қол қойылған Тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы ынтымақтастық туралы келісім [84] Қазақстанда қолданылады.

Бұл халықаралық келісімдер мен шарттар Қазақстанның ұлттық заңнамасының бір бөлігі болып табылады және олармен қайшылық туындаған жағдайда басымдыққа ие. Олар тұтынушылар құқықтарын қорғау бойынша халықаралық стандарттар мен озық тәжірибелерге сәйкестігін қамтамасыз ететін негіз бола отырып, Қазақстан заңнамасын жетілдіруге ықпал етеді.

Аймақтық және жаһандық сауда ұйымдарынан бөлек, Қазақстан тұтынушылар құқықтарын қорғау саясатын БҰҰ Сауда және даму конференциясы (UNCTAD) және Халықаралық стандарттау ұйымы (ISO) ұсынымдарына сәйкестендіріп отырады. БҰҰ-ның Тұтынушылар құқықтарын қорғау жөніндегі басшылық қағидаттары (UNGCP), БҰҰ Сауда және даму конференциясы (UNCTAD) әзірлеген, әділетті іскерлік тәжірибені, тұтынушылар қауіпсіздігін және тауарлар мен қызметтердің қолжетімділігін қамтамасыз етуге арналған тұтас негіз ұсынады. Бұл қағидаттар Қазақстан заңнамасына интеграцияланып, ішкі нарықтағы тұтынушылар құқықтарының қорғалу деңгейін арттыруға септігін тигізеді.

ISO стандарттарын енгізу Қазақстанның өнім қауіпсіздігі, сапаны басқару және экологиялық тұрақтылық талаптары аясында жоғары деңгейлі тұтынушылар құқықтарын қорғауға деген талпынысын қуаттайды.

Қазақстан Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы (ДДҰ) және Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымы (ЭЫДҰ) сияқты басқа халықаралық ұйымдармен де ынтымақтастық орнатқан. ДДҰ стандарттары азық-түлік, фармацевтикалық препараттар және медициналық құрылғылар қауіпсіздігін қамтамасыз етуге ықпал етеді. ЭЫДҰ аясындағы ынтымақтастық Қазақстанға тұтынушылар құқықтарын қорғау саясатында өзге елдердің озық тәжірибелерін зерттеуге және олардан үйренуге мүмкіндік береді.

ISO-ға мүше ел ретінде Қазақстан бірқатар негізгі стандарттарды енгізуге міндетті, олардың көпшілігі тұтынушылар құқықтарын қорғауға бағытталған. Мысалы, ISO 9001 (СТ РК ISO 9001-2016) ұйымдарда сапа менеджменті жүйелеріне қойылатын талаптарды белгілесе, ISO 22000 тамақ өнімдерінің қауіпсіздігімен байланысты. Қазақстанда ISO 22000:2018-ге толықтай балама ұлттық стандарт СТ РК ISO 22000-2019 (2019 жылғы 18 қарашадағы № 426-од бұйрығымен енгізілген). ISO 14001 экологиялық менеджментке қойылатын талаптарды (СТ РК ISO 14001-2016), ISO 31000 тәуекелдерді басқару бойынша ұсыныстарды (СТ РК ISO 31000-2020), ал ISO 26000 (СТ РК ИСО 26000-2011) корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік мәселелерін реттейді. Осы стандарттар - Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау деңгейін жоғарылатуға, халықаралық деңгейде мойындалған нормаларға сәйкес болуға ықпал ететін басты құрал.

Осылайша, Қазақстанның заңнамасы халықаралық стандарттар мен құжаттарға сай болғандықтан, ел өз тұтынушыларының құқықтарын қорғау деңгейін нығайтады және жаһандық нарықта жауапты да бәсекеге қабілетті қатысушы имиджін қалыптастырады.

Қорытындылай келгенде Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау бойынша қазіргі ұлттық заңнама жүйесін қарастырудан байқағанымыздай, тұтынушылар құқықтарын қорғау тәсілдері айтарлықтай

эволюцияға ұшыраған. Әсіресе, ұлттық стандарттарды халықаралық нормаларға сәйкестендіру және ғаламдық ынтымақтастыққа белсенді қатысу тұрғысынан ілгерілеу анық байқалады. Кеңестік жоспарлы экономикадан белсенді нарықтық экономикаға өткен мемлекет ретінде Қазақстан тұтынушылар құқықтарын қорғау заңнамасын халықаралық стандарттарға бейімдеудің маңыздылығын жете түсінеді. Бұл - Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын дүниежүзілік деңгейде қорғалуын қамтамасыз етіп қана қоймай, елдің жаһандық экономикаға ықпалдасып, сауда-экономикалық байланыстарын күшейтуіне ықпал ететін маңызды қадам.

Қазақстанның тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы саясаты халықаралық тәжірибенің ықпалына ұшырауда, бұл ретте түрлі халықаралық ұйымдар мен келісімдердің қызметі маңызды рөл атқарады. Олар тұтынушыларды қауіпсіздікпен қамтамасыз ету, әділ сауда және негізгі тауарлар мен қызметтерге қолжетімділікті қамтамасыз ететін қағидаттар мен шектеулерді ұсынады.

Осылайша, қазіргі таңда Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғаудың заңнамалық жүйесі мынадай басты нормативтік құжаттармен қалыптасқан:

- Қазақстан Республикасы Конституциясы, онда қауіпсіздік, ақпарат алу және залалды өтеу құқығы сияқты негізгі құқықтар бекітілген;
- «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң, тұтынушылар құқықтары мен кәсіпкерлер міндеттерін егжей-тегжейлі айқындайтын негіз қалаушы акт;
- Азаматтық кодекс, шарттық қатынастарды реттейтін және дауларды шешудің құқықтық механизмдерін ұсынатын база;
- Салалық актілер, олар денсаулық сақтау, қаржы, цифрлық нарық сияқты жеке салалардағы бірегей мәселелерді реттейді;
- Заңға тәуелді актілер (Үкімет қаулылары, министрліктер мен ведомстволардың бұйрықтары), заңдардың орындалу тәртібі мен ерекшеліктерін нақтылайды;
- Қазақстан Республикасы Жоғарғы Сотының нормативтік қаулылары, соттарға заңнаманы дұрыс қолдану жөніндегі түсініктемені қамтамасыз етіп, бірыңғай сот тәжірибесін қалыптастырады.

Дегенмен, осы заңдардың болуы тұтынушыларды қорғаудың тиімділігін толықтай кепілдендірмейді. Тұтынушылар құқықтарын қорғаудың тиімділігі - заңдардың тұтынушылар мүдделерін қалай қорғай алатындығында, әділетті іскерлік тәжірибесіне жағдай жасауында және өркениетті нарық ортасын қалыптастыруында көрінеді.

Сондықтан бүгінгі таңда Қазақстанда тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңнама цифрландырудан, жаһандану үдерісінен туындаған жаңа сын-қатерлерге, оның ішінде трансшекаралық келісімшарттар санының өсуіне және цифрлық платформалардың жаһандық таралуына байланысты одан әрі жетілдіру сатысында тұр.

Заңнама реформасын жүргізу үшін тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы қолданыстағы заңдардың тиімділігін бағалау қажет. Ал бұл -

заңдардың орындалуын, тұтынушылардың құқықтары мен іскерлік ортаға ықпалын, бизнестің заңдарды орындау дәрежесін және олардың қолданылу барысындағы кедергілерді талдаудан тұрады. Осы мәселелердің әрқайсысы заңнаманың шынайы өмірде қаншалықты тиімді екендігін көрсетеді.

Тұтынушылар құқықтарын қорғау заңнамасының орындалуы оны орындауды қамтамасыз ететін уәкілетті органдар қызметіне байланысты. Қазақстанда бұл функция негізінен Сауда және интеграция министрлігіне және жергілікті атқарушы органдарға жүктелген. Тиімділік жеткілікті қаржыландыруға, кадрмен жарақтандыруға, қызметкерлерді тұрақты оқытуға байланысты. Оған қоса, ведоствоаралық үйлестіру жоғары деңгейде болуы тиіс.

Заңнама тұтынушыларға қауіпсіз тауарлар мен қызметтерді кепілдікпен ұсыну, шынайы ақпарат беру және келтірілген залалды өтеу тетіктерін қамтамасыз етуі керек. Бұл ережелердің іс жүзінде қаншалықты орындалатынын шағымдарды қарау статистикасынан, тауарлардың кері қайтарылу жиілігінен және жалпы тұтынушылардың қанағаттану деңгейінен көруге болады.

Тағы бір маңызды өлшем - кәсіпкерлердің заң талаптарына сәйкестік деңгейі, оның ішінде жалпы заң талаптарын сақтау ғана емес, сонымен қатар халықаралық жалпы және арнайы стандарттарды (ISO 9001, ISO 22000 және т.б.) орындауы. Егер кәсіпкерлер заңнамалық стандарттарды үнемі сақтап немесе одан да жоғары деңгейде орындап отырса, бұл тұтынушыларға қауіпсіз орта қалыптасқанын көрсетеді.

Алайда күшті заңнамалық базаның болуына қарамастан, тұтынушылар құқықтарын қорғау іс жүзінде түрлі себептерге байланысты қиындықтарға тап болуы мүмкін. Мысалы, заңнаманың күрделілігі салдарынан, не тұтынушылардың құқықтық сауатының төмендігінен, не әртүрлі ведомстволардың құқық қолдану қызметіндегі үйлесімсіздіктен, не ресурстардың жетіспеуінен проблемалар туындайды. Осындай олқылықтарды шешу үшін кешенді тәсіл, яғни заңнаманы жетілдіру, цифрлық дағдыларды дамыту, мемлекет пен қоғамның бақылауы, бизнес пен қоғамдық ұйымдардың ынтымақтастығы, сондай-ақ экологиялық тұрғыдан ұтымды нарық қатысушыларының мінез-құлқын қалыптастыру қажет.

Осы бөлімшеде біз Қазақстандағы тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы нормативтік-құқықтық базаны қарастырып, заңнама жүйесінің тиімділігін бағалау критерийлерін айқындадық. Бұл бізге келесі тарауларда туындап отырған мәселелерді тереңірек зерделеуге, тұтынушылар құқықтарын қорғау бойынша қазақстандық заңнама жүйесінің тиімділігіне баға беруге мүмкіндік береді. Негізгі критерийлер - тұтынушылар құқықтарын іске асыру жағдайлары, құқық қолдану тетіктерінің жай-күйі, құқықтық қорғаудың қолжетімділігі және т.б. Осы талдау арқылы біз қолданыстағы заңнаманың мықты және әлсіз тұстарын анықтап, Қазақстандағы тұтынушылар мүдделерін қорғауға бағытталған заңнаманы одан әрі қалай жетілдіруге болатынын болжап, ұсыныстарды тұжырымдаймыз.

2 ТҰТЫНУШЫЛАР ҚҰҚЫҚТАРЫН ҚОРҒАУ МЕХАНИЗМДЕРІН ЗАМАНАУИ СЫН-ҚАТЕРЛЕР КОНТЕКСТІНДЕ ЖЕТІЛДІРУ

2.1 Қазақстан Республикасының заңнамасындағы тұтынушының құқықтық мәртебесі және оны тұжырымдамалық тұрғыдан кеңейтудің перспективалары

Тұтынушының құқықтық мәртебесін нақты әрі бірмағыналы айқындау азаматтардың тауарлар мен қызметтерді сатып алу кезіндегі мүдделерін қорғауға бағытталған тиімді жүйені қалыптастыруда аса маңызды рөл атқарады. Ғылыми әдебиетте «тұтынушы» термині жеткілікті айқын белгіленбеген немесе шектен тыс тар болып қалса, сот талқылаулары барысында қайшылықтар мен құқықтық анық еместік туындайтыны, сондай-ақ сатып алушыны қорғауға бағытталған нормаларды іс жүзінде қолдануда қиындықтар пайда болатыны бірнеше рет атап өтілген. Электрондық сауданың және цифрландырудың белсенді дамуы аясында бұл мәселенің өзектілігі тіпті арта түсуде, өйткені тауарды тек тұрмыстық мақсатта сатып алу туралы классикалық түсінік көптеген жағдайларда тым шектеулі болып шығады.

Бұған қоса, «тұтынушы» ұғымының нақты дефинициясы мәмілелер жасауды ашық әрі ыңғайлы ететін тұтас құқықтық алаң құру және құқық қолдану тәжірибесінің біркелкілігін қамтамасыз ету үшін де қажет. Ықшам емес тұжырымдамалар сот шешімдерінде екіұшты түсіндіруге алып келіп, даулардың туындауына түрткі болады және сатушылар мен қызмет көрсетушілер тарапынан адал емес әрекеттерге жол ашуы мүмкін. Мұндай мәселеге деген қызығушылықтың күшеюі, бір жағынан, электрондық коммерцияның қарқынды өсуі мен экономиканың тұтас секторларының трансформациялануымен байланысты. Тұтынушылық құқық енді классикалық бөлшек сауда-саттық кезіндегі сатып алушыны қорғаумен шектелмейді. Бүгінде ол виртуалды өнімдермен жасалатын мәмілелерді, жазылудың әртүрлі нысандарын, кешенді қызметтер пакеттерін, сондай-ақ азамат сатып алған тауардың бір бөлігін кәсіпкерлік мұқтаждықтарға пайдаланатын жағдайларды да қамтиды.

Біз зерделеген көптеген авторлардың ғылыми еңбектерінен «тұтынушы» ұғымын анықтауға қатысты әдістемелік көзқарастардың көпқырлы екенін көруге болады. Көп жағдайда талдау нысанасы ретінде зерттеліп отырған ұғымның әлеуметтік-құқықтық тұрғыдан қаралуы баса айтылып, онда тұтынушының осалдығы, яғни оның жеткілікті білім мен ресурстарға ие болмай, кәсіби сатушыға төтеп бере алмауы, сол себепті ерекше қорғау шараларына мұқтаждығы атап көрсетіледі.

Экономикалық-құқықтық талдау шеңберінде авторлар [85], [86] тұтынушы сұраныс қалыптастыратынын және сонымен қатар экономикалық үдерістердің тұрақтылығына ықпал ететінін, осының салдарынан сатып алушы құқықтарын қорғау тетіктері бәсекелестіктің орнықтылығын да қолдайтынын атап көрсетеді. Бұған қоса, мұнда адамгершілік қыры да қарастырылады, өйткені тұтынушы таңдауы адал сауда қағидалары мен қоғамдағы өмір сүру

сапасына жауапкершілікті қамтитын мәдени және әлеуметтік құндылықтарды да бейнелейді. Мәселен, Д.Плаксин, И.Разин, А.Белоусов [87], Е.Осипова [88] және S.Koos [89] өз жарияланымдарында сатып алушының әлсіз позициясы, ең алдымен, оның кәсіби білімі жетіспеуінен және шарт мазмұнын талқылай алмауынан туындайтынын атап өткен. Авторлар сатып алушының тауар айналымының негізгі қатысушысы ретіндегі айрықша экономикалық әрі әлеуметтік рөлін айқындайды [90].

Сонымен қатар кейбір зерттеулерде авторлар нарықтық жағдайлардың тез өзгеруі адамдардың тауарлар мен қызметтерді ең әртүрлі мақсаттарда пайдаланатынын ескеретін анағұрлым икемді анықтамаларды талап етеді деп санайды [91].

Бұған дейінгі зерттеуімізде алынған нәтижелерге сүйенсек Surikpaeva, A. [92], Қазақстанда тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың құқықтық тетігін жетілдіру азаматтардың және бизнестің мүдделерін уақытылы теңгерімді ету қажеттілігін талап етеді. Қоғам мүшелерінің барлығы дерлік тауарлар, жұмыстар мен қызметтерді тұтынып, өз құқықтарының бұзылуына жиі ұшырайтыны туралы диссертацияда айтылған тұжырым нарықтық қатынастардың барлық деңгейлерінде тиімді құқықтық қорғауды қамтамасыз ету қажеттігін айқындай түседі.

Осы ретте, Карагусов Ф.С. және Бондарев А.Б. зерттеуінде де «тұтынушы» ұғымының Қазақстан Республикасының заң жүйесіндегі рөлі мен оны ЕАЭО деңгейіндегі міндеттемелермен және Еуропалық Одақтың озық тәжірибелерімен үйлестіру маңыздылығы ерекше атап көрсетіледі. Авторлар ұлттық құқықта тұтынушылар құқықтарын қорғау нормаларының жалпы жүйедегі орнын нақтылауды, Азаматтық кодексте «тұтынушы» терминін жан-жақты айқындауды, сондай-ақ жаңа экономикалық реалияларға (мысалы, өзін-өзі жұмыспен қамту, «аралас» сипатты мәмілелер) бейімделген реттеушілік тетіктерді енгізуді ұсынады [14]. Бұл заңнамалық қадамдар, олардың пайымдауынша, тұтынушылар мәртебесін айқындаудағы олқылықтарды жойып, ЕАЭО шеңберінде құқықтарды қорғауды біріздендіруге де ықпал етеді.

Осылайша, «тұтынушы» ұғымын қатаң әрі әмбебап формулаға сыйғызуға ұмтылу аса орынды емес екені бізге анық болды. Мұны шетелдік құқықтық жүйелерді салыстырмалы түрде зерделеу нәтижелері де растайды.

Мәселен, Грецияда тұтынушыны қорғау нормалары кей жағдайларда шағын заңды тұлғаларға да қолданылуы мүмкін, ал Бразилия заңнамасы «тереңдетілген финализм» доктринасын қолданып, формальды тұрғыда басқа мәртебеге ие болса да, объективті көрсеткіштер бойынша патернализмді қажет ететін тұлғаларды қорғайды. Бірқатар еуропалық елдерде (Ұлыбритания, Польша, Бельгия) егер мәміленің кәсіпкерлік құрамдас бөлігі басым болмаса, «аралас» мақсаттағы шартқа тұтынушылық сипат беріледі [93].

Бұл мысалдардың барлығы азаматтар мен коммерциялық ұйымдардың өзара іс-қимылының әртүрлі нысандарын ескеретін анағұрлым икемді және көпдеңгейлі реттеу қажеттігіне шақырады.

Қазақстан үшін Еуропалық одақтағы «орташа тұтынушы» концепциясын талқылау тәжірибесі ерекше назар аударуға тұрарлық, ол [94] адал емес

коммерциялық іс-қимылдар туралы істерді қарау кезінде кеңінен қолданылады. Әдетте, бұл «орташа тұтынушы» жеткілікті хабардар және мұқият деп есептелінеді, алайда ЕО-ға мүше жекелеген мемлекеттердің соттары ұлттық мәдениет пен нақты әлеуметтік жағдайлардың ерекшеліктерін ескере отырып, осы критерийлерді бейімдеуі мүмкін. Нәтижесінде, кейбір жағдайларда кәсіпкерлер өздерінің адал әрекет еткенін барынша дәлелдеуге мәжбүр болады. ЕО саясаты, жалпы алғанда, тұтынушылық құқықты біріздендіруге және үйлестіруге ұмтылғанымен, нақты нормаларды іске асыру мен нақтылауда жекелеген елдерге әлі де белгілі бір еркіндік беріліп отыр [95].

Қазақстанда тұтынушы ұлттық заңнамада тауарлар мен қызметтерді кәсіпкерлік қызметпен байланысты емес мақсатта сатып алатын жеке тұлға ретінде айқындалған («Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның 1-бабының 15) тармақшасы). Осылайша Қазақстан іс жүзінде классикалық үлгіні ұстанады. Мұндай жағдайда заңды тұлғалар мен өте ұсақ ауқымда жұмыс істейтін кәсіпкерлер «тұтынушы» заңды анықтамасына кірмейді.

Елімізде жеке сатып алушыларға, яғни тұтынушы ретінде танылатын тұлғаларға арналған базалық құқықтық кепілдіктер қалыптасты, мұнда тұтынушыны физикалық тұлға ретінде анықтайтын дәстүрлі тәсіл негізге алынған. Атап айтқанда, «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң мен Азаматтық кодекске сәйкес азаматтық-құқықтық қатынастардың субъектісі ретінде тұтынушының сенімді ақпарат алу, өнімнің қауіпсіздігі, залалды өтеу сияқты маңызды құқықтармен қатар өзге де құқықтары мен міндеттері бар.

Азаматтық кодекс тұтынушының мәртебесін шарттық құқықтық қатынастар аясында нақтайды. Кодексте жеке тұлғалардың кез келген шарттарды (шарт еркіндігі қағидаты, тараптар құқықтарын қорғау, алдауға және жаңылдыруға тыйым салу) жасасу және орындау мәселелерін реттейтін жалпы ережелер, сондай-ақ жеке тұлғалардың коммерциялық ұйымдармен қатынасын реттейтін (387-390-баптар) нормалар қамтылған, атап айтқанда бөлшек сауда-саттық шарты, қызмет көрсету, мердігерлік және т.б., мұның тұтынушының құқықтық мәртебесіне тікелей қатысы бар.

Шарттық қатынастарда тұтынушы құқықтарын сатушылар мен қызмет көрсетушілер тарапынан адал емес әрекеттерден қорғауға ерекше көңіл бөлінеді. Мәселен, егер тұтынушының құқықтары бұзылса (сапасыз тауарды өткізу немесе сипаттамаларына сай келмейтін қызмет көрсету сияқты), Азаматтық кодекс тұтынушыға келтірілген залалды өтеуді, төленген ақшаны қайтаруды немесе тауарды сапалы тауарға ауыстыруды талап етуге мүмкіндік береді. Мұндай қорғау азаматтық-құқықтық әдістер арқылы сот тетіктері негізінде жүргізіледі, мұнда тұтынушы талапкер ретінде бұзылған құқықтарын қалпына келтіруді талап ете алады. Өз кезегінде тұтынушылар да сатып алынған тауарларды адал ниетпен пайдалануға, оларды уақытылы төлеуге және басқа да шарт талаптарын сақтауға міндетті.

Бүгінде қазақстандық құқықтық жүйе электрондық сервистер мен формальды түрде «тегін» өнімдер көбейген замандағы классикалық сауда механизмі күрделенуіне байланысты туындайтын жаңа сын-қатерлермен бетпе-бет келуде. Осыған орай қалыптасқан дәстүрлі тәсіл әлсіз тұстарын көрсетуде.

«Тұтынушылық» шарттардың қалыптасқан үлгілеріне формальды түрде кірмейтін түрлері пайда болуда. Сатып алынған тауарлар мен қызметтер аз көлемде болса да кәсіпкерлік мақсаттарда қолданылып жатады. Бұл «тұтынушы» ұғымын нақтылатып, құқықтың тиісті нормаларын түзету қажеттігін туғызады, нәтижесінде электрондық коммерция, икемді жұмыспен қамту және азаматтық айналымның өзге де қазіргі заманғы даму тенденциялары неғұрлым толық ескеріледі.

Мәселен, «Цифрлық құқықтарды сақтау рейтингі 2023» атты зерттеуге сәйкес, қазақстандық цифрлық платформалардың басым көпшілігі пайдаланушыларға жеке деректерді қорғау, контент модерациясы тетіктері және мемлекеттік органдармен өзара іс-қимыл шарттары туралы жеткілікті ақпарат ұсынбайды, бұл пайдаланушылар мен қызмет көрсетушілер арасындағы теңсіздікті айқындап, мұндай қатынастарды тұтынушылық қатынастар деп мойындау қажеттілігін көрсетеді [96].

Айқын байқалып отырғандай, азаматтар жиі «цифрлық» тауарлар сатып алады, сервистерге жазылады немесе классикалық бөлшек сауда-саттық үлгісіне сай келмейтін онлайн-платформаларды пайдаланады. Атап айтқанда, қосымшаларды «тегін» ұсыну және оның орнына жеке деректермен төлеу мәселесі туындайды, бұған қоса мұндай келісімдерге тұтынушылардың құқықтарын қорғау нормаларын қолдану қажет пе деген сауал туындайды.

Тағы бір маңызды проблема - «аралас» мәмілелер, яғни жеке тұлға бір тауарды бір мезгілде үй шаруасына да, шектеулі кәсіпкерлік мақсаттарға да пайдаланады, алайда ол объективті түрде бәрібір осал тарап болып қала береді. Бұл әсіресе ұсақ ауыл шаруашылығы өндірушілері мен қолөнершілерде айқын көрінеді. Формальды түрде олар шаруашылық субъектілері болып саналуы мүмкін, бірақ шын мәнінде олардың кәсіпкерлік салмағы өте аз болғандықтан, тұтынушыға арналған қорғаныс шараларына мұқтаж.

Заңгер-ғалымдар [97] бұл мәселелерді шешу көбінесе заңнамадағы тиісті нақтыланған ережелердің болуына, «аралас» мәмілелер ұғымын заң жүзінде бекітуге және осал санаттар үшін арнайы режимді қамтамасыз етуге байланысты деген пікірде. Қазақстанда мұндай осал топтарға қосымша қорғау шараларын белгілеуге бағытталған әлеуметтік заңнама бар (атап айтқанда, Әлеуметтік кодекс), онда кәмелетке толмағандар, мүгедектігі бар немесе егде жастағы адамдар сияқты санаттар айқындалған. Алайда бұл кепілдіктер азаматтық-құқықтық қатынастар саласында тікелей көрініс таба бермейді. Егер біз осалдық өлшемшарттарын нақты белгілеп, «тұтынушы» ұғымын кеңейтсек, қорғалмаған топтарға қатысты теріс пайдаланушылықтың алдын алуға және әлеуметтік әділеттілік қағидаттарын нығайтуға зор мүмкіндік туады.

Сонымен қатар, әлемдік аренада тұтынушыны қорғаудың этикалық қырлары барған сайын маңызды рөл атқарып келе жатқанын да байқадық. Заманауи зерттеулер (Chatzidakis, Shaw, Allen) [98] көптеген сатып алушылар үшін тауардың бағасы мен сапасынан басқа, оның экологиялық сипаты, өндірушінің әлеуметтік жауапкершілігі және өзге де материалдық емес факторлар шешуші рөл атқаратынын айқындайды. Демек, құқықтық реттеу тек

заңды тұжырымдамаларды ғана емес, жасалатын мәмілелердің моральдық мазмұнын, сондай-ақ «этикалық тұтыну» сияқты ұғымдарды да ескеруге тиіс.

Біздің зерттеулеріміз көрсеткендей, тұтынушының құқықтық мәртебесі туралы нормативтік ұстанымдарды қайта қарау бірқатар себептер бойынша қажет. Негізгілері - электрондық сату арналарының кеңеюі, кәсіпкерлік қызмет құрылымының өзгерістері [99], «аралас» мәмілелердің барынша айқын байқалуы, осал әлеуметтік топтар санының өсуі және тұтынудың моральдық тұрғыдан маңызды аспектілерінің өзектендірілуі.

Демек, «тек жеке мақсатта тауар сатып алатын жеке тұлға» деген классикалық модель қазіргі сауда айналымының талаптарына икемсіздеу болып отыр. Басқаша айтқанда, бүгінгі экономика жағдайында және шынымен де қорғанысты қажет ететіндердің тиімді құқықтық қорғалуын қамтамасыз ету мақсатында «тұтынушы» ұғымын қайта қарау қажет деп санаймыз.

Қолданыстағы «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңда тұтынушы деп кәсіпкерлік мақсаттарға байланысты емес жеке (тұрмыстық) қажеттіліктері үшін тауар (қызмет) сатып алатын немесе пайдаланатын жеке тұлға түсініледі (1-бап). Мұндай тәсіл тауарды кәсіби кәсіпкерлік мақсатты көздемей сатып алушыны «слабая сторона» (осал тарап) деп тануға негізделген континенттік Еуропа құқықтық жүйелеріне де таныс [100]. Алайда қазіргі экономикада бұл тәсіл әрдайым тиімді бола бермейді. Тәжірибеде азамат тауарды тек үй шаруашылығына ғана емес, сонымен бірге біршама шағын бизнеске де пайдалана алады, бірақ оның осалдығы классикалық тұтынушымен шамалас болып қала береді.

Заңды сөзбе-сөз түсінгенде, кез келген, тіпті болмашы кәсіпкерлік мақсат тұтынушыны «тұтынушы» санатынан шығарып тастауы мүмкін. Заңда тауарды коммерциялық мақсатта аз мөлшерде пайдалануға және толыққанды кәсіпкерлік қызметке жататын пайдаланудың арасындағы нақты шек айқындалмаған. Мұндай анық еместік, объективті белгілер (тәжірибенің болмауы, сатып алынатын тауарлардың шамалы көлемі, жүйелі табыстың болмауы) бойынша әлсіз қорғалған жеке тұлғаға тұтынушы мәртебесін беруге кедергі жасайды. Аталған қайшылықты ахуал ұсақ фермерлер мен қолөнершілер мысалында айқын көрінеді. Олар өндірген өнімінің бір бөлігін сатылымға бағыттайтын болғандықтан, «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның қорғау құралдарын пайдалана алмай қалуы мүмкін.

Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексінде шарт еркіндігі қағидаттары, адал ниеттілік және басқа да жалпы нормалар, сондай-ақ жекелеген мәмілелер түрлері үшін жеңілдетілген режимдер көзделген. Дегенмен, мұнда да «тұрмыстық» пайдалану мен ішінара кәсіби пайдалану айырмашылығы егжей-тегжейлі түсіндірілетін арнайы тарау жоқ. Бұдан бөлек, сауданы реттейтін қазақстандық заңға тәуелді актілерде кез келген табыс алу тауарды пайдаланудың кәсіпкерлік сипатын білдіреді деген ұстаным көбірек байқалады. Бұл тауарды сатып алғаннан кейін тіпті аз көлемде кіріс табатын адамдардың өзі «тұтынушы» құқықтары жүйесіне іліге алмайтын жағдайды одан әрі күрделендіреді.

Ал заманауи нарықтық ортада жеке тұлға көп жағдайда тауарларды тек жеке мақсатта ғана емес, сонымен бірге толыққанды бизнес жүргізуге жатпайтын қызметте де пайдаланады. Мысалы, азамат сатып алған техниканы өз қажеттілігіне пайдаланып қана қоймай, оны жалға беріп немесе жартылай кәсіпкерлік қызметте қолдануы мүмкін, бірақ ресми түрде кәсіпкер ретінде тіркелмеген болса, де-юре ол «бизнес» субъектісі болып танылмайды. Осындай ұқсас жағдайлар онлайн саласында да кездеседі - азамат цифрлық сервистерді жартылай кәсіби жобалар үшін де пайдаланады. Мұндай жағдайларда «тұтынушы» ұғымының формальды анықтамасы әрдайым әділетті нәтиже бере бермейді, себебі экономика тұрғысынан қарағанда, ол тұлға заңмен кепілдендірілген қорғанысқа мұқтаж, алайда тауарды пайдаланудағы мардымсыз «кәсіпкерлік» бөлігі үшін бұл құқықтық қорғаудан айрылуы мүмкін.

Мұндай мәселелер, әсіресе, «аралас» мәмілелерде айрықша көрініс табады. Халықаралық тәжірибе (мысалы, Германия, Қытай) [101] түрлі шешімдер әзірледі. Кейбір елдерде ұсақ фермерлер немесе шығармашылық қызметтегі адамдар, егер мәміленің кәсіпкерлік мақсаты басым болмаса, тұтынушыларға теңестіріледі. Қазақстан заңнамасы әзірге мұндай тәсілдерді тікелей бекітпейді, осының нәтижесінде заңдағы сатып алушының формальды анықтамасы мен нақты азаматтың шарттағы осалдығы арасындағы қайшылық туындайды.

Қазақстандық заңнаманы зерделей отырып, «тұтынушы» ұғымының қолданыстағы нормативтік-құқықтық бекітілуі екіұшты сипатқа ие деген қорытындыға келдік.

Бір жағынан, «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң және ҚР АК жеке мақсатта тек тұрмыстық қызметпен айналысатын жеке тұлғаларға арналған анық әрі түсінікті қорғау моделін қалыптастырады, бұл тұтынушы мәртебесі мен оның құқықтарын анықтайтын классикалық тәсілге сай келеді.

Екінші жағынан, «ішінара кәсіби» сипаты бар бірқатар мәміле, осал тарап мәселесі әлі толық реттелмеген. Бұл жағынан алғанда азаматтардың қорғаушы нормаларға қолжетімділігі біршама шектеулі болып отыр.

Біздіңше, онлайн-нарықтың дамуы, өзін-өзі жұмыспен қамту мен кіріс табудың икемді формаларының кеңеюі нақты жағдайларды (бизнес құрамдас бөлігінің ауқымы, ресми тіркелу немесе оның болмауы, сатып алушының осалдық деңгейі) ескеруге мүмкіндік беретін және «кәсіпкерлік мақсат бар/жоқ» деген қатаң өлшеммен шектелмейтін анағұрлым икемді құқықтық тетікке деген мұқтаждықты көрсетеді. Мұндай тетік болмаған жағдайда, шын мәнінде қорғанысқа мұқтаж азаматтардың едәуір бөлігі «тұтынушы» ұғымынан тыс қалып, даулы жайттарды арнайы заңнамалық кепілдіктерсіз шешуге мәжбүр болады.

«Аралас» мәмілелер мәселесі физикалық тұлға алынған мүлікті бір мезгілде тұрмыстық және ішінара кәсіби қажеттіліктерге пайдаланатын, бірақ кәсіпкерлік құраушы бөлігі басым емес жағдайларда айқын байқалады. Классикалық мысал - ұсақ фермер немесе жеке қосалқы шаруашылық иесі, жабдықтарды және тұқымдарды «өзіне де, сатуға да» алып отырады.

Қазақстандық (және көптеген өзге) құқықтық жүйелерде «тұтынушы» ұғымына (тек тұрмыстық қажеттіліктер үшін тауарлар сатып алатын жеке тұлға) негізделген ресми анықтама мұндай жағдайларда азаматты «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңмен қорғалатын тұлғалар қатарына жатқызу керек пе, жоқ па, нақты көрсетпейді.

Халықаралық доктринадағы дәстүрлі көзқарасқа сәйкес (Howells, G., Ramsay, I., & Wilhelmsson, T.) [102], егер шарттан пайда көру мақсаты байқалса, азамат автоматты түрде «тұтынушы» мәртебесінен айырылады. Алайда заманауи зерттеулер, соның ішінде шетелдік зерттеулер, «кәсіпкерлік мақсаты жоқ» деген критерийге қатаң сүйену нарықтық тәжірибені толық көрсетпейтінін көрсетіп отыр. Мәселен, бұған дейін айтылғандай, Еуропалық одақ елдерінде (Германия т.б.) «аралас» мәмілелердің болуы жиі мойындалады, мұнда жеке тұлға әлсіз тарап болып қала береді және объективті түрде қорғауға зәру, бірақ іс жүзінде аз ғана кәсіби мүддесі бар. Сол секілді дилемма Қытайда да кездеседі, онда «Тұтынушылардың құқықтары мен мүдделерін қорғау туралы» Заң [103] (1993 ж., 2013 ж. түзетулерімен) кейбір санаттағы ауыл шаруашылығы өндірушілерін де уязвимый тұтынушы деп қарастырып, олардың шектеулі ресурстары мен құзыреттерін ескеріп, қорғайды.

«Тұтынушыға» «кеңейтілген» көзқарастың ең көп сілтеме жасалатын мысалдарының бірі - Еуропалық Одақ Соты қараған Gruber v. BayWa [104] ісі. Онда талапкер - фермер - материалдарды ішінара өз шаруашылығына, ішінара «үйге» сатып алған, және ол тұтынушы құқықтарын қорғайтын нормаларға жүгіне ала ма деген сауал көтерілген. ЕО Соты «кәсіби аспекті басым болмаса, сатып алушы тұтынушы мәртебесін сақтайды, демек мәміле тұтынушылық деп танылуы мүмкін» деп атап өтті. Осындай тәсіл «Рим I» регламентінде, «Брюссель I Bis» [105] сияқты басқа да еуропалық құқықтық актілерде көрініс тапқан, олар «қосарлы мақсаттағы» шартты неғұрлым икемді түсіндіруге мүмкіндік береді. Оның мәні - азамат тек қана біршама бөлігі кәсіби қызметке арналған деген желеумен тұтынушы ретіндегі қорғаныстан айырылмауы керек.

Ресей сот тәжірибесі де (Е. А. Зарубина ғылыми мақаласында атап көрсетілгендей) [106] осындай қайшылықтарға тап болып отыр. Авторлар «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң нормаларын қолданған кезде «кәсіпкерлік мақсат» қаншалықты ауқымды болғанын анықтау қажеттілігі туындайтынын айтады, себебі бұл азаматтың тұтынушылардың құқықтық режимінен шығып қалу-қалмауын шешеді. Бұл мәселелер, әсіресе, шекарааралық істерде ушығып, сот тұрмыстық қажеттілік өлшемін формальды қолданып, тауарды пайдалану кәсіби тұрғыдан елеусіз екенін ескермеуі мүмкін екені айтылған [107].

Бұл мәселе, әсіресе, ұсақ фермерлер, жеке қосалқы шаруашылық иелері, қолөнершілер тұрғысынан маңызды. Формальды түрде олар кейде (тіпті тіркелмесе де) кәсіпкер ретінде қарастырылуы мүмкін, бірақ толыққанды бизнес-субъектке тән экономикалық ресурстар мен білімге ие емес. Сәйкесінше, жабдықты немесе шикізатты жеткізуші сынды кәсіби сатушымен болған дау-дамайларда олар іс жүзінде кәдімгі тұтынушы секілді «әлсіз тарап»

болып табылады. Ресей мен Қытай құқықтық жүйелерінде мұндай топтарды «жартылай кәсіпкерлер» деп танып, оларды қорғау бағытында қозғалыс байқалады. Қытайда бұрын аталған заңға сәйкес, ауыл шаруашылығы өндірушісі күнделікті қажеттіліктеріне пайдалану және ауқымды коммерциялық қызметке жатпайтын жағдайларда тұтынушы деп танылуы мүмкін. Осындай пікірталастар Германия мысалындағы ЕО-да да өрбіп келеді, онда «кәсіби элементтің басым еместігі» дәлелденуі маңызды.

Бұл доктринаның негізгі логикасы - мұндай тұлғалар (ЖҚШ, ұсақ фермерлер) нарыққа толыққанды қатысушы ретінде қабылдана алмайды, өйткені оларда қажетті ақпаратқа қол жеткізу, жеткілікті құзыреттер мен шығынды өтеу мүмкіндігі жоқ. Жарияланған деректер бойынша Қазақстан халқының 42%-ы ауылдық жерде тұрады, және өндірілетін өнімнің едәуір бөлігі жеке тұтынуға кетеді [108].

Сондықтан олар «тұтынушылардың» құқықтық нормативтік жеңілдетілген қорғау механизмдерінен, жосықсыз шарт талаптарынан бас тартудан және басқа да тұтынушылық заңнамаға тән преференциялардан автоматты түрде айырылмауы тиіс.

«Тұтынушы» ретінде жеке тұлғаны тануға формальды кедергілерді еңсеру үшін «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» ҚР Заңына «аралас» мәміле мәселесін реттейтін тікелей түзетулер енгізу орынды деп санаймыз. Вариант ретінде кәсіпкерлік мақсаттың «шекті» көрсеткішін белгілеу көзделуі мүмкін. Мысалы, егер кәсіпкерлік табыстың үлесі жалпы сатып алудың 20-30%-нан аспаса, азамат тұтынушы мәртебесін сақтайды. Ұқсас шешімдер ЕО елдерінде, атап айтқанда, Германияда кездеседі. Сондай-ақ азаматты тұтынушылық құқық режимінен шығару үшін мәміленің «кәсіпкерлік» сипатын дәлелдеуді қалайтын жеткізуші немесе сатушы тарапқа жүктейтін презумпция енгізу маңызды. Мұндай тетік бизнеске шарт жасасуға жауапкершілікпен қарауға ынталандырады және контрагенттерге болмашы кәсіби құрамдас бөлікті сылтау етіп, қорғаныш нормаларынан жалтаруға жол бермейді.

Бұдан бөлек, Қазақстан Республикасы Жоғарғы Сотының нормативтік түсіндірмелері арқылы сот тәжірибесін біріздендіруді қамтамасыз етуге болар еді, онда «кәсіпкерлік мақсаттың басым және қосалқы» екенін қалай бағалау керектігі халықаралық тәжірибе негізінде анық көрсетілер еді. Мұндай түсіндірмелерде (Қытай тәжірибесіндегідей) тұлғаның әлеуметтік-экономикалық жағдайы, жекелей кәсіпкер ретінде тіркелмегені, тауарлар мен қызметтердің аз көлемде пайдаланылатыны, оларды негізгі тұрмыстық мақсаттарға жұмсауы және т. б. ескерілетін өлшемшарттар баяндалуы мүмкін. Бұл осындай топтарға шынымен қажет құқықтық қолдауды нығайтып қана қоймай, әр тараптың мәміленің «іскерлік» сипатын дәлелдеуге немесе терістеуге тырысуынан туындайтын ұзақ дауларды азайтуы ықтимал.

Сонымен бірге өзін-өзі жұмыспен қамтығандардың мәселесін ескеру қажет. Егер заң шығарушы (не құқық қолданушы) кәсіпкерлік қызметті ресми тіркемей-ақ кәсіби табыс салығын төлеу арқылы жеңілдетілген салық режимін қолдануды ішінара коммерциялық қызметтің рұқсат етілген түрі деп

қабылдайтын болса, онда бұл тұлғалардың мүдделерін де қорғауға қатысты икемді тәсіл қолданудың қисыны бар. Егер олар тауарлар/қызметтерді шағын көлемде одан әрі коммерциялық пайдалануды көздесе, шын мәнінде толыққанды бизнес субъектісіне тән атрибуттардың бәріне ие болмағандықтан, олар да құқықтық қолдауға мұқтаж.

Жалпы әлемдік тәжірибеге (жоғарыда аталған Gruber v. BayWa ісіндегі ЕО Соты шешімінен бастап) сүйенгенде, «тұрмыстық тұтыну» шеңберіндегі тым тар ауқымды түсініктен «кеңейтілген» концепцияға ауысу байқалады, мұнда мәміле барысында азғантай кәсіби мақсат болса да, азамат осал тарап ретінде танылады. Сол себепті «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Қазақстан Республикасының Заңына «аралас» мәміле жасалған жағдайда кәсіпкерлік элемент айтарлықтай емес болса, тұтынушы мәртебесін тануға қатысты арнайы ережелер енгізу арқылы ұсақ ауылшаруашылық өндірушілерін, жеке қосалқы шаруашылық иелерін, қолөнершілер мен басқа да бизнес-ресурстары жеткіліксіз уязвимый топтарды қамтуға болады. Бұл құқықтық олқылықтарды жойып, тұтынушыларды шынайы экономикалық жағдайға сәйкес қорғауды арттыруға және азаматтар мен кәсіби жеткізушілердің мүдделері арасындағы тепе-теңдікті сақтауға ықпал етеді.

«Аралас» мәмілелер мен осал санаттағы азаматтарды ескерумен байланысты мәселелерге қоса, азаматтық-құқықтық доктринада «әлсіз тарапты қорғау» мәселесін терең зерделеу орталық орынға ие екені заңды. А.В Кузьмина, атап өткендей [109], тұтынушылық шарттар көп жағдайда қосылу шарттары болып келеді, бұл шарт талаптарын жекелей талқылау мүмкіндігін шектейді және сот тарапынан арнайы бақылау тетіктерін қолдануды талап етеді. Іс жүзінде бұл - бір тараптың өз шарттарын диктаторлық түрде ұсынуын болдырмайтын және екінші тараптың даулы немесе өмірлік маңызы бар мәміледен бас тарта алмау тәуекелін төмендететін тетіктерді іздеу. Нәтижесінде шарт еркіндігі қағидаты айқын теңгерімсіздікке түзету жасайтын құралдармен толығады.

«Әлсіз тарапты қорғау» доктринасы екі тараптың да формальды түрде ерік білдіруіне қарамастан, шын мәнінде бір тараптың («күшті» тараптың) монополиялық ақпаратқа, нарықтық үстемдікке немесе басқа бір ресурстарға ие болып, екінші, «әлсіз» тарапқа ықтимал ауыр шарттарды тануға мүмкіндік беретін жағдайларға жауап ретінде пайда болды. Мұндай проблематика бастапқыда роман-герман құқықтық жүйелерінде (қосылу шарты идеясы - «contrat d'adhésion» Раймонд Салейль еңбектерінде) [110], сондай-ақ англо-американдық сот тәжірибеде («procedural unconscionability» және «inequality of bargaining power» теориялары) [111] айрықша көзге түссе, кейіннен басқа құқықтық жүйелерде де орнығып, мәмілелердегі кем дегенде ақылға қонымды тепе-теңдікті қамтамасыз етуге ұмтылды [112].

Кешенді экономика мен жаппай цифрландыру дәуірінде «әлсіз тарапты» қорғау қажеттілігі одан әрі күшейді. Бұрын айтылған «Цифрлық құқықтарды сақтау рейтингі 2023» (Digital Rights Center Qazaqstan, 2023) зерттеуінде екі фактор атап көрсетілген. Біріншіден, келіссөздер жүргізу мүмкіндігі жоқ дерлік шарттар аясы айтарлықтай кеңейді (әсіресе, Интернетте, стандартты оферта

«батырманы басу» арқылы қабылданады). Екіншіден, бөлек қатысушылардың (тұтынушылардың, ұсақ кәсіпкерлердің, өзін-өзі жұмыспен қамтығандардың) осалдығы онлайн-платформалардың иелері немесе монополиялық ойыншылар сияқты ірі корпорациялармен бетпе-бет келгенде айқын көрінеді. Сондықтан да көптеген мемлекеттердің заңнамасы (Германия, Австрия, Қытай және т.б. жоғарыда айтылған) сотқа, егер шарт «қосылу шартында» немесе «келіссөз жүргізу мүмкіндігі айтарлықтай шектелген» жағдайда әлсіз тарапты кемсітетін тұстар болса, оны өзгертуге не тіпті жарамсыз деп тануға құқық береді.

«Әлсіз тарапты қорғау» доктринасының негізгі идеясы - 1916 жылы Новицкий атап өткендей [113], шарттың заңды күші тараптардың ресми ерік білдіруімен ғана шектелмей, әділеттілік, адал ниеттілік, әр тарап үшін талаптардың парасатты алдын ала болжамдылығына да тәуелді болуы керек, шектен тыс ауыртпалықты шарт ережелері болмауы тиіс. Алайда тәжірибеде бұл бірқатар даулы мәселелерді тудырады.

Біріншіден, әртүрлі ұлттық құқықтық жүйелер «теңсіздікті» әрқалай бағалайды - Grebieniow, A [114] көрсеткендей, бір жерде «стандартты нысандарға» (Германия, Франция), басқа жерде «процессуалық әділетсіздікке» («procedural unconscionability», АҚШ) немесе баламасыз келісімге (Ресейдің «қосылу шарты» және «келісілмеген» шарт талаптары) басымдық беріледі.

Екіншіден, «доктрина тек соңғы тұтынушыға ғана қолданыла ма, әлде ұсақ кәсіпкерлерге де тарала ма?» деген сұрақ туындайды. Зерттеушілердің бір бөлігі (Ge J. [115], Yong-Bao L. [116]) патернализм тек физикалық тұлға-тұтынушыларға қатысты ақталуы мүмкін десе, басқалары (Yu-Wen Q. [117], Bisping C.) кейде кәсіпкердің өзі де нарықтағы үстемдігі бар немесе ақпараттық ресурстары ауқымды контрагентпен кездескенде объективті түрде осал болуы мүмкін екенін атап өтеді.

Тағы бір қиындық - шарттың түсініксіз тармақтарын және «шектен тыс ауыртпалықты» талаптар анықталғанда туындайтын салдарды түсіндіру мәселесі төңірегінде туындайды. Зерттеулерде [118] көрсеткендей, көптеген юрисдикцияда «contra proferentem» қағидаты қолданылады, яғни шартты құрастырған тарапқа қатысты барлық күмәнтер соның пайдасына шешілмейді. Кейбір (әсіресе англо-американдық) құқықтық жүйелерде «ақылға қонымды күтулер» (reasonable expectations) доктринасы жиі кездесіп, әлсіз тарап күте алмаған немесе болжамаған ережелерді алып тастауға немесе өзгертуге мүмкіндік береді. Ресейде, мәселен, Ресей Федерациясы Жоғарғы Соты Пленумының 2016 жылғы 24 наурыздағы № 7 «Міндеттемелерді орындамау жауапкершілігі туралы РФ Азаматтық кодексінің кейбір ережелерін соттардың қолдануы жөніндегі» қаулысында [119] шарт мазмұнына әсер ету тұрғысынан тұтынушы/басқа да контрагенттің нақты мүмкіндігі қандай болғанын ескеру қажет екендігі түсіндірілген.

Шетелдік және отандық сот тәжірибесін зерделей келе, «ерік автономиясы» мен «шарт еркіндігі» қағидаттары «әлсіз тарапты қорғау» доктринасымен барған сайын көбірек толықтырылып отырғанын байқадық. Заң шығарушылар мен соттар, бір жағынан, нарық қатысушыларының жеке қалау бостандығын құрметтейтін, екінші жағынан - күшті контрагенттің шамадан тыс

билігін шектейтін тепе-теңдік тетігін құруға тырысуда. Осы тараудың келесі бөлімдерінде нақты экономикалық және технологиялық сын-қатерлер аясында осындай тепе-теңдіктің қалай нығайтылатыны және цифрлық ортаға байланысты жаңа мәселелерге орай «әлсіз тарапты қорғау» доктринасын қолдануды кеңейту қажеттілігі қалай көрініс табатыны талданатын болады.

Thal. S [111] атап өткендей, «қосылу шарты» немесе «procedural unconscionability» деп аталуы мүмкін кейбір айырмашылықтарға қарамастан, жалпы идея - әлсіз тараптың келіссөз жүргізуге немесе басқа таңдау іздеуге нақты мүмкіндігі болмай тұрып, байқатпай немесе әділетсіз енгізілген шарттарға келісуге мәжбүрленуіне жол бермеу екендігін көрсетеді.

Соңғы зерттеулер талданып отырған саладағы бұл доктринаның одан әрі нығаюы және нақтылана түсуі күтілетінін көрсетеді. Онлайн-мәмілелерді құқықтық реттеу жетілдіріліп, ақпаратты ашып көрсету жөніндегі жаңа міндетті талаптар пайда болуда [102].

Франция мен Германия сияқты көптеген мемлекеттер, Grebieniow, A. [114] деректері бойынша, шарт талаптарын сот арқылы бақылау институтын жетілдіріп жатыр, ал интеграциялық бірлестіктер (мысалы, Еуропалық құқық аясында) шарттың «әділетсіз» немесе «ауыртпалықты» екенін тексерудің жалпыға ортақ стандарттарын құруда. Тужилова-Орданская Е.М., Федулина Е.В. (2020) [120] зерттеуінде көрсетілгендей, Францияда «Тұтынушыларды қорғау туралы» Заңда - Code de la consommation-де тараптардың құқықтары мен міндеттерінде елеулі теңгерімсіздік туғызатын шарт талаптарын енгізуге тыйым салынған, демек талқылау мүмкіндігі жоқ тұтынушыға біржақты таңылған талаптар жарамсыз деп танылады.

Германияда да осындай қағидат Азаматтық заңнама жинағының (BGB) 305-310-параграфтарында көзделген, онда стандартты шарт талаптары (Allgemeine Geschäftsbedingungen) адал ниеттілік қағидаттарына қайшы келетін жағдайда екінші тарапты тиімсіз жағдайға қоймауы керектігі, ал егер ол ауыртпалықты болып, дербес келісім болмаған жағдайда, мұндай талаптар жарамсыз деп танылады.

Алайда соттың қаншалықты араласуы орынды екенін және азаматтық айналымның қарқынын тежеп, артық анық еместік туғызбау үшін қандай шекте қою керектігін анықтау - өзекті мәселе болып қалуда. Сондықтан да «әлсіз тарапты қорғау» доктринасы ғылыми ортада қызу талқыланып жатыр және экономика мен технологиялардың күрделене түсуіне байланысты ары қарай нақтыланып, толықтырылуы әбден мүмкін.

Жоғарыда айтылғандардың барлығы әлсіз тарапты қорғау қағидаттарының кеңейтілген шарттық жауапкершілік, адал ниеттілік қағидаттары, сондай-ақ осы қағидаттарды іске асыруға мүмкіндік беретін институционалдық тетіктермен тығыз байланыста екенін көрсетеді. Келесі кезекте осы идеялардың цифрлық ортадағы жаңа сын-қатерлер және халықаралық стандарттар тұрғысынан қалай көрініс табатынын талдау орынды болмақ, өйткені «цифрлық контент» сияқты ерекшелігі бар жағдайлар мүдделер теңгерімінің жаңа қырларын алға тартып, бұрынғыдан тыс ахуалдарға да «әлсіз тарапты қорғау» доктринасын қолданудың қажеттілігін дәлелдеуде.

«Аралас» мәмілелер мен осал топтарға қатысты мәселелер аясында қазіргі цифрлық орта мен халықаралық стандарттардың «тұтынушы» мәртебесін әрі қарай кеңейту мен жаңаша пайымдауға әсері артуда. Зарубина Э. А. (2024) [106] зерттеуіне сәйкес, онлайн-платформалардың, электрондық сервистердің, трансшекаралық сауданың және жаһандық маркетплейстердің дамуы тұтынушы мәртебесін анықтауға арналған дәстүрлі тәсілдерді күрделендіріп, ықтимал келіспеушіліктерді еңсеру үшін мемлекетүстілік нормалар мен келісілген қағидаттардың қажеттілігін күшейтеді.

Бір жағынан, цифрлық қызметтер мен тауарлар көп жағдайда «физикалық тауар» немесе «тұрмыстық қажеттіліктер» туралы классикалық түсініктерден шығып кетеді, мұның өзі қалыптасқан анықтамаларды пайдалануды қиындатады. Мысалы, «тегін» қосымшаларға қол жеткізу немесе стриминг қызметтерін пайдалану формальды түрде ақшалай шығындарды қажет етпеуі мүмкін, бірақ іс жүзінде пайдаланушы «ақысын» жеке деректерді ұсыну арқылы төлейді немесе ақылы модельдерге тән өзге де шектеулерді қабылдайды. Демек, мұндай пайдаланушыны «тұтынушы» деп тануға бола ма, егер ол тікелей төлем жасамаса, бірақ бәрібір осал жағдайда болса?

Халықаралық ұйымдар мен өңірлік бірлестіктер, әсіресе Еуропалық комиссия, онлайн-мәмілелер бойынша тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселесімен белсенді айналысып, цифрлық қызмет көрсетушілер тарапынан болатын теріс пайдалануды болдырмау үшін жалпыға ортақ қағидаттарды қалыптастыруға тырысуда. Еуропалық одақ құқықтары аясында цифрлық контент ұсыну шарттарын реттейтін директивалар қабылданып, пайдаланушыға ақпарат беру, пайдаланушы келісімдерінің ашықтығы және провайдерлердің жауапкершілігі бойынша міндетті талаптар белгіленуде. Еуропалық Одақ Сотының ұстанымы, атап айтқанда, деректер алмасуды қарсы міндеттеме ретінде қарастыруға болатынына негізделеді: жеке деректерін «төлем» ретінде ұсынатын азамат та тұтынушыға тиесілі негізгі кепілдіктерге үміт арта алады. Бұл тәсіл Еуропалық парламент пен Кеңестің 2019 жылғы 20 мамырдағы (ЕС) 2019/770 Директивасында [121] бекітіліп, цифрлық контент пен цифрлық қызметтерді жеткізу шарттарының кейбір аспектілеріне арналған. Мұндай құқықтық реттеудің нәтижелері өз заңнамасын жаһандық үрдістерді ескере отырып жетілдіруге мүдделі мемлекеттер үшін аса маңызды. Салыстырмалы талдауда Syurikpayeva, A.O. [122] бірқатар авторлармен зертеулерінде көрсеткендей, ұлттық тұтынушылық құқық жүйесін қалыптастыру барысында трансшекаралық құқық бұзушылықтарға қарсы іс-қимылды және азаматтардың іргелі құқықтарын қорғауды қамтамасыз ететін тұрақты даму нормаларын және халықаралық стандарттарды ескеру қажет. Бұл ретте қазіргі құқықтану экологиялық, әлеуметтік және экономикалық параметрлерді қамтитын жаһандық күн тәртібіне барынша назар аударады, ал өз кезегінде біздің жүргізген зерттеуіміз тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы құқықтық тетіктің тұрақты даму нормаларына негізделетінін атап көрсетеді. Бұл ретте Қазақстандағы ұлттық заңнама да көп жағдайда БҰҰ-ның тұтынушыларды қорғау қағидаттарына сүйенеді. Адам құқықтарын қорғаудың тиімді шарты - құқық бұзушылықтардан бас тарту ғана емес, сонымен қатар

мемлекет тарапынан оң шаралар қабылдау қажеттілігі, бұл жалпыға ортақ құқықтар мен бостандықтарды сақтау қағидатымен расталады.

Авторлар [122] Қазақстанда жүргізген әлеуметтанулық сауалнама нәтижелері көрсеткендей, респонденттердің 87%-ы тұтынушы ретіндегі құқықтарының бұзылуына тап болған, оның ішінде 29%-да мұндай құқық бұзушылықтар жылына жеті реттен жиі қайталанып отырған. Отандағы тұтынушыларды қорғау жүйесінің негізгі проблемаларына әкімшілік шараларға шамадан тыс көңіл бөліп, бұзылған құқықтарды қалпына келтіруге тиісті мән бермеу, сотқа дейінгі реттеуді жалпы жүйеге жеткілікті деңгейде біріктірмеу, мемлекеттік органдар мен үкіметтік емес ұйымдардың құзыретін фрагментті түсіну жататыны анықталды. Дегенмен, Қазақстан Республикасы №346-VI Заңы - «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелері бойынша кейбір заңнамалық актілерге өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» қабылдануы құқықтық тетіктерді нығайтуда маңызды қадамға айналды және халықаралық деңгейде қалыптасқан қағидаттардың жүзеге асуын көрсететін оң үрдісті көрсетуде. Электрондық сауданың қарқынды дамуы тағы бір сын-қатерге айналуда, өйткені Қазақстанда бұл сала тез өсіп келе жатқанымен, сауда қатынастарының цифрлық форматына бейімделген тиісті құқықтық базаны әзірлеуді талап етеді. Электрондық коммерция дамуының негізгі тенденциясы – жаһандану. Электрондық сауда саласы жаңа жұмыс орындарын құруға, салық түсімдерінің өсуіне және инвестициялар тартуға ықпал етеді[123].

Анализ тұтынушылардың құқықтық және цифрлық сауатын арттыру, сондай-ақ электрондық платформалар аясында дауларды шешу құралдарын енгізу қажет екенін көрсетті, бұл БҰҰ, БҰҰ Сауда және даму конференциясы (UNCTAD) және басқа да халықаралық құрылымдардың (Халықаралық тұтынушылар ұйымы, ЭЫДҰ) трансшекаралық мәмілелердегі тұтынушылардың құқықтарын қорғау бойынша жалпыға ортақ тәсілдерді әзірлеу жөніндегі ұсыныстарымен сәйкеседі. Мұнда БҰҰ-ның тұтынушылар мүдделерін қорғау жөніндегі жетекші қағидаттары мен ЭЫДҰ-ның электрондық коммерцияда тұтынушыларды қорғау жөніндегі жетекші қағидаттары [124] маңызды бағдар болып табылады, олардың негізгі мақсаты - азаматтарды ақпараттандыру деңгейін арттыру, дауларды шешудің тиімді механизмдерін (соның ішінде ODR-платформалар [125]) жетілдіру және «тұтынушы» ұғымын жергілікті құқық нормаларымен қатар жаһандық нарықтың ерекшеліктерін де ескере отырып нақтылау. Мұның бәрі заманауи жағдайларда тұтынушылық қатынастарды реттеуде жергілікті факторларды жаһандық тенденциялармен, соның ішінде тұрақты дамудың экологиялық, әлеуметтік және экономикалық қырларымен ұштастырудың айрықша маңызды екенін дәлелдейді, сөйтіп азаматтардың құқықтарын кешенді әрі тиімді қорғау қамтамасыз етіледі.

Қазақстандық құқық үшін бұл «тұтынушы» - тек қана ең болмашы кәсіпкерлік мақсаты жоқ әрі тек ақшамен төлем жасайтын жеке тұлға деген классикалық модельді сол күйінде сақтау жақын арада жеткіліксіз болып қалуы мүмкін дегенді білдіреді.

Жоғарыда сипатталған үрдістер азамат «тікелей төлем жасамаса да», сервис жеткізушісіне тәуелді болып, алдау немесе тиімсіз шарттар таңу сияқты қатерлерге ұшырауы мүмкін «цифрлық» мәмілелерді де тұтынушылық мәмілелер деп тану қажеттігін айғақтайды. Халықаралық деңгейде (жоғарыда айтылған Еуропалық парламент пен Кеңестің 2019 жылғы 20 мамырдағы (ЕС) 2019/770 Директивасында) [121] «жеке деректерімен» «төлем жасайтын» тұлғаларды толыққанды тұтынушы деп тану идеясы барған сайын тереңдеп, оларға да сапа, қауіпсіздік, орындаушының жауапкершілігі және т. б. мәселелер бойынша қолданыстағы кепілдіктерді пайдалану құқығын береді.

Чен Ю., Ли М [126] зерттеуіне сәйкес, трансшекаралық қатынастар да маңызды мәселе болып табылады. Онлайн сатып алу кезінде тауарлар мен қызметтер шетелдік компаниялар арқылы жеткізілуі мүмкін, бұл бір юрисдикциядағы соттың «тұтынушы» критерийін тек ұлттық негізде ғана қолдана алуын қиындатады. Сондықтан да екіжақты және көпжақты келісімдер жасасу, сондай-ақ халықаралық ережелерді ұлттық заңнамаға имплементациялау азаматтың қорғалуға құқығы орналасқан елден тысқары жерден қызмет көрсетсе де сақталуын қамтамасыз етеді.

Родионова А. А. [127] атап өткендей, тәжірибенің біркелкі әрі болжамды болуы үшін кейбір заң шығарушылар (мысалы, Еуропалық парламент пен Кеңестің 2008 жылғы 17 маусымдағы 593/2008 № (ЕС) Регламенті «Рим I» және Австралияның Тұтынушылар құқықтарын қорғау туралы заңы) трансшекаралық мәмілелерге қатысты «әлсіз тараптың» жеңілдіктері мен кепілдіктерін сақтап қалу қажеттігін және балама құқықты (lex causae) таңдаудың сатып алушыны заңмен кепілдендірілген ең төменгі қорғау нормаларынан айырмауы керектігін тікелей көрсетеді.

Бұл факторлар бүгінде нарық бұрынғыға қарағанда әлдеқайда күрделі әрі жаһандық сипатқа ие екенін және «сатушы» мен «сатып алушы» арасындағы шекара цифрлық технологиялардың ықпалымен біршама өзгергенін айғақтайды: көптеген платформалық делдалдар пайда болды, «бірлесіп пайдалану экономикасы» моделі өрістеп, азаматтар кезек-кезегімен әрі тұтынушы, әрі қызметті орындаушы бола алады. Осындай үрдістер «тұтынушы» ұғымы мен оны қорғау тәсілдерін қайта қарауға, сондай-ақ ықтимал теріс пайдаланушылықтарға қарсы күресте мемлекетүстілік құралдарды іздеуге алып келді.

Әр елдегі даму бағыттары әртүрлі болғанымен, қазіргі таңда негізгі тренд - жергілікті ережелерді халықаралық стандарттармен сабақтастыру және соңғы пайдаланушыға тауарды немесе қызметті сатып алу үшін барынша қолайлы, бірақ сонымен бірге қауіп-қатері мол болатын технологиялардың жаңаруын ескеру. Елдің ұлттық заңнамасы өз ерекшелігін сақтауы мүмкін, бірақ әлем елдерінің соттары мен заң шығарушылары электрондық сауданы реттеуде ЕО-ның жоғарыда аталған директивалары, БҰҰ, ЭЫДҰ және басқа да жаһандық ұйымдардың ұсынымдары сияқты стандарттарды барған сайын көбірек пайдалана бастады.

Осылайша, халықаралық үрдістер мен біздің цифрлық реалиямызды есепке алған кезде «тұтынушы» ұғымының классикалық анықтамасы қазіргі экономиканың барлық сұранысына бірдей жауап бере бермейтіні белгілі болды.

Бүгінгі таңда «тұтынушы» санатын кеңейту және нақтылау - әлемдік ауқымдағы ортақ тенденция, және Қазақстанның құқығы алдыңғы қатарлы тәжірибелермен үйлесімге ұмтыла отырып, мұндай өзгерістерді ескеретін икемді өлшемшарттары мен түсінікті қағидаттары бар жүйені қалыптастыра алады. Бұл саясаттың арқасында жылдам өзгеріп жатқан әлем жағдайында тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың оңтайлы жүйесін құруға жол ашылады. Осыған орай «цифрлық контент» пен «цифрлық сервис» деген заңды дефинцияларды енгізу және тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында адал емес онлайн-тәжірибелерді ауыздықтау шараларын әзірлеу тұрғысынан неғұрлым кешенді әрі икемді «тұтынушы» мәртебесін қалыптастыру жолдарын біз осы зерттеудің үшінші бөлімінде ұсынатын боламыз.

Аталған бөлімдегі зерттеуге қорытынды жасай отырып, негізгі тұжырымдарымызға назар аударайық.

Ең алдымен, қазіргі «тұтынушы» концепциясы «тек тұрмыстық мұқтаждықтарына тауар сатып алатын жеке тұлға» деген классикалық формуладан шығу мәселерері құқық ғылымында зерделеніп бастады. Электрондық сауданың кеңеюі, кәсіби элементі елеусіз «аралас» мәмілелердің артуы және осал топтардың көбеюі (ұсақ фермерлер, өзін-өзі жұмыспен қамтығандар, цифрлық сервистерді пайдаланушылар) шарттағы «әлсіз тарапты» айқындау үшін анағұрлым икемді тәсіл қажет екені талқылауда.

Қазақстан заңнамасында «басым емес» кәсіпкерлік элемент бар кезде «аралас» пайдалануды толық көлемде қамтитын тетік жоқ, сондықтан осал тарап болып қалатын азаматтарға тұтынушыларды қорғау нормаларының кепілдіктері тиісті деңгейде қолданылмай жататындығы бар. Зерттеулер көрсеткендей, «тұрмыстық» және «кәсіпкерлік» мақсаттарды нақты ажыратуға негізделген қатып қалған құқықтық анықтамалар нарықтың нақты шарттарын (азаматтардың бір мезгілде жеке сатып алушы әрі ұсақ кәсіпкер немесе өзін-өзі жұмыспен қамтыған тұлға болып отыруы) ескермейді.

Цифрлық саладағы жаңа тұтынушылық үлгілерде де классикалық «тұтынушы» өлшемшарттары азаматтың провайдерге қаншалықты тәуелді екенін көрсете алмайды. Бұл Қазақстан үшін «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң мен Азаматтық кодекс ережелерін қайта қарауды, яғни толыққанды бизнес ресурстарына және тиісті құзыреттерге ие емес азаматтардың кәсіпкерлік элементі мардымсыз болса да, тұтынушы мәртебесін сақтауға мүмкіндік беру бағытында оңтайландыруды қажет етеді.

Осыған байланысты перспективалы шешім - «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңда, сондай-ақ Азаматтық кодекс нормаларында, егер тауарлар мен қызметтер негізінен жеке (тұрмыстық) мақсатқа сатып алынған болса, бірақ кәсіпкерлік элемент аз деңгейде болса, «тұтынушы» деген кеңейтілген түсінікті ары қарай терең зерттеп заң жүзінде бекітуді қарастыруға болады.

Бұл тәсіл ұсақ фермерлерді, жеке қосалқы шаруашылық иелерін, қолөнершілерді қамтуға мүмкіндік береді; олар толыққанды бизнеске тән мүмкіндіктерге ие емес, бірақ заңды қатаң түсіндіргенде, «табыс алудың» болмашы үлесі үшін қорғаушы нормалардан тыс қалып қояды. Кәсіпкерлік мақсаттың «басым еместігін» қарастыратын және оның болжалды шекті деңгейін (мысалы, кәсіпкерлік элемент сатып алу мақсатының белгіленген пайызына жетпесе) нақты көрсететін өлшем бекіту әрбір жағдайды саралап қарауға мүмкіндік береді.

Сол сияқты, егер тұлға жеке кәсіпкер ретінде ресми тіркелмесе немесе сатып алынған тауарларды жүйелі түрде коммерциялық пайдаланбаса, шарттың тұтынушылық сипаты бар деп презумпция белгілеу маңызды. Демек, егер қарсы тарап (сатушы, жеткізуші) келісімді «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң қолданылмайтын келісім деп санаса, ол сатып алушының тауарды нақты кәсіби мақсатта пайдаланатынын дәлелдеуі тиіс. Мұндай тетік нарық қатысушыларына келісімшарттар жасауға мұқият болуға түрткі болады әрі кәсіпкерлік құрамдас бөлігі болмашы деген желеумен тұтынушының қорғалуға деген заңды құқығынан формальды түрде жалтару мүмкіндігін азайтады.

Осы жаңа тәсілді нақты топтарды қорғауда бірізді қолдануды қамтамасыз ету үшін Жоғарғы Соттың қарастырылып отырған саладағы дауларға байланысты Қазақстан Республикасы Жоғарғы Сотының № 7 Нормативтік қаулысын жаңартып, тиісті қаулы арқылы «басым» және «қосалқы» мақсаттарды халықаралық тәжірибе негізінде қалай саралау қажеттігі жөнінде түсіндіру қажет. Мұндай түсіндіруде (Қытай заңнамасындағыдай) азаматтың кәсіпкер ретінде тіркелмеуі, тауар мен қызметті аз көлемде пайдалануы, олардың негізінен тұрмыстық қажеттіліктерге жұмсалуы және т. б. критерийлер көрсетілуі мүмкін.

Кеңейтілген мәртебе әсіресе цифрландыру жағдайында қажет, өйткені мәмілелердің дені онлайн түрінде жасалып, азамат кейде ақшалай есеп айырыспағанымен, жеке деректерімен «есептесіп», сатушының немесе провайдердің алдын ала әзірлеген шарттарын қабылдауға мәжбүр болуы мүмкін, бұл жағдайда азамат ақпараттық әрі нарықтық басымдыққа ие бола алмайды.

«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңды толықтыру, оның ішінде бірқатар мәміледе «аралас» сипаттың (кәсіпкерлік мақсат басым болмаса) танылуы, тұтынушылық мақсат презумпциясына көшуді қарастыру, осалдығы жоғары санаттар өлшемшарттарын (Әлеуметтік кодекс ережелерін ескере отырып) нақты реттеу - осының бәрі қазіргі заманғы шарттарда «әлсіз тараптың» құқықтарын қорғауды айтарлықтай нығайту мүмкін. Атап айтқанда, Заңның 1-бабының 15) тармақшасында тауарлардың (қызметтердің) басым бөлігін жеке қажеттілікке пайдалану үшін сатып алса да, болмашы кәсіпкерлік мүддесі немесе төлемнің «ақшалай емес» түрі (жеке деректер, жарнаманы қарау және т.б.) бар азаматты «тұтынушы» деп танитын кеңейтілген анықтаманы бекіту орынды. Мұндай қадам ұсақ фермерлер, өзін-өзі жұмыспен қамтығандар мен цифрлық платформалар пайдаланушыларына қатысты құқықтық

олқылықтарды болдырмауға, сондай-ақ азаматтарға өз мүдделерін қорғау мүмкіндігін нақты беріп, құқықтық алаңға деген сенімді арттыруға жол ашады.

Қорыта айтқанда, отандық құқықта «әлсіз тарапты қорғау» доктринасын күшейту «аралас» мәмілелер ұғымын терең зерделеуді, сатып алудың тұрмыстық сипатына қатысты презумпция белгілеуді, цифрлық сервистер жеткізушілерінің физикалық тұлғалар алдындағы міндеттемелерін нақтап бекітуді талап етеді.

Сонымен қатар формальды «сатып алу» белгілері азаматтың бәрібір осал тарап екенін әбден көрсете алмайтын цифрлық ортадағы реалияларды да ескеру қажет. Азамат жеке деректерімен «төлеп» немесе «тегін» қосымшаларға ие бола отырып, іс жүзінде провайдерге тәуелді болуы мүмкін. Қазақстан нарығы әлі де көбіне оффлайн-форматқа бағытталған заңнамаға сүйенеді, бұл ретте жаһандық платформалар пайдаланушылармен өзара іс-қимыл шарттарын өздері белгілеуде. Мұндай жағдайда трансшекаралық жеткізушілер қазақстандық тұтынушылық құқық талаптарын айналып өте алмайтындай халықаралық үйлестіру мен құқықтық нормаларды үндестіру мәселесі көкейкесті бола түседі.

Бұл өзгерістердің жиынтығы заңнаманы заманауи үрдістерге сай анағұрлым икемді етіп, шын мәнінде қорғауды қажет ететін азаматтарға көмек көрсетіп, тұтынушылар құқықтарын қорғауды күшейтуге ықпал етеді. Осындай қадам Қазақстанды қарастырылып отырған салада әлемдік тенденцияларға жақындатып, азаматтардың құқықтарын қорғайтын шынайы қолдау тетіктерін қалыптастыруға мүмкіндік береді.

2.2. Тұтынушылар құқығын қорғау нысандары мен тәртібін жетілдірудің мәселелері және перспективалары

Тұтынушылардың құқықтарын қорғауға кешенді көзқарастың маңыздылығы туындайтын қақтығыстардың көпдеңгейлі табиғатымен байланысты: даулар сотқа дейінгі деңгейде оңай шешілетін қарапайым түсініспеушіліктерден бастап, моральдық зиян не айыппұл өндіріп алу сынды күрделі сот талқылауын талап ететін күрделі істерге дейін созылып жатады. Тиісінше, бір ғана тетік - мысалы, талап қоюға дейінгі тәртіпті не шағымға жауап бермеу кезінде қолданылатын санкцияларды немесе сот тәртібімен шығынды өндіруді - дамыту жеткіліксіз екені байқалады. Егер моральдық зиянды өтеу жүйесі айқын да ашық болмаса, не әкімшілік шаралар жеткілікті түрде пысықталмаса, барлық тетік едәуір тиімсіз болып қалады.

Қазақстан Республикасының Сауда және интеграция министрінің 2024 жылғы 4 қыркүйектегі «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң жобасының бірінші оқылымына арналған Астана қаласындағы баяндамасы бойынша, 2021 жылы ҚР СИМ Тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитетіне қазақстандықтардан 25 мың өтініш келіп түскен, 2022 жылы - 30 мың, ал 2023 жылы олардың саны 51 мыңға дейін өсті. Басқа мемлекеттік органдарға жолданған өтініштер саны да артқан. 2021 жылы олардың саны 45 мың болса, 2022 жылы - 47 мың, 2023 жылы - 74 мыңнан асты. Электрондық

сауда саласындағы заңбұзушылықтар бойынша тұтынушылардың шағымдары күрт көбейіп, 2023 жылы 7732-ге жетіп, жалпы шағымдардың 15%-дан астамын құрады, мұның себебі тұтынушылардың электронды коммерция құралдарын белсенді қолдануында жатыр. 2022 жылмен салыстырғанда шағымдар саны 290%-ға өскені көрінеді. Тұтынушылық даулардың, соның ішінде цифрлық ортадағы шиеленістердің тез артуына орай, қақтығыстарды жедел әрі шығынсыз шешу, сондай-ақ кәсіпкерлерді тәртіпке келтіретін және азаматты (әлдеқайда осал тарап ретінде) қорғайтын сенімді өтемақылық және айыппұлдық тетіктерді жетілдіру қажеттілігі туындауда [128].

Тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың қолданыстағы құқықтық құралдарын жетілдірудің келешегін түсіну үшін осы бөлімде сотқа дейінгі дауды реттеу нысандардын (талап қоюға дейінгі тәртіп, ықтимал санкциялар) талдаудан бастап, сот тетіктеріне (айыппұлдық өсімнің мәні, моральдық зиянды өтеу, іс жүргізу кепілдіктері) дейінгі мәселелерді және олардың өзара «синергиясы» тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың тұтас әрі шынайы жұмыс істейтін моделін қалай қалыптастыра алатынын көрсету қажет. Мұндай көпдеңгейлі тәсіл әртүрлі күрделіліктегі дауларды шешуде жеткілікті икемділік беріп, сонымен қатар нарық қатысушыларының адал ниетті әрекетіне ынталандыру туғызады.

Тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында үнемі өзгерістер болып отырған жағдайда Қазақстан Республикасының заңнамалық базасы соңғы жылдары айтарлықтай түзетулерден өтті. 2010 жылғы 4 мамырда қабылданған «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң сатушы мен сатып алушы арасындағы қатынастарды реттеуге бағытталған, алайда 2011 жылдан 2024 жылға дейін ол 26 рет өзгертілген, бұл заң шығарушының құқықтық реттеуді жақсартуға тырысуын тоқтатпай келе жатқанын білдіреді. Бір жағынан, бұл отандық құқықтық жүйенің серпінділігі мен икемділігін көрсетсе, екінші жағынан - сақталып отырған мәселелер мен ең тиімді қорғау механизмдерін іздестіру жалғасып жатқанын аңғартады.

Заманауи қазақстандық тұтынушылардың құқықтарын қорғау доктринасында сотқа дейінгі дауды реттеу рәсімдерін жетілдірудің маңыздылығы әлденеше рет атап өтілген. Дегенмен, Тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитетінің сауалнамалары негізінде алынған тәжірибелік бақылаулар мен статистикалық мәліметтер көпшіліктің сотқа дейінгі дауды реттеу механизмдері туралы жеткілікті хабардар еместігін көрсетеді.

Қазақстан Республикасы Сауда және интеграция министрлігінің Тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитетінің тапсырысы бойынша 2021 жылы «әлеуметтік сауалнама» әдісімен жүргізілген тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелері бойынша социологиялық зерттеу есебіне [129] сәйкес, дауларды сотқа дейінгі дауды реттеу тетіктерін тәжірибелік қолдану деңгейі тым төмен күйде қалып отыр. Респонденттердің 64%-ы ешқашан өздерінің тұтынушылық құқықтарын қорғау үшін медиацияға немесе медиаторлардың қызметіне жүгінбеген, бұл азаматтардың жеткіліксіз ақпараттанғанын немесе аталған қақтығыстарды шешу тәсіліне сенімсіздік білдіретінін көрсетеді. Тек 2,8%-ы ғана өз құқықтары бұзылған жағдайда

медиация немесе медиаторлардың қызметін пайдалануды жоспарлайтынын айтқан, бұл тұтынушылардың сотқа дейінгі дауды реттеу рәсіміне өте төмен деңгейде қатысатынын айғақтайды. Респонденттердің 46,8%-ы құқықтарын қорғау бойынша қоғамдық бірлестіктердің көмегіне ешқашан жүгінбеген, мұндай ұйымдардың болуына қарамастан, бұл олардың тұтынушылардың құқықтарын қорғау жүйесіндегі институттық рөлінің әлсіздігін көрсетеді. Ал 45,3%-ы мемлекет тарапынан тұтынушылардың құқықтарын қорғауға жауапты органдарға ешқашан өтініш бермеген, бұл әкімшілік рәсімдердің тиімсіздігіне сенімсіздікті немесе азаматтардың мемлекеттік институттармен өзара іс-қимылының күрделілігін білдіруі мүмкін.

Көптеген тұтынушылар сотқа жүгінбестен бұрын шағым ұсынуға, залалды өтеуді талап етуге не медиаторлар немесе өзге құрылымдар аралық ететін келіссөздерге сатушының қатысуын сұрауға құқылы (идеалда - міндетті) екенін білмейді. Соның салдарынан бұл саты жиі өткізіліп кетеді, нәтижесінде сот жүктемесі артып, даудың сомасы аз болған жағдайда тұтынушылардың мүдделері де әлсірейді.

Тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында императивті сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібін енгізудің әлеуметтік-құқықтық негіздерін түсіну көбіне сотқа дейінгі дауды реттеу механизмдерідің қақтығыстарды жедел реттеудегі рөлінен туындайды. Тараптар сот процесіне дейін дауды тез және салыстырмалы түрде аз шығынмен шеше алғанда, тек сот ресурстары тиімді пайдаланылып қана қоймай, нарық қатысушыларының анағұрлым жауапты құқықтық мінез-құлқы да қалыптасады.

Сатып алынған тауарлар мен қызметтердің сапасы не құнына қатысты қақтығыс туындағанда, тиімді сотқа дейінгі дауды реттеу сатысы сатып алушы мен сатушыға істі сотта ұзақ талқыламай-ақ мәселені шешуге мүмкіндік береді, демек, уақыт пен қаражат шығынын да азайтады. Бұл саты күрделі заң талдауын қажет етпейтін ұсақ әрі оңай шешілетін қақтығыстарды сот органдары үшін ауыртпалық туғызбай тұрып-ақ «сұрыптап алуға» мүмкіндік береді. Мұның өзі тұтынушылардың да мүддесіне жауап береді: олар құқықтарын жылдам әрі қымбат емес тәсілмен қорғайды, ал мемлекет те күрделі талдауды қажет етпейтін дауларды соттан тыс қалдырып, соттардың жүктемесін азайтуға ұмтылады.

Жаңа тарих кезеңінде 2020 жылғы 25 маусымдағы № 346-VI Заңмен бекітілген «үшсатылы» тұтынушылық шағымды реттеу моделін реформалауға ерекше мән берілген.

2020 жылғы 25 маусымдағы № 346-VI Заң бастапқыда «үшсатылы» тұтынушылық шағымдарды реттеу моделін белгіледі, оның мақсаты соттарды жеңілдету әрі дауларды жылдам шешу болды. Кейінірек бұл заң бірнеше рет түзетілді - 2021-2024 жылдар аралығында 26 өзгеріс енгізілді, бұл заң шығарушының тұтынушылардың құқықтарын қорғау механизмін оңтайландыруға тырысуын айқын көрсетеді.

Аталған модельге сәйкес, тұтынушы алдымен бұзушылықты ерікті түрде жою мақсатында сатушыға (не орындаушыға) жүгінуге міндетті болды, нәтижесіз болған жағдайда - уәкілетті мемлекеттік органға арызdануы керек,

тек содан кейін ғана сотқа шағым түсіру мүмкіндігі берілді. Бұл схема соттардың жүктемесін төмендетіп, типтік дауларды шұғыл шешуге ықпал етеді деп күтілген еді. Алайда тәжірибеде «үшсатылық» жиі артық бюрократияға алып келді және кәсіпкерлердің сотқа дейін дауды шешуге нақты қызығушылығын қамтамасыз ете алмады. Іс жүзінде бұл рәсім тек тұтынушыға ғана жедел көрінгенімен, сатушы үшін ол ерікті сипатта қалды.

Кейбір мамандардың дерегі бойынша [11], тұтынушылық саладағы талап арыздардың 40-50 %-ы алдын ала сатылардың барлығын сақтамағаны үшін формалды себептермен қайтарылған, ал мемлекеттік органдардың өзі сот органы болып табылмайтындықтан, көбіне бақылау мен әкімшілік айыппұлдармен шектеліп, азаматтардың бұзылған құқықтарын қалпына келтіруге жеткілікті көңіл бөлмеген. Нәтижесінде дау мерзімі ұлғайып, сотқа тікелей жүгіну іс жүзінде шектелді.

Осы анықталған қиындықтарды ескеріп, 2024 жылғы 4 қыркүйектегі пленарлық отырыста Қазақстан Республикасы Парламенті Мәжілісінің депутаттары заң жобасын бірінші оқылымда мақұлдап, үшсатылы құрылымды «екісатылы» модельге көшіруді [130] қарастырды.

Заң жобасына сәйкес, тұтынушы сатушыға міндетті сотқа дейінгі шағымын жолдағаннан кейін өз таңдауы бойынша: а) бірден сотқа жүгінуге, б) дауды альтернативті арналар (медиация, арбитраж, мемлекеттік органдарға шағымдану) арқылы реттеуге тырысуға немесе в) уәкілетті органдармен өзара іс-қимылды жалғастыруға құқылы. Осылайша сотқа жүгінбестен бұрын мемлекеттік органдарға міндетті түрде жүгіну талабын алып тастау көзделіп, сот тәртібімен құқықтарды тез қалпына келтіруге жол ашылды.

Бұл эволюция тараптардың мүдделер теңгерімін сақтау тұрғысынан ерекше маңызға ие. Бұрынғы үшсатылы схема тұтынушыны қатаң алгоритмді ұстануға мәжбүрлеп, сот «алдын ала кезеңдер» дұрыс орындалмағаны үшін талап арызды қайтарып тастау қаупін төндірсе, ал сатушыға сотқа дейінгі дауды реттеуге қатыспағаны үшін нақты міндеттемелер мен санкциялар қарастырылмаған болатын. Енді жаңа екісатылы модельде негізгі сотқа дейінгі дауды реттеу сүзгісі (шағым) сақталады, бірақ сотқа тікелей жүгіну мемлекеттік органдардан өтуге тәуелді емес, сондай-ақ сатушының адал ниетсіз әрекеті үшін нақты жауапкершілік нормалары енгізілмек.

Формалды түрде сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібі құқықтық қатынастардың барлық қатысушылары үшін ерікті деп танылғанымен, оның нақты жүзеге асырылуы процессуалдық міндеттердің теңгерімсіздігін байқатады және бұл ең алдымен тұтынушының жағдайына теріс әсер етеді.

Жоғарғы Соттың Азаматтық істер жөніндегі сот алқасының 2023 жылғы «Заңмен сотқа дейінгі және міндетті сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібі көзделген даулар бойынша әдістемелік ұсыныстарына» [131] сәйкес сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібі сот талқылауына балама әдіс емес, талап-арыз беру мүмкін болмайтын міндетті заңдық рәсім ретінде танылады.

Сот тәжірибесін талдау көрсеткендей, экономикалық және ақпараттық тұрғыдан осал тарап саналатын тұтынушы сотқа дейінгі дауды реттеу рәсімін

тек бастамалап қоймай, оны қатаң регламенттелген талаптарға сай жүргізуге де мәжбүр. Атап айтқанда, оның міндетіне мыналар кіреді:

- талап арызда нақты талаптар, құқықтық негіздер және дәлелдемелер көрсетілген шағымды жауапкерге әзірлеу және жолдау;
- заңда белгіленген мерзімде жауапты күту немесе сатушының (орындаушының) формалды әрекетсіздігін ресми түрде растау;
- сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібінің барлық формальды рәсімдерін сақтағанын дәлелдейтін айғақтарды ұсына отырып, тек содан кейін ғана сотқа жүгіну мүмкіндігіне ие болу.

Міндеттердің мұндай теңгерімсіздігі тұтынушының дәлелдеу ауыртпалығын көтеруіне әкеледі, ал шарттық екінші тарап - әдетте ресурстары мен құқықтық білімі бар сатушы (орындаушы) - өзара іс-қимылдан фактілі түрде жалтарғаны үшін жауапкершілікке тартылмайды. Әдістемелік ұсынымдарға сәйкес тұтынушы сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібін сақтамаса, талап арызы қайтарылып немесе қараусыз қалдырылуы мүмкін [131], ал бұл сотқа қолжетімділікті күрделендіретін қосымша процессуалдық кедергілер жасайды.

Ал әдетте мол мүмкіндігі бар сатушы (орындаушы) сотқа дейінгі дауды реттеу сатысынан жалтарғаны немесе шағымға формалды «жауап беруі» үшін іс жүзінде ешқандай жауапкершілікке тартылмайды, өйткені заңнамада бұл әрекетсіздік немесе «әрекет секілді көрінетін, бірақ мазмұнсыз жауап» үшін қатаң санкция қарастырылмаған. Нәтижесінде әлсіз тарап - тұтынушыны қорғауға бағытталған заң - керісінше, оған қосымша ауыртпалық жүктейді: азамат сотқа дейінгі дауды реттеу рәсімін сақтауға уақыт пен ресурс жұмсап, соттан талап арызы «формалды талаптарды тиісті деңгейде сақтамадың» деген желеумен қайтарылу қаупіне ұшырайды. Ал сатушы ешқандай теріс құқықтық салдарсыз әрекетсіздігін жалғастыра алады. Мұндай қайшылық заңнамаға сатушының сотқа дейінгі дауды реттеуге белсенді қатысуын қамтамасыз ететін нақты ынталандырулар мен жауапкершілік тетіктерін енгізу қажеттігін көрсетеді, сонда ғана тұтынушылық дауларда тараптардың теңдігі сақталады.

Осылайша, рәсім жеңілдетілгеніне қарамастан, тараптардың міндеттеріндегі теңгерімсіздік әлі де өткір мәселе күйінде қалып отыр. Тұтынушы сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібінің барлық талаптарын бұлжытпай орындауға тиіс, болмашы ғана қателігі үшін талап арызы қайтарылу қаупі бар, ал сатушы көбіне шағымды елеусіз қалдырғаны үшін ашық жауапкершілікке тартылмайды.

Демек, әлсіз жақты (тұтынушыны) қорғауға тиісті заң көбіне тұтынушының мойнына қосымша жүк болып түседі. Сот шешімі бойынша кәсіпкерлерге қолданылатын жаңа айыппұлдық санкциялар бұл үйлесімсіздікті біршама азайтуы мүмкін, алайда құқық қолдану тәжірибесі әлі толық қалыптасқан жоқ.

Тараптардың шынайы теңдігін қамтамасыз ету және дауларды шешуді жеделдету үшін, біздіңше, әрі қарай түзетулер енгізу қажет - «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға да, Азаматтық іс жүргізу кодексіне де. Тек екі тарап та сотқа дейінгі дауды реттеу рәсіміне адал ниетпен

қатысуға бірдей дәрежеде ынталы болған жағдайда ғана мүдделер теңгерімі сақталады және азаматтардың құқықтары шын мәнінде жедел қалпына келтіріледі. Осы мақсатта қарастырылып отырған саладағы заңнама нормаларын, оның ішінде Азаматтық іс жүргізу кодексін және «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның 42-8, 42-4-баптарын қолдану тәжірибесін одан әрі жетілдіру қажет.

Осындай жағдайда Қазақстан Республикасының «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңының 42-4 және 42-8-баптарының мазмұны ерекше мәнге ие, олар формалды түрде тараптардың сотқа дейінгі өзара арақатынас, іс-қимылын қамтамасыз етуге бағытталған, алайда мұқият зерделеу олардың үйлеспейтін бірқатар тұстар мен олқылықтарға ие екенін көрсетеді. Мысалы, 42-4-бап «Тұтынушының (өндірушінің, орындаушының) атына өтініш жасау тәртібі» былай деп аталады:

«Құқықтары мен заңды мүдделері бұзылған тұтынушы тауардың (жұмыстың, көрсетілетін қызметтің) кемшіліктерінің салдарынан өзіне келтірілген залалды (зиянды) өтеуге және құқықтары мен заңды мүдделерін бұзушылықтарды жоюға қатысты сатушыға (өндірушіге, орындаушыға) ерікті түрде шағыммен жүгінуге құқылы.

Тұтынушының сатушыға (өндірушіге, орындаушыға) жіберген шағымы сатушыға (өндірушіге, орындаушыға) тапсыру арқылы не хабарламасы бар тапсырыс хат түрінде пошта арқылы немесе сатушы (өндіруші, орындаушы) бұрын көрсеткен электрондық пошта мекенжайына жіберіледі.

Сатушы (өндіруші, орындаушы) тұтынушының шағымын қарайды және тұтынушының талаптарымен келіспеген жағдайда шағым алынған күннен бастап он күнтізбелік күн ішінде құжатпен расталған дәлелді жазбаша жауап ұсынуға міндетті. Осы құжаттардың көшірмелері сатушының (өндірушінің, орындаушының) тұтынушыға берген жауабына қоса берілуге тиіс.

Сатушының (өндірушінің, орындаушының) жауабы тұтынушыға осы баптың 1-тармағының екінші бөлігінде көрсетілген тәсілдер арқылы беріледі.

Егер сатушының (өндірушінің, орындаушының) жауабы мерзімнің соңғы күнінде сағат 24.00-ге дейін поштаға тапсырылса не байланыс құралдары арқылы жіберілсе, 1-тармақта көрсетілген мерзім өткен жоқ деп есептеледі.

Егер он күнтізбелік күн ішінде сатушы (өндіруші, орындаушы) шағымға жазбаша жауап бермесе немесе бұзушылықтарды жоюдан және тауардың (жұмыстың, көрсетілетін қызметтің) кемшіліктерінің салдарынан келтірілген залалды (зиянды) ерікті түрде өтеуден бас тартса, сондай-ақ тұтынушылық дауды сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібінде қарауға қатысудан бас тартса, тұтынушы уәкілетті органға, тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында функциялар жүзеге асыратын мемлекеттік органдарға жүгінуге құқылы.»

42-4-баптың 1-тармағында «ерікті түрде ... жүгінуге құқылы» деп көрсетілген. Тәжірибеде соттар «Әдістемелік ұсыныстарға» сүйене отырып, шағымның болмауын сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібін сақтамау деп бағалайды, бұл талап арызды қайтаруға әкеледі. Осылайша «еріктілік» декларациясы соттық түсіндірудің нақты жағдайында қайшылық тудырады: нақты міндет тек тұтынушы үшін туындайды, сотқа дейінгі дауды реттеу

тәртібі сақталмаса, ол талап арызының қайтарылу қаупін көтереді. Бұған қоса 42-4-баптың 2-тармағында «құжатпен расталған дәлелді жазбаша жауап» беру талап етілгенімен, заңда шағымды елемеген немесе формалды («көзбояушылық») жауап берген кездегі салдарлар нақтыланбаған. Соңғысын айтсақ, баптың 3-тармағында тұтынушы жауап болмаған жағдайда уәкілетті органға шағым беруге «құқылы» деп жазылғаны ғана аталып, сатушыға қатысты қандай да бір қосымша шаралар немесе санкциялар көрсетілмеген.

Ал 42-8-бап «Тұтынушылық дауды сотқа дейінгі реттеу» былайша мәлімдейді:

«Тұтынушы сатушыға (өндірушіге, орындаушыға) дауды сотқа дейінгі реттеу субъектісінің қарауына беруді ұсынуға құқылы... Мұнда сатушы (өндіруші, орындаушы) келісуге... және қатысуға құқылы... Дауды сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібіне қарауға беру туралы келісім жазбаша түрде ресімделеді.

Тұтынушылық дауды сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібімен қарау туралы өтінішті тұтынушы тараптардың жазбаша келісімі болған жағдайда бере алады... Сотқа дейінгі дауды реттеу субъектісі тұтынушылардың өтініштерін қарау нәтижелері бойынша тоқсан сайын уәкілетті органға ақпарат ұсынады.

Тұтынушылық дауды қарау... Қазақстан Республикасының осы Заңы мен арбитраж, медиация, өзін-өзі реттеу туралы заңнамасының талаптарына сәйкес жүзеге асырылады.»

Мұнда «ұсынуға құқылы» және «сатушы... келісуге құқылы» деген тұжырымдар медиация, арбитраж және өзге субъектілердің қатысуымен сотқа дейінгі дауды реттеу тараптардың ерікті ниетіне тәуелді екенін аңғартады. Сатушы келісім бермесе немесе мүлде жауап қайтармаса, оны диалогқа мәжбүрлейтін арнайы шара заңда көзделмеген. Сол сияқты 42-8-баптың 2-тармағында сотқа дейінгі дауды реттеу субъектісін қарау нәтижелері туралы «тоқсан сайынғы ақпарат» ұсынады делінгенмен, бұл сатушының негізгі талаптарға жауап беру міндеті үшін орнын толтырмайды.

Осылайша заң шығарушы «теңқұқылы» және «ерікті» деп көрсеткен сотқа дейінгі дауды реттеу рәсімі іс жүзінде барлық процессуалдық әрекеттер мен талаптарды тек тұтынушының мойнына жүктейді. «Еріктілік» деп жарияланған тәртіпті сақтамау сот тәжірибесінде талап арызды формалды негіздер бойынша қайтаруға әкеледі [131], ал сатушы 42-4-бап бойынша шағымды елемеуге де, 42-8-бап бойынша «сотқа дейінгі дауды реттеуге» қатысудан бас тартуға да құқылы, әрі ешқандай қосымша санкцияға ұшырамайды. Нәтижесінде тұтынушы формалды қағидаларды сақтау үшін уақыт пен қаражат жұмсайды, ал тараптардың құқықтары мен міндеттеріндегі теңсіздік екісатылы модельде де сақталып қалады.

Шынымен тиімді сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібін орнықтыру, яғни талап қоюға дейінгі сатылы рәсімді нақты мерзімдер және санкциялармен бірге міндетті ету, қолданыстағы заңнамаға мақсатты түзетулер енгізуді талап етеді. Ең алдымен «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңды сатушының шағымды қарап, белгілі бір мерзімде жауап беру міндетін нақтылайтын нормалармен толықтыру қажет. Осы мақсатта «кәсіпкер белгіленген мерзім ішінде (мысалы, шағым алынған сәттен бастап он не он бес жұмыс күні ішінде)

дәлелді жауап беруге міндетті, ал үнсіз қалу не формалды «құр сөзбен құтылу» сотқа дейінгі дауды реттеуден жалтару деп танылады» деген норманы тікелей енгізу орынды көрінеді.

Сотқа дейінгі дауды реттеуге міндетті қатысу және шағымды елеусіз қалдырғаны үшін сатушыға айыппұл салу әлемдік тәжірибеге де сай келеді, мұндай императивті сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібінің түрлі модельдері көптеген елдер мен интеграциялық бірлестіктерде қолданылады. Әсіресе Германия Федеративтік Республикасының құқығындағы тетіктер назар аударарлық. Германияның Азаматтық іс жүргізуге кіріспе туралы заңына (Einführungsgesetz zur Zivilprozessordnung, EGZPO) 15a-бабына [132] сәйкес, азаматтық істердің кейбір санаттары бойынша міндетті сотқа дейінгі медиация қарастырылған. Германияның кейбір аймақтарында (жерлерінде) бұл рәсімді өткізбейінше талап арыз сотқа қабылданбайды, медиация аяқталған соң тараптарға (шешім жасалды не дауды шешу мүмкін болмады деген) тиісті сертификат беріледі. Егер медиация сәтті аяқталса, сотқа жүгінудің қажеті болмай, сот ресурстары үнемделеді. Прюиттингтің (Prütting) зерттеулері бойынша 2002-2012 жж. аралығында Amtsgericht (бірінші саты) соттарына келіп түсетін істер саны 1,5 млн-нан 1,15 млн-ға, ал Landgericht соттарына - 412 мыңнан 355 мыңға дейін кеміген (MüKoZPO 6. Aufl.; Hanns Prütting, «Wahrheit und Gerechtigkeit…») [133].

Зерттеушілер істердің азаюы бірқатар факторлардың жиынтығымен түсіндірілетінін мойындағанмен, міндетті сотқа дейінгі дауды реттеу сатысын енгізу сот жүктемесін жалпы азайтуда маңызды рөл атқарған. Дегенмен, Прюиттингтің айтуынша, тәжірибеде міндетті медиациядан айналып өту жағдайлары да кездескен, бұл кейде шығарылған шешімдерді қайта қарауға әкелген, сонымен қатар медиаторға ақы төлеу және бейтараптылық кепілдіктері туралы сұрақтар туындаған. Соған қарамастан, неміс тәжірибесі рәсімнің өзіне мәжбүрлеу мен қорытындысының еріктілігі арасындағы тепе-теңдікті сақтаған кезде, ұзаққа созылатын сот дауларының санын едәуір азайтуға болатынын көрсетеді.

Германия мен басқа елдердің тәжірибесіне талдау жасай отырып, бүгінде Қытайда да медиацияны тек тараптардың өзара келісімі негізінде ғана бастауды көздейтін «дәстүрлі» еріктілік қағидатын қайта қарау және сот талап арызды қабылдамай тұрып рәсімді формалды түрде мәжбүрлі түрде бастайтын модель енгізу туралы белсенді пікірталастар жүріп жатыр. Бұл ретте түпкі нәтиже (мәміле жасау немесе одан бас тарту) тараптардың өз қалауына қалдырылады, алайда дәлелді себепсіз медиациядан бас тарту теріс процессуалдық салдарға соқтыруы мүмкін.

Long Fei зерттеуіне сәйкес [134], соңғы жылдары ҚХР-дың мемлекеттік органдары «істің орасан зор көлемі мен судьялар санының жеткіліксіздігі» арасындағы қайшылықпен бетпе-бет келіп отыр. 2018-2022 жж. Қытай соттарында жылына 28-33 млн іс қаралған, әр судьяның жүктемесі 187-ден 242 іске дейін өскен. Long Fei атап өткендей, «тараптар мұндай медиацияға келіспесе, оны бастау мүмкін емес», сондықтан «тек тараптардың консенсусы

болса ғана - медиация өтуі мүмкін» деген қағида сотқа дейінгі кезеңнің тиімділігін күрт шектейді.

Бұл ретте тарихи және аймақтық тәжірибені де ескеру қажет. Қазақстанда 1991 жылғы Қазақ КСР «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңында [26], 20-баптың 3-тармағында - 1992 жылғы 26 маусымдағы № 1435-XII Заңмен енгізілген өзгерістерді ескерсек - айыппұлдар моделі қарастырылған, бұл айыппұлдар бір бөлігінің бюджетке, бір бөлігінің тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі қоғамдық бірлестіктерге аударылатыны көрсетілген еді.

Сондай-ақ ЕАЭО-дағы жақын серіктестер - Ресей мен Беларусь - ерте кезден-ақ тұтынушылардың заңды талаптарын елемеу немесе ерікті түрде қанағаттандырмау үшін кәсіпкердің қаржылық жауапкершілігін қарастыратын тетіктерді бекіткен. Ресей Федерациясының 1992 жылғы 7 ақпандағы № 2300-1 «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңының 13-бабына [135] сәйкес, сот тұтынушының талабын қанағаттандырған жағдайда, сатушыдан (өндірушіден, орындаушыдан) тұтынушы пайдасына айыппұл өндіріледі, оның мөлшері сот тұтынушы пайдасына өндіретін соманың 50%-ын құрайды, егер талап өз еркімен орындалмаса.

Беларусь Республикасының 2002 жылғы 9 қаңтардағы № 90-З «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңының 44-бабына [136] сәйкес, тұтынушының құқықтарын бұзуға байланысты талап арызды жергілікті атқарушы және өкімдік орган не тұтынушылардың қоғамдық бірлестігі сотқа берген кезде, тұтынушының талабын қанағаттандыратын шешім шығарылса, бұзушыдан өндіріліп алынатын сома тұтынушы пайдасына 100% көлеміндегі айыппұлмен толықтырылады. Ал егер талап арызды тұтынушылардың қоғамдық бірлестігі берсе, айыппұл сомасының 10%-ы осы бірлестікке аударылады.

Грузия заңнамасында да ұқсас тетіктер қарастырылған. 2022 жылы қабылданған Грузияның «Тұтынушы құқықтарын қорғау туралы» Заңының [137] талаптарына сәйкес, егер сатушы Ұлттық бәсекелестік агенттігінің шешімін белгіленген мерзімде орындамаса немесе уақытында орындамаса, оған алдыңғы қаржы жылындағы жылдық айналымының 2%-на дейін, бірақ 600 лариден кем емес мөлшерде айыппұл салынады. Сатушы айыппұлды оны салған сәттен бастап бір ай ішінде төлеуге тиіс. 12 ай ішінде қайталап бұзушылық жасаған жағдайда айыппұл сомасы екі есе өседі.

Осыдан байқайтынымыз - шағымдану тетіктерін міндетті етіп, айыппұлдар мен міндетті сотқа дейінгі дауды реттеу рәсімдерін енгізу қалыптасқан құқықтық дәстүрге қайшы емес, керісінше, әлсіз жақты қорғаудың жалпы қағидатына сай келеді.

Егер жоғарыда аталған елдердің тәжірибесін Қазақстан жағдайына бейімдейтін болсақ, «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның 42-4 және 42-8-баптарына мынадай нақты нормалар енгізу орынды:

- сотқа дейінгі дауды реттеу сатысын міндетті түрде бастау (шағым жіберу және сотқа дейін дауды шешу жолын ұсыну) - бұл сотқа дейінгі дауды реттеу

мүмкіндігін заңнан хабары жоқ немесе оны қолдануға икемі жоқ азаматтардың өзіне де пайдалануына жол ашады;

- шағымды бірінші кезеңде толық ескермеу үшін сатушының жауапкершілігін бекіту;

- шағымның мазмұнын жан-жақты қарамастан «бос жауаппен» құтылу үшін де жауапкершілік қарастыру. Егер сот мұндай жауапты «дәлелді жауап» талаптарына сай емес деп таныса, ол сотқа дейінгі дауды реттеуден жалтару сияқты бағаланып, салдары да сондай болуы керек;

- сот шешімі бойынша жауапкер дұрыс еместігі анықталса, оған қосымша айыппұл не «айыппұлдық үстеме» қосу. Мұндай ұқсас тетіктер Ресей Федерациясында («Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» РФ Заңының 13-бабы), Беларусь пен Грузияда бар, онда сот тұтынушы талаптарын ерікті түрде орындамаған кәсіпкерден 50 %-ға дейінгі айыппұл өндіруге құқылы.

Сотқа дейінгі дауды реттеу сатысын міндетті түрде бастау және сатушыға екі түрлі жауапкершілікті - айыппұл мен үстемені - қатар қолдану арқылы тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың тұтас механизмі құрылады. Барлық негізгі кезеңде санкциялардың болуы, бір жағынан, тұтынушыны да құқықтарын белсендірек қорғауға ынталандырады (өйткені сатушы қате болса, оған қосымша айыппұл салынуы мүмкін, ал тұтынушының уақыты босқа кетпейді), екінші жағынан, бизнеске дауды сотқа жеткізбей шешудің тиімділігін көрсетеді. Соның нәтижесінде сотқа дейінгі дауды реттеу сатысы формалды ресім ретінде қалмай, шығындарды азайта отырып, дауды бейбіт шешуге нақты мүмкіндік ұсынады.

Бұл ретте сөз тек процесске мәжбүрлі түрде қатыстыру туралы болып отыр, ал рәсімнің қорытындысы (келісімге келу немесе келмеу) тараптардың қалауына қалдырылмақ. Егер тараптар келісімге келе алмаса, оларды күшпен мәміле жасауға ешкім міндеттемейді. Тұтынушы кез келген жағдайда сотқа жүгінуге құқылы, ал кәсіпкер сот отырысында өз ұстанымын қорғауға қақылы.

Алайда рәсімнің өзі тараптардың ең кемі байланысқа шығып, негізді дәлелдерді алмасуын міндеттейтін болады. Мұндай «қосарлы бостандық» - нәтижеге қатысты еріктілік, бірақ процесті бастауға қатысты белгілі бір міндеттеменің болуы - сот ресурстарын үнемдеуге және тараптарды дауды жауапкершілікпен шешуге итермелеуге мүмкіндік береді. Осы арқылы құқықтық мәдениет те артады, өйткені кәсіпкерлер мен тұтынушылар дауды «толыққанды» сот процестеріне жеткізбей тұрып, қолжетімді әрі салыстырмалы түрде арзан сотқа дейінгі дауды реттеу механизмдерін пайдалануды әдетке айналдырады.

Жалпы, Қазақстан Республикасындағы сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібінің эволюциясын талдау «үшсатылы» модельден қазіргі «екісатылы» сызбаға дейінгі көп мәрте түзетулерге қарамастан, дауларды сотқа дейінгі реттеуде әлі де бірқатар түйткілдің бар екенін көрсетті. Тұтынушы «әлсіз тарап» ретінде әрдайым талап қоюға дейінгі тәртіпті қатаң сақтауға міндетті, формалды талаптарды орындамағанда талабын қайтару қаупіне ұшырайды, ал сатушы (орындаушы) шағымды ескермеуі немесе оған ресми «құр жауап» беруі үшін нақты жазаға тартылмайды. Мұның салдарынан соттар негізсіз ұзаққа

созылған қақтығыстармен артық жүктеліп, сотқа дейінгі кезең тиісті тиімділікке қол жеткізе алмай отыр.

Басқа елдердегі (Германия, Қытай, РФ, Беларусь, Грузия және т.б.) құқықтық тәжірибе көрсеткендей, жауапкерге қойылатын талаптарды қатаңдатып, сотқа дейінгі дауды реттеу кезеңінде негізді талапты қанағаттандырудан жалтарғаны үшін қосымша қаржылық санкция енгізу арқылы мәселелерді ішінара шешуге болады. Іс жүзінде осындай құралдар бизнестің сотқа дейінгі келіссөздер жүргізуге деген қызығушылығын арттырады, сөйтіп сот жүктемесін төмендетеді.

Қорытындылай келе, Қазақстан Республикасындағы сотқа дейінгі дауды реттеудің «үшсатылы» моделінен бастап оның көптеген түзетулер арқылы жеткен қазіргі «екісатылы» нұсқасы заң шығарушының құқық қорғау процедурасын жеңілдетуге және сот жүктемесін азайтуға ұмтылысын айқын көрсетеді. Алайда «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңның нормаларын талдау және тәжірибе бұл нормаларда сатушының (орындаушының) шағымға жауап беру міндеттері белгіленгенімен, оны елемегені не формалды жауап қайтарғаны үшін ықпалды жауапкершілік механизмінің қарастырылмағанын дәлелдейді. «Еріктілік» деп жарияланған сотқа дейінгі кезеңді сақтамаудың салмағы тек тұтынушыға жүктеледі, ол формалдық талаптарды орындамағаны үшін соттан кері қайтуы мүмкін.

Шетелдік тәжірибе (Германия, Қытай, Ресей Федерациясы және т.б.) императивті сотқа дейінгі өзара іс-қимыл ережелерін санкциялармен (соның ішінде айыппұлдар мен «айыппұлдық үстемелер») ұштастыру сотқа дейінгі реттеудің тиімділігін көтеріп, сот шығындарын азайтуға болатынын көрсетеді. Мұндай жүйе сатушыны сотқа дейінгі дауды реттеу сатыларында белсенді әрекет етуге міндеттеп, тараптар арасындағы теңсіздікті жоюға ықпал етеді. Егер сатушы сотқа дейінгі кезеңде негізді талапты қанағаттандырудан заңсыз бас тартқаны сотта анықталса, оған қосымша айыппұл тағу сотқа дейін дауды шешуге деген ынтаны арттыра түседі.

Сондай-ақ айыппұлдарды «нашар ниетті» сатушылардан өндіру есебінен тұтынушылардың құқықтарын қорғау жүйесін қаржыландыру мәселесі де әрі қарай зерттеуді қажет етеді. Мұнда өндірілген айыппұлдардың бір бөлігін тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі қоғамдық бірлестіктерге бағыттау, медиация сияқты ақылы сотқа дейінгі дауды реттеу рәсімдерін (әсіресе әлеуметтік осал топтар үшін) субсидиялау механизмі туралы сөз болып отыр. Дұрыс құқықтық реттеу арқылы мұндай модель сотқа дейінгі процестердің қолжетімділігі мен сапасын арттырып, тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың орнықты институттарын қалыптастыруға жәрдемдесер еді.

Осылайша, сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібіндегі міндеттер теңгерімсіздігін еңсеру және іс жүзінде тараптардың теңдігін қамтамасыз ету мақсатында заңнаманы жетілдіру, «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңды және соған қатысты актілерді (Азаматтық іс жүргізу кодексін қоса) сатушының жауапкершілігі мен өндірілген айыппұлдарды нысаналы пайдалану жүйесі туралы нақты нормалармен толықтыру орынды деп

қорытындылауға болады. Бұл саладағы одан арғы зерттеулер қаржыландыру, қоғамдық ұйымдарды қолдау және медиация рәсімдерін субсидиялау механизмдерін қарастырумен ұштасуы тиіс. Мұндай тетік әлсіз тарапты қорғау доктринасын дәйекті іске асыруға мүмкіндік береді, кәсіпкерді сотқа дейінгі дауды реттеуге белсенді қатысуға ынталандырады және тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың жалпы тиімділігін арттырады.

Қазақстандықтардың адал емес тәжірибелерге байланысты шағымдары күрт өсіп келе жатқан жағдайда, шағымдарға дейінгі (претензиялық) сатыны жетілдіру мәселелерінің өзі барлық проблеманы шеше алмайтыны айқын бола түседі, егер моральдық зиянды сот тәртібімен өтеудің нақты әрі болжамды механизмі жоқ болса.

Сотқа келген кезде, көптеген зардап шеккен азаматтар тек ақшалай қаражаттың қайтарылуын не тауардың ақауының жойылуын ғана емес, сонымен қатар бастан кешкен моральдық зиян үшін өтемақыны да күтеді. Егер соттар бұл тұрғыда символикалық сомалармен шектелсе немесе «дау мүліктік сипатқа ие» деген сылтаумен талапты қабылдамай тастаса, «екісатылы» сотқа дейінгі дауды реттеу схемасына (шағым - сот) кеткен уақыт пен күш тиімсіз болып шығуы мүмкін.

Тәжірибе көрсеткендей, соттар моральдық өтемақының мөлшерін «ақылға қонымдылық пен әділеттілік» деген жалпы қағидалар негізінде анықтайды, сол себепті тағайындалатын сомаларда күрт алшақтық пайда болып (кейде талап етілген соманың 5-10 %-ын ғана құрайды) [138], не «дау мүліктік» деп толық бас тартып жатады [34]. Мұндай анық ереженің болмауы заңның алдын алу ықпалын әлсіретеді және кейбір кәсіпкерлерді шағымдарды елемеуге итермелейді.

Осындай жағдайларға жол бермеу үшін үш бағытта шаралар ұсынуға болады. Біріншіден, бірыңғай «диапазондық» жүйе құрып, өтемақының болжамды ауқымын шамамен белгілеу. Бұл соттарға бұзушылықтардың сипаты мен ауырлығын (мысалы, денсаулыққа қауіп немесе міндеттемені өрескел бұзу) ескеріп, шамадан тыс еркіндіктен арылуға көмектеседі. Екіншіден, соттан талап етілген соманы едәуір азайту қажет болған кез келген жағдайда, мұны дәлелді түрде негіздеуді заң жүзінде талап ету. Мұндай дәлелдеме құқық қолдануды мөлдір етіп, формалды шешімдердің үлесін азайтады. Үшіншіден, қайталанған немесе қасақана бұзушылықтар үшін айыппұл мөлшерін бірнеше есе арттыруды қарастыратын «айыппұлдық механизм» енгізу. Бұл компаниялардың қарапайым пайда үшін бірдей заңсыз әрекеттерді саналы түрде жалғастыра беруіне тосқауыл қоюға тиіс. Егер сот қасақана әрі жүйелі бұзу фактісін анықтаса, кәсіпкерге моральдық өтемақыдан тыс едәуір үлкен жауапкершілік жүктелуі мүмкін. Біз осы бағыттарда тұтынушылардың құқықтарын қорғау тетіктерін жетілдірудің қаншалықты қажет екенін төменде талдап түсіндіреміз.

Бүгінгі цифрландыру жағдайында тұтынушылардың тек мүліктік емес, жеке құқықтары да бұзылуы мүмкін, сондықтан нақты әрі болжап білуге болатын сот механизмі бұрынғыдан бетер маңызды. Заңмен бекітілген алгоритм (зиянның сипаты, соманың дәлелденуі, өрескел бұзушылықтар),

соның ішінде түпкілікті соманы есептеу методикасын ескеретін болса, азаматтарды қорғау деңгейі артады.

Нәтижесінде сотқа дейінгі дауды реттеу тетіктері (шағым, медиация) әлдеқайда тиімді жұмыс істейді, өйткені кәсіпкерлер санкциялармен байланысты жоғары тәуекелді ескеріп, орынды талаптарды сотқа дейін қанағаттандыруға бейімделеді. Төменгі өтемақылар және рецидивтер үшін жаза болмауы азаматтарға сенім ұялатпайды. Ал «диапазондық» жүйе мен күшейтілген айыппұлдар мүдделер теңгерімін қамтамасыз етіп, моральдық залалды шынымен өтейді.

Қазақстан соттарында тұтынушылардың құқықтары бұзылған істер бойынша моральдық залалды өндіріп алу сомасының өлшемі әлі де айтарлықтай ала-құла [131]. Зардап шеккендердің талаптары көбінесе аз ғана өтемақымен шектеліп, олардың моральдық зардаптарын тиісті деңгейде өтемейді. Қарызды дұрыс есептемеуден, қызмет көрсетудегі кешігуден немесе сапасыз тауарды күштеп сатудан зардап шеккен азаматтар сотқа жүгінеді, алайда көптеген істер талап етілген сомаға сай емес немесе толықтай қанағаттандырусыз қалуы мүмкін. Тұтынушылар айтарлықтай өтемақы алуға мүмкіндіктің төмен екенін көріп, сотқа жүгінуден бас тартады, бұл болмашы ғана өтемақы тағайындау тәжірибесін орнықтыра түседі.

Кейбір істерде сот талапкердің өтінішінің тек 5-10 %-ын ғана қанағаттандырады [138], мысалы, жүктің жоғалуы жөніндегі дауларда [139]. Мұндай мардымсыз өтемақы кәсіпкерлерді заң бұзуға итермелейді, өйткені оларға бұл «қолайлы шығын» болып көрінеді. Әсіресе өрескел не қасақана бұзушылықтар жағдайында, сатушы клиенттердің мүддесіне әдейі мән бермей, сотта жеңілген күннің өзінде аз ғана өтемақымен құтылатын тиімді стратегия деп есептейді.

Авиатасымалдар саласындағы істер мысалында [139], багажын жоғалтқан жолаушылар ештеңесіз қалып, қажетті бұйымдарын пайдалана алмағанына қарамастан, моральдық зиян үшін сот көбіне өте аз өтемақы белгілеген. Туризм саласында да [140] визаның уақытылы берілмеуі немесе маңызды ақпараттың дер кезінде хабарланбауы салдарынан азаматтар ірі көлемде ақша жоғалтып, сот 10 мыңдаған теңгемен шектелген - бұл олардың басынан кешкен ауыртпалығына әсте сай емес.

Зерттеушілер мен талапкерлердің өздері де заңда қайталанған және жүйелі бұзушылықтар бойынша жазаны күшейтуге бағытталған механизмнің жоқтығын атап көрсетеді. «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң мен ҚР Азаматтық кодексі сатушының құқық бұзушылық әрекетін қайта-қайта жасаған кезде өтемақы мөлшерін бірнеше есеге арттыруды қарастырмайды. Сондықтан компаниялар өз тәжірибесін өзгертпей, мыңдаған тұтынушыны алдауды жалғастыра береді. Заң бұзушылық өте сирек жағдайда аз ғана сот шығынын туғызатындықтан, заңды сақтамау - экономикалық тұрғыда «пайдалы».

Моральдық зиянды өтеудің «ең төменгі шегі» мен ұсынылатын диапазондарын заң жүзінде бекіту қажеттігі дәл осы тәжірибеден туындайды, сонда азамат нақты зардап пен күйзеліске ұшыраса да, сот көбіне бірнеше мың

теңге ғана өндіріп беретін кей жағдайлар орын алмайды. Кейбір мамандар 50 000-100 000 теңге деңгейінде «төменгі шекті» енгізуді ұсынады [141], себебі мұндай «төменгі шек» судьяны бірнеше мың теңгемен шектеуге жібермей, істің нақты мән-жайына сай әділетті өтемақы негіздеуге міндеттейді.

Сондай-ақ өтемақыны бағалаудың бірыңғай әдістемесін қалыптастыру қажет, онда моральдық зардаптың ұзақтығы мен қарқыны, жауапкердің кінәсі және денсаулыққа әсері сияқты өлшемдер ескерілер еді. Бұл бірыңғай тәсілдер болмағандықтан, бірдей істерде әртүрлі өңірлерде тағайындалатын сома мүлде үйлеспей жатады [142], ал бұл азаматтардың сотқа деген сенімін төмендетеді.

Әсіресе сатушының қасақана немесе жүйелі бұзушылық жасағаны дәлелденген жағдайларда арнайы карательлік механизмді қолдану маңызды. Егер компания заңды бұзуды бірнеше рет саналы түрде жалғастырса, сот кеңейтілген айыппұл салу туралы шешім шығаруы керек, бұл қарапайым өтемақыдан әлдеқайда асады. Осылайша жүйелі және әдейі бұзушылықтар үшін тек таза өтемақымен шектелмей, қосымша жазаны көздеу қажет. Шетелдік құқықтық жүйелерде [143], [144] дәл осындай ұлғайтылған санкциялар тың нәтижелерге жеткізетінін білеміз. Өйткені компания заңбұзушылықты жалғастырған жағдайда көп есе өсетін айыппұл қауіпті болып, заңды сақтауға итермелейді.

Қазақстанда «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң мен Азаматтық кодекс (АК) мұндай механизмді көздемейді. Соның салдарынан бір компания жаңылыстыратын жарнаманы сан рет пайдаланып, тұтынушыларды шатастырғаны үшін тым аз көлемде өтемақы төлеп, заңсыз әрекетті жалғастыра береді [145]. Ал қатал қосымша айыппұл оны мұндай әрекеттерден дер кезінде бас тартуға мәжбүрлер еді.

Осылайша, моральдық зиянның «ең төменгі» шегін бекіту, оны есептеудің бірыңғай әдістемесін жасау және әдейі заң бұзған кәсіпкерлер үшін өтемақыны бірнеше есе арттыратын тетік енгізу сот шешімдерінің болжамды болуын да, азаматтардың шынайы қорғалу деңгейін де арттырар еді. Жүк жоғалту, дөрекілік пен кемсіту, сапасыз жөндеу немесе ақпараттық қызмет көрсетуден негізсіз бас тарту жөніндегі көптеген мысалдар [146] реформасыз қалған жағдайда талапкерлердің болмашы ғана сомамен немесе ұзақ сот процесімен шектелу қаупін растайды. Ал заңға қасақана бұзушылық дәлелденгенде қосымша айыппұлдық өндіріп алу нормасы енгізілсе, нарыққа қатысушылардың мінез-құлқы өзгеріп, сот төрелігінің тек өтемақылық емес, сонымен бірге алдын алу функциясы күшейеді.

Ұсынылып отырған шешімдердің негіздемесі сот істерінің нақты мысалдары, ішінара қанағаттандырылған және қанағаттандырылмаған талаптар статистикасы мен шетелдік юрисдикциялардың тәжірибесі арқылы расталады. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау істерінде бірыңғай өлшемдердің жоқтығы соттардың төлем сомасын жиі төмендетуіне әкеп соғады. Мәселен, мүгедек адамның креслосы жоғалған іс бойынша сот тасымалдаушының өрескел әрекетсіздігін анықтағанмен, моральдық зиян үшін тек 1 миллион теңге өндіріп, зардап шеккен адам шетелдік сапарында еркін қозғалу мүмкіндігінен айрылғанын жеткілікті есепке алмады. Ұқсас шешімдер туристік қызмет

көрсету саласында да кездеседі [140], мұнда компанияның анық бұзушылықтары бірнеше ондаған мың теңгемен ғана «жабылады».

Шетелдік тәжірибе мұндай мәселені «кестелік» нұсқаулықтар немесе ұсынылған диапазондарды жасау арқылы шешуге тырысатын үлгілерді ұсынады. Мысалы, АҚШ-та присяжные «pain and suffering» тұжырымдамасына сүйеніп, моральдық залалды бағалауға тырысады [147]. Liebeck v. McDonald's ісінде (ыстық кофе дауы) присяжылар компанияның немқұрайлылығын ескеріп, бастапқыда өте үлкен өтемақы сомасын тағайындаған [148]. Кейін ол сома апелляцияда төмендетілсе де, McDonald's компаниясы үшін бұл маңызды сабақ болды.

Қазақстанда «төменгі шек» немесе ұсынылған «диапазондар» заңнамалық тұрғыда жоқтығынан кейбір соттар анық бұзушылықты көрсе де, моральдық өтемақы ретінде бірнеше мың теңге белгілейді [139], ал статистика [138] істердің бір бөлігінің мүлде қанағаттандырылмайтынын, не мардымсыз көлемде қанағаттандырылатынын көрсетеді.

Зерттеулер [149] моральдық зиян бойынша бас тартулардың көптігі «критерийлердің» бірізді болмауымен байланыстырылатынын дәлелдейді. Кейде соттар талап етілген соманы еш негізсіз 5-10 есе төмендетеді [138], бұл шешімге қарсы тараптың да, жұртшылықтың да наразылығын туғызады. Ал егер «ұсынылатын диапазондар» және оны төмендету немесе көтеру критерийлері заңды түрде көрсетілсе, әр тарап өз мүмкіндігін алдын ала бағалар еді. Қажет болған жағдайда сот неге ұсынылған интервалдан ауытқығанын дәйектеп түсіндіруге тиіс болады.

Сот статистикасы [142] бірдей мән-жайларда бір өңірде азаматқа 500 000 теңге мөлшерінде өтемақы тағайындалса, басқа өңірде бар болғаны 50 000 теңгемен шектелетінін көрсетеді; бұл қисынсыз көрініп, сот төрелігіне деген сенімді әлсіретеді. Диапазондар мен өлшемшарттар жиынтығын (мысалы, физикалық қолайсыздықтың дәрежесі, талқылаудың ұзақтығы, денсаулыққа әсері) қамтыған әдістемені бекіту бірыңғай тәсілді қамтамасыз етер еді.

Жүргізілген эмпирикалық байқаулар бірқатар елдердегі эксперименттік зерттеулермен де расталып отыр, онда ресми «кестелерге» (мысалы, Ұлыбританиядағы сот нұсқаулықтары) сүйенетін судьялар мен заңгерлер қабылдайтын шешімдердің ауқымы әлдеқайда біркелкі болады [150]. Қазақстандағы багаждың бүлінуі мен жолаушыларға дөрекілік көрсету жөніндегі жоғарыда аталған істерде дәл осындай формат адамдардың бірнеше айға созылған сот процестері нәтижесінде небәрі 15-20 мың теңгелік өтемақымен шектелуін болдырмас еді. Тіпті сот талап етілген сома көлемін қысқартқысы келгеннің өзінде, неліктен ол ұсынылған диапазонға сәйкес келмейтінін кестеге сүйене отырып түсіндіруге міндетті болар еді.

Қайталанатын немесе қасақана бұзушылықтар үшін айыппұлды күшейту керек екені де зерттеулермен расталады [151]: тек қана «көп есе көбейту» әдісі компанияларды тәуекел-менеджментін қайта қарауға мәжбүрлейді. Кемсітушілік, қоғамдық кемсіту немесе қауіпті тауарды нарыққа шығару жағдайында [152] мұндай «үстеме» сотқа дейінгі келісімге кепілдік береді әрі

бұзушылықтың қайталануын болдырмауға ықпал етеді. Сот қасақана заң бұзу фактісін анықтаса, негізгі өтемақыдан жоғары сома белгілейді.

Коллективтік талап-арыздардың тиімділігін растайтын айқын мысалдар тарихта кездеседі: Johnson & Johnson компаниясына қарсы талап-арыздар [153] көптеген зардап шеккендердің бірлескен әрекеті нәтижесінде миллиардтаған өтемақыларға алып келді, өйткені зардап шеккен адамдардың көптігі процессуалдық тұрғыда өте мықты позиция қалыптастырды. Қазақстанда, сот статистикасын талдау [149] көрсеткендей, азаматтар жеке залал шамалы болған жағдайда талап арыз беруден жиі бас тартады. Алайда сотқа қоғамдық бірлестік не бастамашыл топ жүгінген кезде, тек тауар немесе қызмет үшін төленген ақшаны қайтарып алумен шектелмей, едәуір моральдық өтемақыға қол жеткізу мүмкіндігі пайда болады. Ақауы бар тауарлар жөніндегі істерде жаппай шағымдар туындағанда топтық талап-арыз сот шығындарын қысқартады және сот процесін экономикалық тұрғыдан тиімдірек етеді, бұл өзге елдердегі тұтынушылар бірлестіктерінің зерттеулерімен дәлелденіп отыр [154].

Статистикалық деректерді, қаралған істерді және салыстырмалы талдау нәтижелерін жинақтай отырып, ең төменгі өтемақы шегін және бірыңғай әдістемелерді бекіту, қасақана жасалған қайталанған бұзушылықтарға қатысты жазалаушы тетіктерді енгізу және қоғамдық ұйымдардың топтық талап-арыз берудегі құқықтарын кеңейту - тұтынушыларға шеккен зиянын өтеумен қатар, шағымдарды әдейі елеусіз қалдырудың алдын алатын толыққанды құралдар жиынтығын қалыптастырады деуге болады. Шетелдік практикадағы сынақтар мен эксперименттер мұндай күшейтілген шараларсыз адал емес бизнеске жекелеген талап арыздарды елемей, символдық сомаларды төлеп, өзінің бұрынғы тәжірибесін жалғастыру оңайырақ екенін растайды. Ал егер қайталама бұзушылықтар үшін қатаң айыппұл салатын ережелер болса және ұсақ тұтынушыларға топтық талап-арыз арқылы бірлесуге тиімді мүмкіндіктер ұсынылса, «сатып алушы - сатушы» қатынастарында мораль мен әділеттілікті қорғау деңгейі әлдеқайда жоғарылайды.

Мұндай элемент Қазақстан заңнамасындағы олқылықты жояр еді, өйткені «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң да, ҚР Азаматтық кодексі де қайталанған не қасақана бұзушылықтар салдарын ауырлататын нақты нормалар көрсетпейді. Кейбір компаниялар бірдей тәсілмен тұтынушыларды шатастыруды жалғастыра отырып, ірі пайданы сақтап қалады да, тек азғантай моральдық өтеуді төлей салады [145].

Сондықтан моральдық зиянды өтеудің минималды шегін, бірізді есептеу әдістемесін және әдейі заң бұзған кәсіпкерлер үшін бірнеше есе артатын өтемақыны заң жүзінде қарастыру - сот шешімдерінің біркелкілігін арттырады және азаматтарды дұрыс қорғайды. Бұл тұтас жүйе ... «қорғану үшін сотқа барсаң да болмашы ақша ғана аласың» деген үрейден арылуға, талаптарды сотқа дейін қанағаттандыру артықшылықтарын түсінуге мүмкіндік береді.

Алайда қарсы пікір айтушылар моральдық зиянның нақты ақшалай баламасын белгілеу қиын екенін, «кестелер» мен «диапазондардың» өзі шартты болатынын ескертеді [155]. Олар «тұтынушылық экстремизм» деген теріс құбылыстың туындау мүмкіндігін айтады, яғни кейбір азаматтар өте көп

өтемақы талап етіп, кәсіпкерлерге қасақана шығын келтіруге тырысады. Оның үстіне континенттік құқық дәстүрінде (Қазақстан соған жатады) моральдық зиян үшін ірі көлемдегі өтемақылар бекіту көбіне сақтықпен қаралатын.

Бірқатар сыншылар «қатаң шектеулі» диапазон енгізу соттың еркін бағалау құқығын шектеп, зардап шегушінің шынайы жағдайы ескерілмей, жаппай біркелкі өтемақы тағайындалуына әкелуі мүмкін деп санайды. Сондай-ақ «адамдық қасіреттің» бағасын белгілеу қоғамда оң пікір тудырмайды деушілер бар.

Алайда реформаны жақтаушылар Ресейдің 2022-2023 жылдардағы сот тәжірибесіне сілтеме жасайды [156], онда Ресей Жоғарғы Соты жаңа түсіндірмелер жариялап, төменгі соттарды символикалық сомаларды тағайындамауға және өтемақы көлемін төмендетудің әрбір дерегін егжей-тегжейлі негіздеуге міндеттеді. Мұндай шара тағайындалатын төлемдер деңгейін нақты өсіріп, моральдық зиянды айтарлықтай төмендетуді шектеді деп атап өтеді сарапшылар. Егер ауырлық дәрежесі, жауапкердің кінәсі, зардаптың ұзақтығы анықталған критерийлермен реттелсе, теріс пиғылды «экстремизмге» жол бермеуге болады. Еуропаның кейбір елдерінде де ұқсас «кестелік» немесе индикативтік әдіс көптен бері қолданылып келеді, ал соттарда «стандартты» сомаға түзету енгізіп, ерекше жайттарды ескеру құқығы сақталады [150].

Жазалаушылық айыппұлдар (Punitive damages) мөлшерінің астрономиялық деңгейге жететін АҚШ тәжірибесін сынайтындар да бар [157], онда ірі компаниялар шамадан тыс талап арыздардың «нысанына» айналып, кейде аппеляцияда он есе не одан да көп төмендетіледі. Қазақстан жағдайында мұндай «американдық төтенше» тәжірибені тікелей қабылдау «кәсіпкерлік ортаның тұрақсыздығына» және сот тәуекелдері бойынша сақтандыру шығындарының артуына әкелуі мүмкін деп ескертеді сыншылар.

Бірақ реформаны жақтаушылар отандық құқықтық жүйеге кәсіпкер кінәсі дәлелденген жағдайда өтемақы сомасына 30-50 % деңгейде «айыппұлдық үстеме» қосу сияқты қалыпты тетік енгізуге болатынын айтады. Бұл американдық «күллі әлемді таңқалдыратын миллиондаған айыппұлдарға» жол берместен, жауапкершілік мәселесін күшейтуге мүмкіндік береді. Ресейдің «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңының 13-бабы [158] негізге алынып, сот тұтынушы талабын өз еркімен орындамаған кәсіпкерге қосымша 50 %-ға дейін айыппұл салуға құқылы деген ұстаным қарастырылуы мүмкін.

Сондай-ақ «қатаң шектеулі» коридорлар судьяларды жай ғана формалды «есептеушіге» айналдырып, жеке жағдайды ескермеуге мәжбүр етеді деген қауіп бар. Заңнамада төменгі және жоғарғы шекті бекіту бірқатар істерді «штамптау» тәуекелін тудыруы ықтимал. Дегенмен, реформаны әзірлеушілер бұл тәсілді негізінен ұсынымдық және бағыттаушы сипатта көреді - яғни сот қажеттілік болса, «базалық» сомадан ауытқуға құқылы, бірақ міндетті түрде неліктен олай жасағанын түсіндіруге тиіс. Мұндай модель еуропалық құқықтық кеңістікте кеңінен тараған: «кесте» бағыт береді, ал судья жеке мән-жайларды ескеріп, еркін шешім қабылдайды. Коэффициенттік жүйе (зардаптың ауырлығы, сатушының кінәсі) соттарға ахуалды икемді бағалауға мүмкіндік

береді және қазақстандық соттарда байқалатын [138] шектен тыс әртектілікті азайтады.

Сотқа дейінгі дауды реттеу және сот тетіктерін кешенді зерделеуден шығатын қорытынды - бірқатар ұсынылған шараларды: өтемақыны есептеу бойынша «диапазондық» жүйені енгізу, «стандартты» сомадан едәуір ауытқыса, соттың оны егжей-тегжейлі дәлелдеуі, қасақана және қайталама бұзушылықтар үшін айыппұлдық үстемені енгізу және ұжымдық талап қою механизмін кеңейту сынды шараларды біріктіру - моральдық зиянды өтеуді анағұрлым тиімді әрі болжамды етеді.

Мұндай модель бір мезгілде тұтынушыларды қорғауды күшейтіп, алдын алу ықпалын да жоғарылатады, өйткені бизнес шағымдарды елеусіз қалдырудың қымбатқа түсуі мүмкін екенін түсінеді [157]. Жоғарыда аталған әрбір шара талдау барысында анықталған негізгі мәселені шешуге бағытталған. Аз және үйлеспейтін өтемақы мөлшерінен құтылу үшін «диапазондар» және ең төменгі шек (50 000-100 000 теңге) көмектеседі. Сот тәжірибесінің ала-құлалығын біріздендіруге бірыңғай әдістеме мен Жоғарғы Соттың ұсыныстық түсіндірмелері жәрдем етеді. Ал сотқа дейінгі дауды реттеуге ынтаны арттыру үшін РФ Заңының 13-бабының 6-тармағындағы үлгі бойынша талаптың ерікті түрде қанағаттандырылмауы үшін айыппұл салу қарастырылады.

Ұсынылып отырған модель моральдық залал туралы отандық құқықты түбегейлі жаңаша тұрғыда қарастырады. Ол американдық, азалаушылық айыппұлдар (punitive damages) жүйесіне тән «айыппұлдық санкция» идеясын және континенттік Еуропа елдерінде қолданылатын (мысалы, Ұлыбританиядағы Judicial College Guidelines, Италиядағы Milan Tables) «шкалалық» тәсілді үйлестіреді. Осылайша, толық көлемді өтемақы төлеуге, сондай-ақ заңды әдейі бұзғандарды жазалауға арналған құрал қалыптасады.

Бұл зерттеу іс жүзінде сатып алушылардың мүліктік емес құқықтарын қорғаудың жаңа тұжырымдамасын қалыптастырады, онда (АҚШ, ЕО, РФ тәжірибесін салыстыру, нақты істерді талдау және ҚР АК мен «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға өзгерістер ұсыну) кешенді база ұсынылады. Бұл модель болашақта ҚР Парламентінде заң жобаларын әзірлеуге, сондай-ақ ҚР Жоғарғы Сотының жаңа нормативтік қаулыларына негіз бола алады. Нәтижеде азаматтардың құқықтары біркелкі стандарттар арқылы қорғалып, сот тәжірибесі тұрақтана түспек.

Практикалық қадамдар ретінде ҚР АК-ге тұтынушылардың құқықтарын әдейі бұзу кезінде айыппұлдық өтемақы және «диапазондық әдістемені» енгізетін бапты қосу; «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңға моральдық зиян дәлелденген жағдайда оны өтеудің ең төменгі (50 000-100 000 теңге) шегін, сондай-ақ соттың ұсынылған сомадан елеулі ауытқуын міндетті түрде негіздеу жөніндегі ережені және қайталанған (жүйелі) бұзушылықтар үшін арнайы жоғары айыппұл қарастыратын норманы енгізу ұсынылады.

Бұл өзгерістерді табысты іске асыру үшін сот тәжірибесіне мониторинг жүргізу және судьялардың жаңа есептеу тәсілдері мен моральдық зиян өлшемдерін қабылдауына жағдай жасайтын тұрақты оқыту қажет. Шетелдік құқықтық жүйелер тәжірибесі біріздендірілген көрсеткіштер жұмысын

жеңілдететінін, ал жоғарғы сот инстанциясының жалпы қағидаларды сақтауға бақылау жасайтынын көрсетіп отыр [156].

Коллективтік талап қою институтын (class action) дамыту да алдағы реформаларға арқау болуға тиіс. Американдық тәжірибеден кей элементтерді алу және тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі қоғамдық бірлестіктерді белсендірек тарту бір топ адамның мүддесін бір талап қою арқылы қорғауға мүмкіндік береді. Бұл әсіресе тауардың сапасы бірдей тәсілмен бұзылғанда (мысалы, бірдей ақаумен көп өнім шығарылғанда) тиімді: талапкерлер шығындарын қысқартып, сотқа күш біріктіре шығады [153; 154].

Осылайша, сотқа дейінгі және сот механизмдерін талдауға сүйене отырып, моральдық зиянды өтеу аясындағы олқылықтарды жойып, сотта өтемақы мөлшерін оңай болжап білуге мүмкіндік беретін кешенді тәсілге көшу ұсынылады. Бұл шаралар «дауды сотқа дейін реттеудің формалды кезеңі» ретіндегі жүйені құқықтары бұзылған азаматтар үшін шынайы жұмыс істейтін қорғау құралына айналдыра алады. Ал алдын алу ықпалы бизнестің заң бұзуына «үнемі шыдап келетін» тұтынушылардан пайда көргеннен әлдеқайда қауіптірек болатынын нақтылай түседі.

Жалпы алғанда, тұтынушылардың құқықтарын қорғауда сотқа дейінгі және сот тетіктерінің өзара әрекеті - претензиялық тәртіпті міндеттеу, нақты айыппұл санкцияларын енгізу және моральдық зиянды өндірудегі біртұтас ұстанымды қалыптастыру арқылы ғана шынайы нәтижеге қол жеткізуге болады. Жүргізілген талдау «коридорлар» мен моральдық шығынды есептеудің бірыңғай ережесі болмағандықтан, сот шешімдерінің тым әркелкі болатынын, ал қасақана бұзушылық үшін айыппұлдық үстеменің болмауы заңның алдын алу әсерін әлсірететінін көрсетті. Тұтынушылар нақты өтемақы алуға сенімі болмағандықтан сотқа жүгінбеуге бейім.

Бір мезгілде сотқа дейінгі дауды реттеу нысандарын нығайту (мысалы, талап қоюға дейінгі шағымды ресімдеу мен тараптардың адал ниетпен келіссөз жүргізу міндетін белгілеу) сол кәсіпкерге дауды созудың әлдеқайда тиімсіз екенін көрсететін нақты ынталандыруларсыз іске аспайды. Бұл орайда заңды талаптарды орындамағаны үшін жауапкершілікті күшейту және моральдық зиянды есептеудің ашық әдістемесін белгілеу - сотқа дейін шарықтап жететін даулардың санын азайтып, жедел келісімге келуді жеңілдетеді. Шетелдік тәжірибе соттар қомақты өтемақы мен айыппұл салудан қашпайтын жағдайда, тараптардың ымыраға келуге тырысатынын дәлелдейді.

Осылайша, моральдық өтемақы тетіктері, егер олар негізді түрде дәйектелсе және айыппұлдық санкциялармен нығайтылса, жүйені болжамдырақ етіп, кәсіпкерлерді міндеттемелерін адал орындауға ынталандырады. Сол кезде сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібі формальды баспалдақ болудан қалып, азаматтардың мүддесін қорғаудың шынайы құралына айналады. 2022 жылы жарияланған (Сюрикпаева А.О.) [159] зерттеуде тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында мемлекеттік және қоғамдық қолдауды күшейтудің қажеттігі негізделген болса, соның жалғасы ретінде біз моральдық зиянды есептеудің айқын әдістемесінің және ведомствоаралық үйлестіруді жетілдірудің маңызды екенін анықтадық. Бұл кешенді институционализация жағдайында ғана

өтемақылық механизм азаматтардың мүддесіне тиімді қызмет етеді. Келесі бөлімде дәл осы тетіктердің тұтынушыға қатысты жария шарт конструкциясында қалай көрініс табатыны және қызмет көрсетуден негізсіз бас тартуға қарсы тұруға қалай жәрдемдесетіні толығырақ қарастырылады.

2.3 Тұтынушылар құқықтарын қорғау тетіктері жүйесіндегі жария шарт

Қазақстан Республикасының сот тәжірибесін жария шарттар қырынан талдау нәтижесі тұтынушылар құқықтарын тиісті деңгейде қорғауға кедергі келтіретін олқылықтардың бар екенін көрсетеді. Коммуналдық қызметтерге, банк қызметіне және міндетті сақтандыруға қатысты бірқатар істерде соттар арнайы заңнамалық нормаларға формалды түрде сілтеме жасап, азаматтардың талап арыздарын қанағаттандырудан бас тартқан, сол арқылы жария шарттың мәндік мазмұнын және «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Қазақстан Республикасы Заңы мен Қазақстан Республикасы Азаматтық кодексінде бекітілген нормаларды елеусіз қалдырған. Нақты кейстерді талдау көрсеткендей, тұтынушыларға әлеуметтік не қаржылық қызмет жеткізушінің кінәсін дәлелдеуге тура келеді, алайда жария шарт қағидатының мәніне сай орындаушы қызметтің қолжетімділігін және оның тиісті сапасын қамтамасыз етуге міндетті, ал қызмет көрсетуден бас тарту тек заңда нақты айқындалған жағдайларда ғана мүмкін болуы тиіс.

Әсіресе коммуналдық саладағы (электрмен жабдықтау, жылумен қамтамасыз ету) жағдайлар айқын байқалады. Тәжірибе бойынша, қызмет сапасы анық бұзылған кезде де (электрдің кенеттен өшуі, пәтерлердегі жылудың жеткіліксіз болуы) тұтынушы іс жүзінде қорғалмай қалады, өйткені соттар формалды келісімшарттың бар-жоғын немесе сотқа дейінгі реттеу рәсімдерінің толық сақталуын талап етеді. Сонымен бірге жария қызмет көрсетуші тұлғаның шарт жасауға және жабдықтаудағы үзілістер үшін жауап беруге міндетті екендігін көздейтін ҚР АК-нің 387-бабы және 389-бабы [50] іс жүзінде қолданылмайды. Мысалы, [160] қаласының тұрғыны электр кернеуінің ауытқулары салдарынан тоңазытқыш қозғалтқышы жанып кетіп, сонымен қатар жеткіліксіз жылу үшін төлемақыны азайту мен шығынды өтеуді талап етіп сотқа жүгінген. Алайда жазбаша келісімнің болмауы және претензиялық тәртіптің формалды процедуралары сақталмағандығы негізге алынып, талап арыз қанағаттандырудан бас тартылған. Тұтынушы шарттың жария сипатына, яғни жеткізушінің үздіксіз энергиямен қамтамасыз етуден бас тартуға құқығы жоқ екеніне сілтеме жасағанына қарамастан, сот оның дәлелдерін назарға алмаған. Мұндай сот ұстанымы жария шартқа (ҚР АК 387-бабы) және «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Қазақстан Республикасы Заңының қызмет сапасы туралы нормаларына мән бермейтінін, әрі компанияның кінәсін техникалық білімге де, ұзақ сот ісіне де қажетті ресурсы жоқ тұтынушының өзі дәлелдеуге мәжбүр болғанын көрсетеді.

Осыған ұқсас мәселелер банктерге қарсы істерде де көрініс тапқан: банктер болмашы себептермен есепшот ашудан бас тартады немесе клиент есепшотын сот орындаушыларының қателіктеріне не ішкі регламенттерге сүйене отырып бұғаттап тастайды [161]. Формалды тұрғыдан Қазақстан Республикасы Азаматтық кодексі (ҚР АК 387-бабы) кез келген талапкер заңды талаптарды сақтаған жағдайда банк шотын ашу туралы шарт жасалуы тиіс екенін көрсетеді. Алайда соттар жиі жағдайда, егер қандай да бір ведомстволық актіде немесе нормативтік нұсқamada бас тартуға себеп болса (мысалы, салықтық берешек туралы мәліметтер не сот орындаушысының бұғаттау туралы қаулысы), онда банк клиент алдындағы жауапкершіліктен босатылады деген тұжырымға келеді. Нәтижесінде зейнетақы, жалақы немесе басқа да маңызды кірісті алу қажеттілігі туындаған тұтынушы шынымен өтемақы алу тетіктерінен айырылып қалады. Сот тәжірибесі [162] банктің, тіпті қате болса да, сот орындаушысының нұсқауын формалды орындаған жағдайда, шығын мен моральдық зиянды өтеуден босатылатындығын көрсетеді. Банктік қызметтің жария-құқықтық сипатына (тең әрі кемсітусіз қызмет көрсетуге міндеттейтін) сілтеме жасау іс жүзінде нәтиже бермейді, себебі сот шарт еркіндігі қағидатын (не арнайы нұсқаулықтарды) банктің жария міндетінен гөрі кеңірек түсіндіреді.

Міндетті сақтандыру саласында да осындай түйткіл бар: формалды шектеу (мысалы, МСҚИ бойынша лимит) шығынды толық өтемеуге әкеп соғады, сот сақтандырушының әрекеті белгіленген нормаларға сай деп таниды, ал ҚР АК-тен туындайтын адалдық және міндетті сақтандырудың жария сипаты елеусіз қалады. Шығыны лимиттен асатын кейбір жәбірленушілер сақтандыру төлемінің қосымша көлеміне қол жеткізе алмайды, өйткені формалды лимит жария шарттың қисынына қайшы болса да (компания адал әрекет етіп, тәуекелдерді нақты жабуы тиіс) [163] оған үстем түседі. ОСМС (міндетті әлеуметтік медсақтандыру) бойынша соттар өз кезегінде уақтылы аударымдардың болмауын қатаң басшылыққа алып, бірқатар қызмет түрлерінің көрсетілмеуін заңды деп есептейді, ҚР Конституциясының 29-бабындағы медициналық көмек алу құқығын қолдануға тырыспайды және медициналық қызметтің жария (әлеуметтік маңызы бар) сипаты мәселесін қарастырмайды.

Осылайша, сот актілері ҚР АК-нің 387 және 389-баптарын, сондай-ақ «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Қазақстан Республикасы Заңының тиісті нормаларын қолдануда біркелкілік жоқ екенін айғақтайды. Формалды түрде бұл нормалар әлсіз тарапты қорғауға, шарт жасасудың ерекше міндетті режімін белгілеуге, яғни кемсітушілік сипаттағы бас тартуды болдырмауға және тұтынушының дәлелдеу ауыртпалығын жеңілдетуге арналған. Алайда іс жүзінде құқық қолдану органдары, мысалы, Қазақстан Республикасының «Банктер және банк қызметі туралы» № 2444 Заңының 6-б. және 8-1-б. 1-т. (несиелік мәмілелер жасаудағы шектеулер жайлы) [164], «Азаматтық-құқықтық жауапкершілікті міндетті сақтандыру туралы» ҚР № 446-II Заңы [165] және МСҚИ қағидаларының 6.2-1-т. (КҚ тіркеуі болмаған жағдайда сақтандырушының бас тарту құқығы) [166], сондай-ақ ҚР № 405-V «Міндетті әлеуметтік медициналық сақтандыру туралы» Заңы [167] және

Денсаулық сақтау министрінің № 123 бұйрығы (жарна қарызы болған жағдайда қызметке қолжетімділікті шектеу) [168] негізінде тұтынушының мүмкіндіктерін шектеп, азаматтық құқықтағы жария шарт қағидасын (ҚР АК 387-б.) іс жүзінде қолданудан шығарып тастайды. С. К. Идрышева осыған ұқсас жағдайды түсіндіре келе, ҚР АК тек нақты салаларды (бөлшек сатып алу-сату, тасымалдау, энергиямен жабдықтау т.б.) ғана атайды да, «қалған әлеуетті жария шарттарға қатысты субъективті ой-толғамға сүйеніп болжауға тура келеді» деп атап өтеді [169]. «Және сол сияқты өзге салалар» деген тіркесті пайдалану сот тәжірибесінде тікелей аталған шарт түрлеріне ғана жария мәртебесі беріліп, ұқсас қатынастар құқықтық қорғаныссыз қалып жататынына әкеледі. Нәтижесінде компаниялар мен соттар кейде шартты саралау барысында формалды тәсілге жүгініп: «Заңда бұл шарттың жария екендігі тікелей көрсетілмесе, жеткізуші жауапкершіліксіз бас тарта алады» деген ұстанымға сүйенеді.

Зерттеушілердің бірқатары [170] жария шарт деп танылатын және танылмайтын шарттарды нақты ажырататын заңнамалық критерийдің болмауы ғылым мен сот тәжірибесінің әртүрлі түсініктерге ұрындырып, құқық қолданудың біркелкілігіне теріс әсер ететінін айтады. Нәтижесінде барша тұтынушыға әділетті жағдайды қамтамасыз ету мақсаты үнемі орындала бермейді, ал жария шарт қағидаты декларативті сипатта ғана қалады. Бұған қоса, заңда жария шартты жасасудан бас тартудың рұқсат етілген негіздерінің толық тізбесі жоқ; «қызметті ұсыну мүмкіндігі болса, бас тартуға жол берілмейді» деген қолданыстағы тұжырым (ҚР АК 387-бабының 3-тармағы) жалпы сипатқа ие және бас тартудың қандай себептері орынды саналатынын ашып көрсетпейді. М. К. Сүлейменов «шарт жасасуға мәжбүрлеу - төтенше шара» екенін атай отырып [171], шарт еркіндігін шектейтін мұндай қатаң тәсілді абайлап қолдану керек дейді, алайда қазақстандық заң шығарушы мен сот тәжірибесі бас тартудың қай кезде заңды екенін нақтыламайды. Нәтижесінде соттар бұл олқылықтардың орнын өз бетімен толтыруға тырысады, мысалы, дүкен тауар жоқтығын желеу етіп немесе қонақүй нөмірлердің толып кеткенін айтып бас тартқан жағдайда, сол бас тартудың заңдылығын мойындау соттың «нақты объективті мүмкіндіктің жоқтығына» сенуіне тәуелді болып қалады.

Осы тұрғыдан алғанда, бас тартудың заңды негіздерінің болмауы немесе толық қалыптаспауы және «қызметтің сипатына байланысты» деген бұлыңғыр тұжырымдар теория мен тәжірибеде қиындықтар туғызады. С. К. Идрышева атап өткендей, «себептерді нақтыламастан бас тартуға тыйым салу» нормасы «мағынасыз» сипат алады: талапты неғұрлым формалды өлшемдермен күшейте түсу керек, әйтпесе соттар мен жеткізушілер бас тарту уәждерін шексіз кең ауқымда тәпсірлей береді.

«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Қазақстан Республикасы Заңында негізсіз бас тартуға жол бермейтін ережелер болғанына қарамастан, онда да жария шарт жөніндегі нақты бап пен бас тартудың толық негіздемесі жоқ. Формалды түрде бұл заң тұтынушылардың құқықтарының теңдігін және сатушының (орындаушының) заңсыз бас тартқаны үшін жауапкершілігін ғана

кепілдендіреді, алайда қандай себептердің заңды саналатынын айқындамайды. Ал осы Заңның 8-1-бабы шартқа тұтынушылардың құқықтарын шектейтін талаптарды енгізуге тыйым салғанымен, бас тартудың «заңдылығының» нақты өлшемдерін көрсетпейді. 7-бап тұтынушының шартты жасасудан еш себепсіз бас тартуға құқылы екенін регламенттейді, бірақ орындаушыға қатысты кері тыйымды қарастырмайды. Ал 15-бап, тауар сапасы төмен болған жағдайда тұтынушылардың құқықтарын реттей отырып, қызмет көрсетуден сотқа дейінгі бас тартуды қамтымайды және оны жария шарт ұғымымен тікелей байланыстырмайды. Демек, ҚР АК-нің 387-бабы мен тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңның нормалары белгілі бір жалпы база ғана қалыптастырады, алайда компания тарапынан қойылатын техникалық «себептер» сот үшін тікелей тыйым болмағандықтан, сот көбіне компанияны қолдайды.

Франция тәжірибесімен салыстыру бұл жағдайдың қаншалықты өзгеше екенін көрсетеді. Француз құқығында «il est interdit de refuser la vente d'un produit ou la prestation d'un service à un consommateur, sauf motif légitime» қағидаты қолданылады, яғни «тұтынушыға тауар сатудан немесе қызмет көрсетуден еш негізсіз бас тартуға тыйым салынады» [172]. Франция Тұтынушылық кодексінің L121-11-бабында [173] осы міндет бекітілген, оны орындамау әкімшілік және тіпті қылмыстық жауапкершілікке әкеп соғады. Қазақстандық шынайылықтан айырмашылығы сол, мұнда бас тарту өлшемдері көрсетілмеген, ал Францияда «motif légitime» [174] категориясы ресми түсіндірмелер арқылы ашып көрсетіледі: жасалған салыстырмалы талдауымыз көрсеткендей, француз заңнамасындағы «motifs légitimes» қатаң регламенттелген және олар тек 1) тауардың расымен болмауы, 2) қауіпсіздікке қатер төндіру немесе 3) қалыптан тыс ірі тапсырыс сияқты жайттармен шектеледі. Нәтижесінде бұдан тыс кез келген негіз сотта да, мемлекеттік органдар тарапынан да қабылданбайды, ал тиісті органдар құқық бұзушыны жедел жауапқа тарта алады.

Тауардың қоймада жоқтығын немесе тапсырыстың қалыптан тыс ірі екенін сатушы дәлелдеуі тиіс. Егер сатушы нақты негізсіз бас тартса, ол әкімшілік құқық бұзушылық ретінде бағаланып, жеке тұлғаға 1500 еуро, ал компанияға 7500 еуроға дейін айыппұл салынуы мүмкін. Франция тұтынушылар құқығын қорғау бас басқармасы (DGCCRF) сот шешімін күтпестен мұндай құқық бұзушылықтарды жедел тоқтатуға, міндетті нұсқама беруге және айыппұл салуға өкілетті. Бұл - Қазақстандағыдай сотқа жүгінуді қажет ететін, ұзаққа созылатын, бас тартудың әділетсіз екенін дәлелдеуді талап ететін процедурамен салыстырғанда елеулі қарама-қайшылық.

Неміс құқығы басқа үлгіні ұсынады: мұнда барлық салада біртұтас жария шарт туралы бап жоқ, алайда «Kontrahierungszwang» [175] (шарт жасасуға мәжбүрлеу) қағидаты арнайы заңдармен бекітілген жерлерде қолданылады. Мәселен, банк саласында Төлем шоттары туралы заң (Zahlungskontengesetz, ZKG) қабылданған, ол кез келген адамға базалық шот ашуды банкке міндеттейді [176]. Коммуналдық қызмет бойынша монополияға ие ұйымдар өз қызмет аумағындағы әрбір тұтынушыны қосуға және қызмет көрсетуге

міндетті. Егер компания нарықта үстем жағдайға ие болып, жеткілікті салмақты себептерсіз бас тартса, бұл § 19 GWB [177] нормаларына сәйкес монополиялық билікті теріс пайдалану деп танылуы мүмкін. Сол сияқты тасымал, байланыс, дәріхана және т. б. салаларда да жеке заңдарда нақты талаптар бар. Германияда біртұтас француздық жүйеден гөрі әр салаға қатысты казуистикалық тәсіл бар: әр сектор бас тарту шарттарын жеке заңда айқындайды, ал соттар осы арнайы нормаларға сүйенеді. Кейбір неміс зерттеушілерінің пайымдауынша [178], мұндай тәсіл шарт еркіндігі қағидатына құрметпен қарайды, өйткені бас тартуға қоғамдық қажеттілік жоқ немесе монополиялық жағдай жоқ жерде жол беріледі, ал аса маңызды салаларда тұтынушыны қорғаудың пәрменді құралдары қарастырылады.

С. К. Идрышева атап өткендей, Қазақстан Ресей және ішінара Германия дәстүрлерін ұстанады, яғни ҚР АК жария шарт ұғымын қамтиды, бірақ оның мысал ретінде келтірілген салалары нақты шектелген, ал қалған жағдайларда «болжай отырып, өз пайымымызға сүйенеміз». Нәтижесінде қызмет көрсетуші (мысалы, онлайн-платформа не жаңа сақтандыру түрі) «Заңда бұл шарттың жария екендігі жазылмаған» деп мәлімдеп, соттар осы формалды дәлелді жиі қабылдайды. Автордың пайымдауынша, мұндай формалды тәсіл «заңның барша клиентке тең жағдай жасау міндетін» орындау қабілетін төмендетеді, өйткені ҚР АК-нің 387-бабын тар мағынада ғана қолдануға алып келеді.

Бұл мәселе коммуналдық қызмет көрсету мен табиғи монополиялар саласында қатты сезіледі. «Табиғи монополиялар туралы» Заңда (09.09.2024 ж. өзгерістерімен) [179] тұтынушылардың реттелетін қызметке қолжетімділігі формалды түрде реттеледі, бірақ осы қызметтердің бәрінің жария сипатын анық айқындайтын қатаң талап жоқ және рұқсат етілген бас тарту себептерінің жабық тізбесі де көрсетілмеген (24-бап). Осылайша, энергия компаниясы не газбен жабдықтаушы ұйым «техникалық жағдайлар мүмкіндік бермейді» деп мәлімдеп, оны нақты есеп-қисаппен негіздемей-ақ, соттар жиі бұл бас тартуды заңды деп таниды. Франциядағы DGCCRF тәрізді жедел әкімшілік ықпал жасау механизмі қарастырылмаған: мемлекеттік органдардың бақылау функциялары бар, бірақ олар тарифтерге көбірек бағытталған және тұтынушыны қосу мәселесіне мұндай тікелей араласа алмайды.

Бұл жағдайлар реформаның қажеттігін айқын көрсетеді. Біріншіден, жария шарттар аясын нақты заңнамалық тұрғыда ажырату қажет. С. К. Идрышева атап көрсеткендей, ҚР АК 387-бабындағы «және сол сияқты» деген тіркесті формалды өлшемдермен немесе жария шарт деп автоматты түрде танылатын салалардың (банк қызметі, сақтандыру, электронды растаушы қызметтер, коммуналдық шаруашылық т.б.) кеңейтілген тізімі арқылы алмастыру керек. Екіншіден, ҚР АК-нің өзінде (не салалық актілерде) бас тартудың рұқсат етілген (қатаң шектелген) негіздерінің толық тізбесін бекітіп, «техникалық мүмкіндіктің жоқтығы» немесе «ішкі регламенттердің талаптары» сынды бұлыңғыр тұжырымдарды болдырмау қажет.

М. К. Сүлейменовтің айтуынша, шарт жасасуға мәжбүрлеу - ерекше шара, бірақ егер шарт жария деп танылса, ойдан шығарылған себептермен бас тартуға жол жоқ. Рұқсат етілген себептердің толық тізбесін белгілеу үшін мынадай

шектеулерді көрсету жеткілікті: тауар не техникалық мүмкіндік объективті түрде болмаған жағдайда (нақты расталса), тұтынушының талабы әдеттен тыс үлкен не заңға қайшы болса (мысалы, кәмелетке толмағандарға алкоголь сату), тұтынушының әрекеті агрессивті мінез-құлықпен, қауіпсіздікке қатермен байланысты т.б. кездер. «Бланктер жетіспеуі», «ішкі саясаттың толып кетуі» секілді әжуалы негіздер қызмет көрсетуден бас тартудың заңдылығы ретінде танылмауы тиіс.

Бұған қоса, әкімшілік органдарға (мысалы, Тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитетіне) негізсіз бас тарту жайлы шағымдар бойынша жедел шара қабылдау құқығын беру тиімді қадам болмақ. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитетінің құрылуы, оның құқықтық мәртебесі мен өкілеттіктері туралы кейбір мәселелер біздің алдыңғы зерттеуімізде (А.О. Сюрикпаева мен С.Б. Лаушанова) егжей-тегжейлі талданған [180]. 2019 жылы құрылған сәтінен бастап Комитет тұтынушылар мүддесін қорғау ісінде бірқатар кеңейтілген өкілеттіктерге ие болды және өзінің қадағалау тәжірибесін қалыптастыруда. Дегенмен авторлар Комитеттің институционалдық дамуы мен мәртебесін одан әрі нығайту қажеттігін атап өтеді.

Франциядағы DGCCRF тәжірибесі кәсіпкерге сот шешімін күтпестен айыппұл салу арқылы «формалды» бас тартуларды едәуір азайтуға болатынын көрсетеді. Сонымен қатар сақтандыру, банк және коммуналдық қызмет туралы арнайы заңдарда осы қатынастардың жария сипатын тікелей бекіту қажет: мысалы, МСҚИ бойынша сақтандырушының бас тартуына тыйым салу туралы ереже бар болса да, көп жағдайда қағазбастылық сылтауымен айналып өтеді. Банк саласында Германиядағыдай базалық шот туралы заң қабылдап, кез келген адамға базалық қызмет түрлерін ұсынбаған банкті жария міндеттемені бұзушы деп тануға болар еді. Ал энергиямен немесе сумен жабдықтау саласында монополия мәртебесі бар қызмет көрсетушіге тек нақты техникалық қосу мүмкіндігі дәлелденбеген жағдайда ғана бас тартуға рұқсат беруді заңмен қатаң жазу керек.

Заңнаманың қолданыстағы нормалары мен нарықтың нақты мұқтаждықтарының арасында алшақтық бар екеніне жаһандық үрдістер де дәлел: барған сайын көп қызметтер әлеуметтік маңызды сипат алуда (интернет, электронды сервистер), ал негізсіз бас тартуға қатысты шағымдар да көбейіп жатыр. Осы ретте жария шарттың қағидатын базалық деңгейде ғана белгілейтін заңдарда нақты регламенттің жоқтығы айқын сезіледі. Демек, өзгерістер тек ҚР АК-нің 387-бабына қатысты бір реттік түзетумен шектелмей, кешенді жаңартуды талап етеді: 399-бапты (міндетті шарт жасасу тәртібі) толықтыру, тұтынушылар құқығы жөніндегі заңнамаға түзетулер енгізу, «Электрондық құжат және электрондық цифрлық қолтаңба туралы» және «Табиғи монополиялар туралы» заңдардағы анықтамаларды нақтылау және т. б.

Азаматтардың банк шотын ашуға немесе электр желісіне қосылуға қатысты келіспеушіліктерін сәтсіз даулау оқиғалары «және сол сияқты салалар» деген бұлдыр тұжырым және бас тартудың заңды негіздерінің болмауы көбіне сотта азаматтардың ұтылуына әкелетінін растайды. Компания тек «ішкі регламенттерге» сілтеме жасаса болғаны, сот мұны заңды деп таниды.

С. К. Идрышева Ресей тәжірибесінде де осындай проблемалар кездескенін, бірақ РФ Жоғарғы Сотының қаулыларындағы түсіндірмелер оны жұмсартатынын, яғни жария шарттардың тізімі шектелмейтіні және келіссөз жүргізілмейтін жаппай қызмет көрсетудің бәрі жария деп танылуы тиістігі айқындалғанын атап өтеді [181]. Қазақстанда Жоғарғы Сот тарапынан мұндай нұсқаулық жоқ, сондықтан ҚР АК-ні тура мағынасында қолдануға ғана сүйенуге тура келеді.

Неміс және француз тәжірибесімен салыстыру көрсеткендей, кәсіпкерліктің формалды еркіндігі болғанның өзінде дамыған юрисдикцияларда не жалпы ереже (Францияда - «себепсіз бас тартуға тыйым» және әкімшілік-қылмыстық жауапкершілік), не әлеуметтік маңызы бар және монополиялық салаларда шарт жасасу міндеті туралы заңдар (Германия) қолданылады. Екі тәсіл де бизнес пен тұтынушы мүдделерінің тепе-теңдігін қамтамасыз етіп, кәсіпкердің шарттан өз бетінше жалтаруына жол бермейді. Қазақстан ресей-неміс «жария шарт» тұжырымдамасын ұстана отырып, әзірге Францияның да нақтылығы мен Германияның да егжей-тегжейлі сипатын толық бойына сіңіре алған жоқ. Сондықтан зерттеушілердің көпшілігі жария қызметтер тізімін заң тұрғысынан кеңейтуді, бас тартудың негіздерінің жабық тізбесін енгізуді және шарт жасасуға жедел мәжбүрлеу механизмдерін пайдалануды ұсынады.

Осылайша, С. К. Идрышева, М. К. Сүлейменов және т. б. ғалымдардың пікірлерінде келтірілген дәйектер төмендегі екі реформаторлық қадам қажеттігін растайды. Біріншіден, «заңда атап көрсетілмеген» деген сылтаумен кәсіпкер мен соттардың нақты қызметті «жария емес» деп сипаттауына жол бермей, жария шарттар аясын айқындауды нақтылау. Екіншіден, ҚР АК-де (немесе салалық актілерде) бас тартудың толық тізбесін орнату - объективті мүмкіндіктің жоқтығы, қауіпсіздікке қатер, клиенттің ашық түрде адал еместігі және т. б. секілді жағдайлар ғана заңды болуы тиіс. Кез келген ішкі және формалды сылтау егер қызмет көрсетушіде тұтынушыны қанағаттандыруға нақты ресурс пен мүмкіндік бар болса, заңды негіз деп танылмауы керек. Тек осылай ғана жария шарттың шынайы пәрменін қамтамасыз етуге, адалдық қағидатын нығайтуға және жеткізуші тарапынан негізсіз бас тартуды болдырмауға болады.

Сындарлы талдау француз әкімшілік араласу тәжірибесі мен неміс «нүктелік» тәсілінің де пайдалы екенін көрсетеді. Қазақстанда Тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитетіне немесе тиісті саланы реттеуге уәкілетті органға (мысалы, энергетика, қаржы) шағым түскен кезде тез арада тексеріп, шарт жасасуға нұсқама беру және ұйымды сотқа дейін-ақ айыппұлға тарту құқығын беру жүйесін құру әбден мүмкін. Бұл формалды түрде ешкім бас тартпаса да, іс жүзінде «басқа кезекке жіберу» немесе «шексіз регламенттерге» сілтеме жасау түріндегі келеңсіздіктерді азайтар еді. Сондай-ақ жария шарт дегеніміз қандай шарттарға қолданылатынын нақтылау - ҚР АК-нің 387-бабына толықтырулар енгізу немесе Жоғарғы Соттың арнайы қаулысын қабылдау арқылы сот тәжірибесінде айқындық енгізер еді.

Жалпы, зерттелген сот шешімдері мен заңнамалық нормалар жария шарт туралы қолданыстағы үлгінің кешенді түрде жетілдіруді қажет ететінін

қуаттайды. 387 және 389-баптардағы, сондай-ақ «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңдағы нормалар формалды бас тарту тәжірибесіне және әлеуметтік маңызы бар массалық қызметтер аясында тұтынушының талаптарын қанағаттандырмауға қарсы жеткілікті түрде тосқауыл бола алмай отыр. Сот мысалдары көрсеткендей, «және сол сияқты» деген екіұшты түсініктің салдарынан және бас тартудың заңды негіздерінің айқындалмауынан азаматтар жарытылысты қорғаныстан айырылады. Компаниялар ішкі регламенттерге сілтеме жасаумен шектеледі, ал соттар заңда тікелей тыйым болмағандықтан, оны заңды деп санайды.

Заңнаманы Франция мен Германия тәжірибесін ескере отырып жетілдіру Қазақстан Республикасы Азаматтық кодексінің (ҚР АК 387, 389, 399-баптары мен байланыстырылатын баптар), салалық заңдардың («Табиғи монополиялар туралы», «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы», «Электрондық құжат және электрондық цифрлық қолтаңба туралы», «Банк қызметі туралы», «Міндетті сақтандыру туралы» және т.б.) ауқымды өзгерістерін қамтуы тиіс. Осы өзгерістер нәтижесінде, біріншіден, «жария шарт» ұғымының өзі кеңейтіліп нақты бекітіледі (не критерийлер арқылы, не ашық тізіммен реттеледі: жаппай сұраныс, міндеттілік, монополиялық жағдай немесе әлеуметтік маңыз), екіншіден, әр салада бас тартудың рұқсат етілген негіздері жабық тізбе түрінде айқындалады. Сол тізбені елемек болған тұлға бірден сот немесе уәкілетті орган алдында жауап береді, бұл орган қызмет көрсетушіні шарт жасасуға міндеттейді және санкция қолдана алады. Шетелдік тәжірибе дәл осындай тетік азаматтарды қорғаудың тиімділігін арттыратынын және жария-құқықтық міндеттемелерін орындаудан жалтаруға жол бермейтінін дәлелдеп отыр.

Қорытындылай келе, Қазақстандағы жария шарттың қазіргі моделін қайта қарау қажеттігі туындап отыр. ҚР АК-нің 387 және 389-баптары, сондай-ақ «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» жалпы Заң формалды бас тарту жағдайларына қарсы тиісті деңгейде тосқауыл қоя алмайды және шын мәнінде, әлеуметтік маңызы бар салаларда қызмет көрсетуді қамтамасыз ету мақсатын толық орындай алмайды. Тәжірибеде көрсетілген сот істері компаниялардың ішкі нұсқаулықтарын алға тартып, жария-құқықтық міндеттемелерін орындамайтындығын байқатады. Бұл олқылықтарды жою үшін не «француздық» - «заңды негізсіз бас тартуға абсолютті тыйым» қағидатын орнату, не «немістік» - әр сала үшін «Kontrahierungszwang»-ты бекіту жолы қажет.

Қазақстан, ғалымдардың және кейбір сот істерінің қорытындыларына сүйенсек, аталған екі тәсілді ұштастыра отырып, жалпы жария шарт нормаларын нақтылауға және әр әлеуметтік маңызды заңда бас тартудың жабық тізбесін бекітуге ұмтылуы тиіс. Сонда ғана жария шарт декларация түрінде емес, жаппай қызметке мұқтаж азаматтарды қорғаудың пәрменді құралына айналады, әрі жеткізушілердің еркін түсіндіру және жалтару әрекеттерін болдырмайды.

Осы тарауды қорытындылай келе ұсынылып отырған зерттеудің екінші тарауында тұтынушы құқығын қорғаудың отандық механизмдерін заманауи

талаптарға сәйкестендірудің маңыздылығы мен негізгі бағыттары жан-жақты талданды. Алдымен, «тұтынушы» ұғымының дәстүрлі анықтамасы электрондық коммерция, цифрлық контентпен жасалатын мәмілелер және «аралас» сипаттағы шарттар (тұтынушылық пен ішінара кәсіпкерлік мақсаттарды ұштастыратын жағдайлар) аясында жеткіліксіз екендігі дәлелденді. Осыған орай, заңнамада тұтынушының құқықтық мәртебесін кеңейте отырып, кәсіби мүдденің басым еместігін ескеретін икемді тәсіл енгізу қажеттігі айқындалды.

Тараудың келесі бөлігінде тұтынушылық дауларды сотқа дейін және сот арқылы шешу тетіктерінің жетілдірілмеген тұстары ашып көрсетілді. Зерттеу нәтижелері тұтынушыға сотқа дейінгі дауды реттеу сатысында жоғары әкімшілік және рәсімдік жүктеме түсетінін, ал сатушы (немесе қызмет көрсетуші) тараптың жауапкершілігі нақты айқындалмағанын дәлелдейді. Осы мәселелерді шешу үшін сотқа дейінгі дауды реттеу тәртібін жетілдіру, сатушының дәлелсіз бас тартқаны үшін санкцияларды нақты енгізу, моральдық зиянды өтеу тәртібін біріздендіретін «төменгі шектік» және «қоридорлық» өлшемдерді заңнамада орнықтыру қажеттігі ұсынылды. Мұндай қадамдар тұтынушының әлсіз тарап ретіндегі мүддесін шынайы қорғауға, азаматтардың сотқа жүгінуін оңтайландыруға және құқықтық сенімді арттыруға ықпал етеді.

Соңғы тармақ ретінде, қоғамдық маңызы бар қызметтерді («публичный договор») көрсету саласында тұтынушы мүддесін тиісті дәрежеде қамтамасыз етудегі құқықтық кемшіліктер сараланды. Электр-энергиямен жабдықтау, банк, сақтандыру және коммуналдық қызметтерді ұсыну барысында заңнамалық тетіктердің жеткілікті нақтыланбауының салдарынан азаматтардың талаптарын қанағаттандыру қиындықтары анық байқалады. Салыстырмалы-құқықтық талдау негізінде Германия мен Франция заңнамасындағы «қоғамдық шартқа міндетті түрде отыру» және «заңды себепсіз бас тартуға тыйым салу» қағидаттары еліміз үшін үлгі бола алатыны көрсетілді. Сондықтан, бұл салада «публичный договор» ұғымының нақты критерийлері мен бас тартудың шектеулі және қатаң айқындалған негіздерін ұлттық заңнамаға енгізу тиімді болары тұжырымдалды.

Осылайша, екінші тарауда тұтынушылар құқығын қорғау саласындағы құқықтық мәртебені жаңаша ұғынудың, сотқа дейінгі және соттық реттеу тетіктерін үйлесімді қалыптастырудың және «публичный договор» институтын жетілдірудің маңыздылығы дәйектелді. Алдағы кезеңде заңнаманы жүйелі түрде жетілдіру, шетелдік озық тәжірибені бейімдеу және сот тәжірибесін біріздендіру - тұтынушылардың құқықтарын қорғау институтын нығайтуға шешуші қадам болатыны айқындалды.

3 ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ҚҰҚЫҚТАРЫН ҚОРҒАУ ТЕТІКТЕРІН ЦИФРЛЫҚ ОРТАДА ДАМЫТУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

3.1 Тұтынушылардың құқықтарын қорғау механизмдерін жетілдіру контексінде цифрлық тауар мен цифрлық қызметті нормативтік-құқықтық реттеу объектісі ретінде анықтау

Осы зерттеудің алдыңғы бөлімдерінде біз дәстүрлі тұтынушылық қатынастар саласындағы елеулі мәселелерді жоюға бағытталған тұтынушылардың құқықтарын қорғау механизмдерін жетілдірудің қажетті жолдарын атап өттік. Олардың қатарында тұтынушының мәртебесін нақтырақ айқындау, сотқа дейінгі тәртіпті жетілдіру және моральдық залалды өтетуді жүйелеу, жария шарттың құрылымын күшейту шаралары бар. Дегенмен электрондық сату арналарының кеңеюі мен сауданың жаңа цифрлық формаларының пайда болуы қосымша құралдар мен жаңа тәсілдерді талап етеді. Қолданыстағы механизмдерді жетілдіру азаматтардың құқықтарын қорғаудың сенімдірек негізін қалыптастырғанмен, экономиканың цифрлық трансформациясы жағдайында мұндай базалық кепілдіктер онлайн-платформалар мен трансшекаралық электрондық коммерцияның ерекшеліктеріне сәйкес әрі қарай дамытуды қажет етеді.

Электрондық сауданың барған сайын трансшекаралық әрі көпжақты сипат алып келе жатқанын ескерсек, цифрлық контенттің ерекшелігін нормативтік тану және құқықтық регламенттеу, сондай-ақ мінез-құлық пен жауапкершілік ережелерін біріздендіру ерекше өзектілікке ие болады. Осылайша, бұған дейін қарастырылған офлайнға негізделген шаралардан жаһандық онлайн-алаңдар мен жоғары технологиялық сервистер дәуіріне қажетті кешенді шешімдерге көшудің уақыты келді. Мұндай қадам тек әлемдік ортақ үрдістерге ғана емес, сонымен қатар электронды коммерция ауқымы тез өсіп, тұтынушылардың үйреншікті мінез-құлық формаларын өзгертіп жатқан қазақстандық нарықтың динамикасына да сәйкес келеді.

Қазақстандағы электрондық коммерцияның дамуы тұрақты өсу үрдісін көрсетуде, әрі бұл тұтынушылық мінез-құлықтың айтарлықтай өзгерістерімен және цифрлық тауарлар мен қызметтердің жаңа формаларының пайда болуымен қатар жүреді. Соңғы мәліметтерге сәйкес, 2022 жылы онлайн-ритейлдің үлесі 8,5%-ды құрап, 15 764 млрд теңгеге тең болды, бұл алдыңғы жылмен салыстырғанда 30%-ға жоғары [182]. Сонымен қатар, Қазақстандағы интернет пайдаланушылардың 23%-ы ай сайын кемінде екі жарым реттен сауда жасайтыны байқалып, азаматтардың электронды саудаға барған сайын белсенді тартылып отырғанын көрсетеді [183]. Мұндай қарқын цифрлық технологиялардың экономиканы интеграциялауының ғаламдық үрдісін айқындайды. Кейбір зерттеушілер [184] мұны интернет пен ақпараттық-коммуникациялық технологияларды белсенді қолдану арқылы дәстүрлі салаларды өзгеріске ұшырататын Төртінші өнеркәсіптік революциямен байланыстырады.

Электрондық коммерцияның осындай қарқынды дамуы сапалы әрі қауіпсіз цифрлық тауарлар мен қызметтерге деген сұранысты күшейтеді. Олар көп жағдайда «тауар» (материалдық нысанда) және «қызмет» (офлайн-түсініктегі) деп бөлінетін классикалық шектерге сыймайды. Мәселен, мобильді қосымшалардағы елеулі қателер салдарынан тұтынушы қосымшаны сатып алған соң, ақшаны қайтарып алу не сапалы өнім алу құқығын кәдімгі физикалық тауардағыдай оңай қорғай алмауы мүмкін. Мұндай қайшылықтар Қазақстан Республикасының «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» (ТҰҚҚЗ) қолданыстағы Заңы «тауар - жұмыс - қызмет» үштағанына сүйенетіндігіне және цифрлық контенттің ерекшеліктерін ескеретін нормалардың жоқтығына байланысты туындайды. Цифрлық өнімдер үшін сапа мен қауіпсіздік өлшемдері қарастырылмаған, онлайн-сервис қолжетімсіз болып қалған, қауіпті осал тұстарға ие болған немесе өз қасиеттері туралы жаңылыстыратын жағдайларда өтемақы немесе ауыстыруды талап етуге мүмкіндік беретін тетіктер де жоқ.

Қатысты салаларда да фрагменттілік байқалады. «Сауда қызметін реттеу туралы» заң электронды сауданы қарастырғанымен, физикалық және цифрлық тауарлар арасын нақты ажыратпайды, ал «Ақпараттандыру туралы» [57] Қазақстан Республикасы Заңы негізінен мемлекеттік қызметтерге бағдарланып, тұтынушылық сектор мәселелерін қозғамайды. Нәтижесінде кейбір зерттеушілердің пайымдауынша, аудио- және бейнесервистер, ауыстырылмайтын токен (NFT) немесе тіпті онлайн-ойындардағы виртуалды заттар сияқты күрделі нысандарға келгенде тұтынушылар өз құқықтарын жиі қорғай алмайды [185]. Сол үшін бір жағынан электронды ортада ұрлық, ақпараттардың тарауына, оның таралған көзін жасыруға қарсы талаптарды ары қарай қатаңдату керек [186].

Халықаралық аренада мұндай жағдайлар жөніндегі дауларға нақты шешімдер әлдеқашан табылған. Мысалы, Еуропалық Одақта цифрлық ортадағы тұтынушылардың құқықтарына арналған директивалар (Directive 2019/770, Directive 2019/771) [187] қабылданып, сот тәжірибесі (Amazon мен Google-ге қатысты істерді қоса алғанда) [188] сатушыларды цифрлық контентті қайтару құқығы мен дербес деректер қауіпсіздігі (Google vs. GDPR) [189] туралы хабардар етуге міндеттейтін қатаң нормалардың тиімділігін растайды. АҚШ-та да онлайн-арбитраж механизмдері белсенді дамуда, ал Қытайда (PIPL арқылы) [190] пайдаланушылардың жеке мәліметтерімен жұмыс реттеледі.

Цифрлық ортада тұтынушылар құқығын қорғау тәсілдері әртүрлі болғанымен (шартты түрде «цифрлық құқықтар» деп атайық), бірнеше шетел заңнамаларында (мысалы, Ұлыбританиядағы 2015 жылғы Consumer Rights Act) [191] цифрлық тауарлар әдеттегі тауарлармен салыстырылатын кепілдіктерге теңестіріледі, соның ішінде контент жұмыс істемеген жағдайда қайтару құқығы беріледі.

Қазақстан үшін бұл мәселенің өзектілігі - қолданыстағы қазақстандық заңдар электрондық сауданы мойындағанымен, ең алдымен, онлайн-платформаларда ұсынылатын цифрлық өнімдер мен қызметтердің ерекшеліктерін ескеретін арнайы анықтамаларды қамтымайтынында.

Нәтижесінде нарық субъектілері «сұр аймақта» қалып, лицензиялар мен лицензиондық келісімдер базалық тұтынушылық кепілдіктерге қарама-қайшы келетін жайттар туындайды, ал азаматтар «сапасыз» контент үшін ақшаны қайтарып алу немесе залалды өндіріп алу мүмкіндігінен айырылады.

Ғылыми әдебиеттерде цифрлық контенттің құқықтық табиғатына қатысты белсенді пікірталастар жүріп жатыр, өйткені бұл нысандар классикалық материалдық тауар немесе үйреншікті қызмет өлшемдеріне сай келмейді.

Барсуков А.А. [192] пайымдауынша, цифрлық контент зияткерлік қызметтің бейматериалдық нәтижесі болғандықтан, экономикалық қатысушылар оны көбіне материалдық зат сатып алғанмен тең «тауар» ретінде қарастырады. Алайда шын мәнінде цифрлық контент көбіне авторлық құқықпен қорғалады және толық меншікке емес, шектеулі лицензия нысанында ғана беріледі, тек келісілген шарттар аясында деректерді пайдалануға мүмкіндік жасайды. Көптеген компаниялар тұтынушыға қосымша шектеулер қойып, «тауарға» тән иелену өкілеттіктерін жиі алып тастайтын лицензиондық келісім түріндегі қосылу шарттарын пайдаланады.

Цифрлық контентті дербес қызмет түрі ме, әлде тауарға ұқсас объект пе деген талқылау әртүрлі құқықтық жүйелерде кездеседі. Соңғы жылдары Еуропалық Одақта цифрлық контентке біртіндеп жаңа бірізді тәсіл қалыптасты. Мысалы, (ЕС) 2019/770 директивасы «цифрлық қызмет» терминін енгізіп, оны тұтынушыға цифрлық нысанда деректерді жасауға, өңдеуге, сақтауға немесе алуға, не пайдаланушы жүктеген деректермен алмасуға және оларға өзге де тәсілмен әрекет етуге мүмкіндік беретін сервис ретінде сипаттайды.

Актіге берілген түсіндірмелерде бағдарламалық қамтылым, қосымшалар, ойындар, музыка, бейне, мәтіндер - цифрлық контент, ал бұлтты қоймалар, стримингтік платформалар, әлеуметтік желілер - цифрлық сервистер ретінде көрсетілген [121]. Яғни, контент тұтынушыға тек жүктеу арқылы ғана емес, сонымен қатар стриминг арқылы да (интернет арқылы аудио, бейне немесе тікелей трансляцияларды алдын ала жүктеусіз нақты уақыт режимінде тарату технологиясы, мұнда деректер пайдаланушының құрылғысына шағын бөліктермен келіп түсіп, жүктеу басталғаннан кейін бірден ойнатылады) берілуі мүмкін. Бұл классикалық квалификациялауды қиындатып, оның электрондық табиғатын ескеретін арнайы нормаларды әзірлеуді талап етеді.

Цифрлық контентті дәстүрлі тауардан ерекшелейтін басты факторлардың бірі - құқықтарды берудің лицензиондық сипаты. Тұтынушы әдетте туындының өзін емес, авторға тиесілі құқықтардың толық көлемінсіз, тек шектеулі пайдалану құқығын ғана алады.

Бірқатар елдердің сот тәжірибесінде пайдаланушының құқықтарын шамадан тыс шектейтін лицензиондық талаптарды шектеуге бағытталған үрдіс қалыптасқан. Мысалы, UsedSoft (Юздсофт) пен Oracle (Оракл) арасындағы істі қараған ЕО Соты лицензиардың сатып алушыға тиесілі бағдарламалық қамтылымды қайта сатуға тыйым салмақ болған әрекетін заңсыз деп тауып, бағдарламаны ары қарай табыстауға тыйым салатын лицензиондық талапты жарамсыз деп таныды [193].

Калифорнияда (Assembly Bill 2426, 2024) [194] цифрлық дүкендерге «buy/купить» сөзін мәміленің лицензиондық сипатын нақтыламай қолдануға тыйым салатын заң қабылданды. Яғни, сатушы тұтынушыға тек шектеулі лицензия берілетінін, ал толыққанды құқықтың берілмейтінін анық көрсетуге тиіс.

Бұл мысалдар авторлық құқық иелерінің мүдделері мен тұтынушылардың заңды күтулерінің арасындағы тепе-теңдікті іздеу қажеттігін айғақтайды, өйткені тұтынушы цифрлық тауар үшін ақы төлегенде, көбіне «меншік құқығына» ие болдым деп ойлайды.

Цифрлық контентке қатысты пікірталастарда әртүрлі санаттардың қасиеттері қабаттасатын аралық нысандар ерекше орын алады. Мәселен, онлайн-ойындардағы виртуалды заттар немесе цифрлық бірегей нысанға құқық беретін ауыстырылмайтын токен (NFT) сыртқы көрінісінде меншікке ұқсас әсер қалдырады, өйткені олардың нарықтық құны жоғары болуы мүмкін және тиісті онлайн-сервистерде қайта сатылуы ықтимал. Мысалы, Англияның Жоғарғы соты «Осборн» ісінде (2022) ауыстырылмайтын токенді (NFT) заңды қорғалатын мүлік ретінде қарастыруға болатынын растады [195]. Дегенмен ойындар мен платформалардың пайдаланушылық келісімдерінде виртуалды заттардың барлық құқықтары провайдерде сақталатыны, ал ойыншының нақты меншік құқығы жоқ екені жиі көрсетіледі.

Цифрлық контенттің құқықтық квалификациясына қатысты шетелдік сот тәжірибесін салыстыру дәстүрлі құқықтық конструкцияларды жаңа технологиялық ахуалға бейімдеуге деген ұмтылысты айқын көрсетеді. Мәселен, «UsedSoft (Юздсофт) Oracle International Corp. (Оракл) - ға қарсы» (ЕО Соты, 2012 ж.) ісінде UsedSoft компаниясы Oracle-дан жүктеп алынған бағдарламалық қамтылым лицензияларын қайта сатқан. Oracle бұл әрекетті авторлық құқықты бұзу деп есептеп, бастапқы лицензиондық келісімдер үшінші тұлғаларға құқықтарды беруге тыйым салғанын алға тартқан. UsedSoft құқықтардың таусылу (исчерпание) қағидаты тек физикалық тасымалдаушылармен ғана шектелмеуі тиіс, егер сандық көшірме пайдаланушыға біржолғы төлем арқылы ұсынылса, ол да тауар сатылғанмен пара-пар деп дәлелдеген.

Еуро Одақ Соты мерзімсіз лицензия бағдарламаны фактілі түрде өткізу мен толық төлемді қамтыса, экономикалық мәні бойынша көшірмені сатумен тең екенін, сондықтан құқықтардың таусылу қағидаты материалдық емес нысандағы өнімге де қолданылуы керек екенін мойындады. Сонымен қатар сот бастапқы сатып алушының өзі қайта сатқаннан кейін бағдарламалық жасақтаманың көшірмесін жоюға міндетті екенін атап өтті. Бұл шешім бағдарламалық қамтылымның қайталама нарығының мүмкіндігін кеңейтіп, тұтынушылардың позициясын күшейтті, сонымен бірге индустрияны құқықтардың таусылуы қағидаты қолданылмайтын бұлтты (SaaS - Software as a Service - қызмет түріндегі бағдарламалық қамтылым) модельдерге көшуге итермеледі.

Цифрлық активтердің айналымы тұрғысынан маңыздылығы кем емес басқа бір мысал - «Осборн ісі» (Osbourne) (Англияның Жоғарғы соты, 2022-2023 жж.), мұнда блокчейн ортада бар объектілерге меншік құқығын қорғаудың

дәстүрлі тәсілдерін қолдануға талпыныс жасалған. Бұл дауда ауыстырылмайтын токен (NFT) хакерлер тарапынан ұрланған, ал жәбірленуші сотқа жүгініп, осы токендерді мүлік деп тануды, сондай-ақ олардың сатылуына тыйым салуды сұраған. Сот жауап беруші анонимдерге сот бұйрығын тікелей ауыстырылмайтын токен (NFT) арқылы, яғни «аирдроп» жолдау арқылы хабарлауға рұқсат берген. Мұндай шара анонимді әмиян иелерімен байланысудың басқа жолы болмаған кезде тиімді және барабар тәсіл деп танылды. Судья транзакцияларды тоқтатуды талап етіп, жәбірленушінің даулы токендерді қайтаруға құқығы бар екенін атап өтті және ауыстырылмайтын токен (NFT) бірегей цифрлық нысандар ретінде дәстүрлі құқықтық құралдармен қорғалатын мүлік болуы мүмкін екеніне назар аударды. Дегенмен ауыстырылмайтын токен (NFT) транзакциялары децентрализаторылғандықтан, сот шешімінің орындалуын нақты қадағалау қиын болып қала берді.

Дәстүрлі құқықтық институттарды виртуалды нысандарға бейімдеудің маңызды мысалдарының бірі - RuneScape (Ранскейп) ойынына қатысты прецедент (Нидерланды, 2012 ж.) [196]. Екі жасөспірім физикалық қысым көрсетіп, басқа ойыншыны оның едәуір уақыт пен күшін жұмсап тапқан виртуалды заттарын беруге мәжбүрлеген. Сот бұл виртуалды заттарды қылмыстық жауапкершілікке әкелетін «ұрлық» нысаны деп таныды, өйткені олардың объективті экономикалық құны бар және бастапқы иесі оларды айрықша бақылай алады. Материалдық нысанның жоқтығы кінәлілерге жауаптан жалтаруға мүмкіндік бермеді: виртуалды заттардың нарықтық құны, еңбек шығыны және иесіне заңды маңызға ие артықшылықтар бере алуы - меншік белгісі деп танылды. Сот шешімі ойындағы заттарға көзқарасты өзгерткенмен, пайдаланушылық келісімдерде (EULA) әлі күнге дейін пайдаланушының барлық құқықтарын уақытша лицензияға дейін шектейтін нормалар кездеседі.

Осы істерді салыстыра отырып, шетелдік құқық қолдану тәжірибесінің цифрлық нысандарды не құқықтардың таусылу қағидаты қолданылатын тауар (UsedSoft және бағдарламалық қамтылымды қайта сату мысалы) ретінде, не меншік объектісі (RuneScape(Ранскейп)-тегі виртуалды амулет немесе ұрланған ауыстырылмайтын токен (NFT)) ретінде қарастыратыны анық. Онда қандай да бір зат белгілерінің жиынтығы байқалса, оған азаматтық-құқықтық қорғау беріледі. Бұл ретте ұсыну нысанына қарай айырмашылық сақталады: цифрлық контент бір реттік төлем арқылы мерзімсіз берілсе, ол сатып алу-сатуға көбірек ұқсайды, ал жазылу үлгілері (SaaS) тұтынушыға өнімді уақытша қолдануға мүмкіндік беріп, лицензиондық форматқа жақындай түседі.

Аталған прецеденттер цифрлық меншіктің жаңа формаларына әртүрлі көзқарас бар екенін әрі соттардың виртуалды нысандардың экономикалық және тұрмыстағы маңыздылығын барған сайын ескеретінін көрсетеді. Мұндай шешімдер цифрлық индустрияның бизнес-модельдеріне және құқық иелері мен тұтынушылар арасындағы мүдделер теңгеріміне тікелей әсер етеді, дәстүрлі бағдарламалық қамтылымды сатудан сервистік форматтарға көшуді ынталандырады әрі бұзылған құқықтарды қорғаудың трансшекаралық механизмдерін әзірлеуге түрткі болады.

Доктриналық зерттеулер [197] цифрлық контентке кешенді реттеу қажет екенін, оның классикалық тауар сату немесе қызмет көрсету нысандарынан ерекшеленетін өзіндік құқықтық режимге жататынын атап көрсетеді. Кейбір шетелдік ғалымдардың пікірінше [198; 199], «цифрлық контент» ұғымы авторлық құқықпен немесе сабақтас құқықтармен қорғалатын кез келген бейматериалдық деректерді қамтиды, ал провайдер мен тұтынушының қарым-қатынас сипаты тек сатып алу-сату нормаларымен ғана емес, лицензиондық келісіммен де айқындалады.

Басқа авторлар [200] «цифрлық тауар» мен «цифрлық қызмет» деп бөлудің дұрыстығын негіздейді. Яғни цифрлық тауар - «берілетін» бейматериалдық деректер, ал цифрлық қызмет - пайдаланушыны желіде техникалық қолдау немесе белгілі бір процесс жүргізу жұмыстарының жиынтығы деп түсіндіру ұсынылады.

Еуропалық Одақ тәжірибесі мен бірқатар елдердің сот тәжірибесін цифрлық контенттің ерекшеліктерін мойындауға және тұтынушы классикалық тауарды немесе қызметті сатып алған кездегіге ұқсас құқықтарға ие болу керек деген қағидатты бекітуге бағытталғанын көрсетеді.

Осылайша, цифрлық контентті тауарға, қызметке не зияткерлік құқықтар объектілерімен тығыз байланысты дербес санатқа жатқызу мәселесі даулы күйінде қалып отыр.

ЕО және басқа да елдердің ғалымдары мен тәжірибесі цифрлық контентке көбіне лицензиондық тәсілді қолдануды жөн көреді, яғни пайдаланушыға тек белгілі бір құқықтар жиынтығы беріледі, ал мәміленің мәні пайдаланушылық келісім аясында реттеледі.

Сонымен бірге, тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында лицензиондық форматты сапа мен қайтару міндеттемелерін айналып өту құралы ретінде теріс пайдалануға жол бермеу идеясы біртіндеп қалыптасып келеді.

Қазақстан Республикасының заңнамасында бұл мәселелер әлі егжей-тегжейлі шешімін таппаған, бұл нарық қатысушылары үшін құқықтық айқынсыздық пен қиындықтар тудырады. Цифрлық контенттің экономикада және мемлекетаралық айналымда кеңінен таралып келе жатқанына қарап, провайдерлер мен тұтынушылар мүдделерінің теңгерімін қамтамасыз ететін нақты анықтамалар мен ережелерді әзірлеу қажеттігі туындайды.

Цифрлық контент ұғымын айқындауға қатысты ғылыми пікірлердің алуан түрлілігі және мұндай нысандардың зияткерлік меншікпен күрделі байланысы Қазақстанның қолданыстағы заңнамасында бұл тәсілдердің қандай дәрежеде көрініс тапқанын талдауды қажет етеді. Тұтынушылардың құқықтарын қорғауға және электрондық сауданы реттеуге арналған нормативтік-құқықтық актілерді талдау цифрлық тауарлар мен қызметтердің қазіргі құқықтық мәртебесін, сондай-ақ реформалауды қажет ететін қолданыстағы олқылықтарды анықтауға мүмкіндік береді.

Қазақстан заңнамасында цифрлық тауарлар мен қызметтерді сатып алу және пайдалану кезінде туындайтын қатынастар әлі тиісті деңгейде реттелмеген. Атап айтқанда, ТұҚҚЗ дәстүрлі «тауар» және «қызмет»

санаттарын пайдаланумен шектеліп, «цифрлық контент» немесе «цифрлық қызмет» ұғымдары аталып өтпейді. «Тауар» ұғымының кең мағынадағы түсіндірмесі бейматериалдық нысандарды да осы санатқа жатқызуға мүмкіндік береді, алайда іс жүзінде электрондық кітаптар мен жүктелетін бағдарламалық қамтылым сияқты цифрлық өнімдердің, физикалық заттармен тең, қайтару және айырбастау ережелеріне бағына ма деген мәселе анық емес.

Бұдан бөлек, қайтарылмайтын тауарлардың тізіміне лицензиондық аудиовизуалдық және бағдарламалық жазбалар кіреді, сондықтан арнайы нормалардың болмауы тұтынушы жүктеп үлгерген цифрлық файлды қайтару мүмкіндігін жоққа шығарады.

Көптеген электрондық контент жеткізушілер пайдаланатын лицензиондық келісімдер де қосымша шатастырады. Тұтынушы «тауар сатып алдым» деп ойлағанымен, келісімдерде заңды түрде тек пайдалану құқығы, ал меншік құқығы жоқ екендігі бекітіледі. Пайдаланушылық келісімдерде кепілдіктен бас тарту, қайта табыстауға немесе ауыстыруға тыйым салу, шарттарды біржақты өзгерту құқығы сияқты талаптар жиі кездеседі. Тұтынушы мұндай ережелерді даулап көргенде, соттар цифрлық өнімнің ерекшелігін бейнелейтін жекелеген нормалар жоқ болғандықтан, қосылу шарттары (Азаматтық кодекстің 389-бабы) немесе сатып алу-сатуға қатысты жалпы нормаларды қолдануға мәжбүр болады.

Қазақстанның сот тәжірибесінде цифрлық және лицензиондық сипаттағы қызмет көрсету туралы істерге қатысты бірізділік жоқ екенін байқауға болады. Бағдарламалық қамтылым жөніндегі бір дау [201] сатып алу-сату шарты ретінде жіктеліп, тұтынушыны сапа кепілдіктері мен ақаулар анықталған жағдайда қайтару құқығын пайдалануға мүмкіндік беретін шешім шығарылса, басқа дауда [202] дәл сондай қатынастар лицензиондық шарт деп танылып, сатып алу-сату нормалары қолданылмаған.

Кейбір қызметтер санаты бойынша сот тәжірибесі де құқықтық реттеудің жеткіліксіз екенін көрсетті. Мысал ретінде, «Қазақтелеком» АҚ ұсынған байланыс пакеттеріне (интернет, телефон және ТВ) ұзақмерзімді келісімшарт арқылы жеңілдік жасалатыны туралы істі айтуға болады: егер тұтынушы келісімді мерзімінен бұрын бұзса, ол жеңілдік сомасын не екі абоненттік төлемді қайтаруға міндетті болған. Қостанай облысы прокуратурасы [203] бұл талаптарды сотта даулап, бірінші сатыдағы сот «жеңілдікті қайтаруды» көрсетілген қызмет үшін ақы деп танып, талапты қанағаттандырмады, ал апелляция да осы шешімді қолдады. 2018 жылы Ұлттық экономика министрлігі РК «Kcell» АҚ-ты интернет-пакет таусылғаннан кейін тарифті көтеруі және тарифтік жоспарды ертерек ауыстыруға тыйым салуы бойынша жауапқа тартқаны да белгілі [204]. Әкімшілік тергеу және сот барысында кейбір клиенттерден оларға ескертусіз үлкен сомалар алынғаны анықталды, бұл монополиялық жағдайды теріс пайдалану деп танылды. Компания мұндай әрекеттерден түскен табысының шамамен 5%-на тең айыппұл төлеп, тұтынушыларға заңсыз алынған ақшаны қайтарып беруге міндеттелді.

Онлайн-курстар мен цифрлық жазылымдарға қатысты даулар да осы саладағы реттеудің жетілдірілмегенін көрсетеді. 2021 жылы пайдаланушы мен

онлайн-мектеп арасындағы дауда тұтынушы курсқа жазылым ақысы төленгеннен кейін ақшаны қайтаруды сұраған, алайда оған лицензиондық қатынас деп бас тартылған. Сот бұл уәжді қолдап [205], тұтынушы авторлық құқықпен қорғалған материалдарға қол жеткізді, сондықтан қызмет тиісті сілтеме мен кодты ұсыну арқылы көрсетілді деп таныды. Сол сияқты, стримингтік немесе басқа да цифрлық сервистердегі автоматты жазылым жаңартуларында, егер пайдаланушы төлем алынғанға дейін жазылымнан бас тартуды ұмытып кетсе, соттар контентті пайдалануға фактілі түрде мүмкіндік болғандықтан, толық ақшалай өтем жасау мүмкін емес деген шешімге келеді (егер жария офертада басқаша көрсетілмесе).

Осыған ұқсас жағдай 2019 жылы фитнес-клубтағы бір жылдық абонементті ерте тоқтатқанда орын алды. Тұтынушы қатысуды тоқтатқаннан кейін ақшасын қайтаруды талап еткенімен, фитнес-орталық 30% мөлшерінде айыппұл ұстап қалған. Сот [206] келісімшартты жасасу мен клубтың барлық қызметтерін пайдалануға фактілі түрде мүмкіндік берілу толық өтемақыдан бас тартуға негіз болатынын, ал айыппұлдық алымның заңды екенін мойындады.

Мұндай біркелкі емес сот шешімдері (кейде ұзақмерзімді абонементтер мен контентке қолжетімділікті лицензиондық шарт ретінде, кейде ақылы қызмет көрсету шарты ретінде қарап) қолданыстағы заңнамадағы олқылықтар мен цифрлық және абонементтік сала үшін арнайы нормалардың қажеттігін көрсетеді. Қолданыстағы құқықтық алаңда нақты өлшемдер мен санаттардың болмауы соттарды жалпы талаптарға (ақылы қызмет көрсету, лицензиондық келісімдер мен жария оферталар туралы) сүйене отырып шешім шығаруға мәжбүрлейді. Нәтижесінде мәні бірдей даулар бір-біріне қайшы үкімдермен аяқталып, цифрлық ақиқат пен жаңа тұтынушылық модельдерге сай заңнаманы бейімдеу қажет екенін айғақтайды.

«Сауда қызметін реттеу туралы» заң және оның электрондық саудаға қатысты нормалары да цифрлық контенттің құқықтық мәртебесі жайлы түсінік бермейді. Аталған заңның (соңғы редакциядағы) 1-бабында, сондай-ақ 29-1-бабында «электрондық сауда тауарлары» термині бар: бұл - ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалана отырып, тауарларды өткізу жөніндегі кәсіпкерлік қызмет деп белгіленген.

Алайда осы заңда физикалық тауарлар мен цифрлық тауарлар арасында нақты айырмашылық жоқ, өйткені «тауар» ұғымы өзі өте кең түсіндіріледі. Заңда электрондық сауда ақпараттық-коммуникациялық технологиялар арқылы тауарларды өткізуді білдіреді, бірақ физикалық және бейматериалдық тауарларды ажырату жүргізілмейді. Сондықтан цифрлық өнімдер сатылған жағдайда сапа мен қайтару құқығына қатысты талаптарды қолдану күрделі болып жатады.

Сонымен қатар, «Сауда қызметін реттеу туралы» заңнан бөлек, цифрлық сауда мен қызметтер саласына қатысты кейбір ұғымдар басқа да заңнамалық актілерде кездеседі.

Мәселен, Салық кодексінде (1-баптың 1-тармағы және электрондық қызметтер көрсеткен кезде ҚҚС-ты реттейтін бірнеше бап) [207] «электрондық нысанда көрсетілетін қызметтер» деген ұғым бар. Бұл бағдарламалық

қамтылым, компьютерлік ойындар, цифрлық контентті пайдалану құқығын ұсыну және т.б. секілді қызмет түрлерін қамтиды. Мұнда шетелдік компаниялар Қазақстан аумағында «цифрлық қызметтер» көрсетсе, ҚҚС төлеуге міндетті екендігі көрсетілген.

«Ақпараттандыру туралы» заңда [67] «электрондық қызмет» электрондық жүйелер арқылы белгілі бір игілік (ақпарат, жұмыс, қызмет) ұсыну ретінде айқындалады. Норма көбіне мемлекеттік қызметтерге бағытталса да, жекеменшік секторға да қолданылады, алайда заң мәтінінде цифрлық форматтағы «тауар» мен «қызметті» нақты ажырату жоқ. Бұл заң негізінен мемлекеттік сектордың технологиялық инфрақұрылымы мен киберқауіпсіздікке көңіл бөледі, сондықтан тұтынушыға сапасыз цифрлық өнім берілген жағдайдағы арнайы кепілдіктер қарастырылмаған.

Жақында «Онлайн-платформалар мен онлайн-жарнама туралы» заң (2023 жылғы 10 шілде) [65] қабылданып, «онлайн-платформа» және «онлайн-жарнама сервисі» сияқты анықтамалар енгізілді. Дегенмен бұл заңда басты назар контент пен жарнаманы (соның ішінде блогерлер мен контент-мейкерлердің қызметін) реттеуге аударылғандықтан, «цифрлық тауар» немесе «цифрлық контент» деген ұғымдардың тікелей анықтамасы жоқ, тек кейбір жанама салаларда ғана ішінара қозғалған.

«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңда «тұтынушы», «сатушы», «тауар», «қызмет» тәрізді классикалық анықтамалар берілгенімен, келісім нысанының физикалық не цифрлық екеніне байланысты өзгешеліктер жазылмаған. Іс жүзінде бұл заң «электрондық (бейматериалдық) тауарларға» да қолданылады, бірақ бұл тікелей көрсетілмеген. Заң мәтінінде «цифрлық тауар» немесе «цифрлық контент» деген терминдердің болмауы, әсіресе мұндай өнімдер немесе қызметтер қашықтан ұсынылғанда, қайтару тәртібіне қатысты сұрақтар туғызады.

Цифрлық активтер шығарудың және қамтамасыз етілген не қамтамасыз етілмеген цифрлық активтерді айналымға енгізудің тәртібін реттейтін «Цифрлық активтер туралы» ҚР Заңы [208] ең алдымен цифрлық майнингті және криптоактивтерді лицензиялау мәселелерін шешуге бағытталып, «цифрлық активтерді» ресми ақша бірлігі болып табылмайтын электрондық нысандағы мүлік ретінде сипаттайды. Мұнда «цифрлық тауар» немесе «цифрлық қызмет» ұғымдары кездеспейді, яғни заң негізінен криптографиялық қорғалған немесе блокчейнге негізделген активтер мен майнинг қызметіне көңіл бөледі. Бұл құқықтық акт цифрлық активтер нарығына мемлекеттік бақылау орнатуға және цифрлық айналым қатысушыларының құқықтарын қорғауға арналған бірқатар нормаларды енгізгенімен, цифрлық нысандағы келісімшарт бойынша тұтынушыларға сатылатын классикалық бейматериалдық өнімдердің азаматтық-құқықтық квалификациясына қатысты заңнамалық бос орынды толтырмайды.

Демек, «Цифрлық активтер туралы» заңда «цифрлық тауар» немесе «цифрлық қызмет» ұғымдарының болмауы криптоактивтерге жатпайтын электрондық өнімдердің жаңарту, кепілдік міндеттемелер немесе қайтару тәртібі сияқты мәселелерін қараусыз қалдырады, бұл цифрлық ортада

тұтынушылар құқықтарын қорғауды жетілдіруге байланысты қосымша заңнамалық бастамаларға кеңістік тудырады.

«Цифрлық контент» салалық термині білім беру саласындағы кейбір нормативтік құжаттарда (мысалы, Білім және ғылым министрлігінің бұйрықтарында) [73] және басқа да ведомстволық құжаттарда кездескенімен, заңнамалық деңгейде ортақ анықтама жоқ. Әдетте бұл құжаттарда цифрлық контент деп сан алуан форматтағы (мәтін, мультимедиа және т.б.) цифрлық оқу материалдары түсініледі.

Осылайша, «Сауда қызметін реттеу туралы» заңда да, «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңда да «цифрлық контент» деген бірыңғай анықтама жоқ екені анықталып отыр. (ЕС) 2019/771 директивасындағы «цифрлық элементтері бар тауар» (мысалы, «заттар интернеті» немесе «ақылды» құрылғылар) деген ұғымның баламасы да заңда болмағандықтан, кепілдік міндеттемелер, жаңарту және басқа да сервистік процедуралар бойынша белгісіздіктер туындайды.

Маркетплейстер мен онлайн-платформалар туралы айтсақ, жақында «Онлайн-платформалар туралы» жаңа заң қабылданғанымен, маркетплейстердегі операциялар барысында тұтынушылардың құқықтарын қорғау көбіне жалпы сипатта ғана жазылған және нақты қатынастардың егжей-тегжейлі реттелуі қамтамасыз етілмейді.

Сонымен қатар, әкімшілік заңнамасында тұтынушылармен цифрлық мәмілелер саласындағы бұзушылықтар үшін арнайы жауапкершілік қарастыратын жеке норма жоқ. Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодекстің 190-бабы [48] тұтынушыларды алдау үшін жалпы жауапкершілік белгілесе де, сапасыз электрондық өнім не функционалы туралы жалған ақпарат беру жағдайларына тікелей қатысты нақты ережелер көрсетілмеген. Бейматериалдық тауардағы кемшіліктерді қалай саралау керек, сатып алынған файлға қолжетімділік жабылса не жұмыс істемейтін бағдарламаны қайтарудан бас тартылса, не істеу керек деген сұрақтарға жауап жоқ. Мұндай дауларда тұтынушыда іс жүзінде пәрменді қорғаныс тетіктері болмайды, ал бұзушылық фактісі дәлелденгеннің өзінде ірі онлайн-платформалардың айналымымен салыстырғанда тағайындалатын айыппұл көлемі әдетте аз болып қалады.

Трансшекаралық мәмілелерде күрделілік арта түседі. Көптеген цифрлық контент әзірлеушілері не сатушылары шетелде тіркелгендіктен, қазақстандық органдардың юрисдикциясын мойындамай, лицензиондық саясатына сілтеме жасайды. Мұндайда тұтынушыда құқықтық құралдар болмауы себепті сапасы нашар контентпен амалсыз келісуден басқа амалы қалмайды немесе құзырлы органдарға шағым берген кезде нақты нормалар мен рәсімдердің жоқтығына тап болып, тығырыққа тіреледі.

Келтірілген мәліметтер Тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитетіне түскен шағымдар статистикасымен де сәйкестенеді, онда сатып алынған бағдарламалардың қолжетімсіздігі, анық ақауы бар болғанына қарамастан сатушының ақшаны қайтарудан бас тартуы, пайдаланушылық келісімдердің қайшылықтары сияқты мәселелер тіркелгені айтылады [209].

Осылайша, қолданыстағы нормативтік базаны талдау цифрлық контент пен қызметтерге бірыңғай тәсілдің жоқтығын растайды. «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заң электрондық тауарды «қайтару» және «жөндеу» ерекшеліктерін регламенттемейді, «Сауда қызметін реттеу туралы» заңда тек тауарларды электрондық түрде өткізу көзделеді, ал «информатизация» негізінен технологиялық инфрақұрылым мен киберқауіпсіздікті реттеуге арналған.

Нематериалдық өнімдерді сатып алатын тұтынушылар іс жүзінде құқықтық тұрғыда беймәлім жағдайда қалады. Жоғарыда келтірілген сот тәжірибесі де растап отырғандай, соттар көбіне тұтынушының құқықтарын қорғау жөніндегі жалпы қағидаттарға немесе ашық байқалатын әділетсіз лицензиондық шарттардың жарамсыздығына сүйене отырып шешім қабылдайды, бірақ мұндай дауларға бірыңғай тәсіл қалыптаспайды.

Цифрлық контенттің мәртебесі, оның сапа ерекшеліктері, жаңарту міндеттемелері, сондай-ақ лицензиондық формат пен электрондық өнімді нақты сатып алу нұсқасын ажырату туралы нақты нұсқаулар қажет.

Сонымен қатар, цифрлық тауардың жойылмайтын ақауы анықталған жағдайда ақшаны қайтару тәртібі мен тұтынушы құқығын бұзғаны үшін жауапкершілікті бекіту қажет. Тек осындай нормалар болғанда ғана заңнама сапасыз немесе қолжетімсіз цифрлық өнімдермен бетпе-бет келген азаматтарды нақты қорғай алады. Осы орайда байқалған олқылықтар цифрлық орта тұтынушыларының мүдделерін ескеретін қосымша анықтамалар мен нақты нормаларды «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңға енгізу қажеттігіне назар аудартады. Жиналған олқылықтарды қарастыру аталған заңға және онымен байланысты нормативтік актілерге нақты түзетулер енгізудің қажеттілігін дәлелдеуге мүмкіндік береді.

Мұндай түзетулердің негізгі шараларының бірі - ұлттық заңнамаға «цифрлық контент» және «цифрлық қызмет» деген айқын заңдық анықтамаларды енгізу болуға тиіс. Бұл ұғымдар сатып алынатын өнімдердің бейматериалдық сипатын, олардың лицензиондық табиғатын және жүйелі жаңартулар кезіндегі динамикалық сипатын көрсетеді. Еуроодақтың (ЕС) 2019/770 директивасы (Digital Content Directive, DCD) [210] үлгісімен, осы терминдер ҚР заңында электрондық нысанда ұсынылатын файлдар мен бағдарламалар, сондай-ақ онлайн-қолжетімділік арқылы функционалға немесе контентке қол жеткізуге бағытталған қызметтер ретінде суреттелуі қажет.

Заң мәтініне «цифрлық контент» деген жеке анықтаманың енуі оның «тауар» ұғымымен араласып кетуінің алдын алып, әртүрлі онлайн өнімдер мен сервистерді барынша дәл құқықтық сипаттауға жол ашады. Мысалы, «тұтынушының жеке немесе тұрмыстық қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған цифрлық нысандағы бейматериалдық деректер» ретінде цифрлық контентті сипаттауға болады. Мұндай тұжырымдама сапаға, тәуекелдерді бөлу тәсілдеріне және жеткізушінің жауапкершілігінің көлеміне қатысты дауларды шешуде маңызды құқықтық айырмашылықтарды нақтылы анықтауға көмектеседі. Заңнамада цифрлық контенттің өзге тауарлар мен қызметтерден (мысалы, бейматериалдығы, интернет арқылы пайдалану құқығын беру, меншік

құқығының өтпеуі) айырмашылығын көрсететін белгілерді бекіту орынды болмақ.

Сол сияқты, «цифрлық қызмет» дегенді тиісті контентке немесе онлайн-функционалға қолжеткізуді қамтамасыз етудегі қызметтік әрекет ретінде белгілесек, платформалар, стримингтік сервистер, бұлтты қоймалар мен басқа да виртуалды орталардың құқықтық қатынастарын арнайы реттеу мүмкіндігі пайда болады. Мұндай тәсілде басты назар материалдық сипаттамалардан гөрі бағдарламалық құралдарды, серверлік ресурстар мен желілік инфрақұрылымды пайдалану кезіндегі құқықтық мәселелерге аударылады. Тауарды сатып алу-сату, қызмет көрсету мен лицензиондық келісімдерге қолданылатын әртекті құқықтық режимдер жағдайында мұндай бөлудің маңызы артады.

Цифрлық контент пен цифрлық қызметтің арнайы реттелуінің негізділігі - олардың классикалық азаматтық айналым нысандарынан айтарлықтай айырмашылығына байланысты. Цифрлық нысандағы ақпаратты әдеттегідей ақауға тексеру қиын, оған қоса ол тиісті техникалық инфрақұрылымсыз пайдаланушыға мүлдем қолжетімсіз болуы мүмкін. Осыдан келіп мұндай өнімдердің сапасын бағалаудың нақты өлшемдерін әзірлеу, қолжетімділікті қалпына келтіру, уақтылы жаңарту және тиісті ақпараттық қауіпсіздік деңгейін қамтамасыз ету жөніндегі негізгі кепілдіктерді орнатудың қажеттілігі туындайды.

Сондай-ақ «цифрлық элементтері бар тауарлар» санатын заңнамалық тұрғыдан айқындау да маңызды. Себебі «ақылды» құрылғылар (мысалы, «заттар интернеті» құрылғылары) көбінесе тұрақты бағдарламалық қолдаусыз немесе интернетке тұрақты қосылусыз жұмыс істей алмайды. Біз тауардың цифрлық элементтері бар деп саналуы үшін ол тұрақты бағдарламалық қамтамасыз ету және (немесе) онлайн-қосылу болмаған жағдайда толыққанды жұмыс істей алмайтын физикалық құрылғы болуы керек деп жазуды ұсынамыз.

Сонымен қатар, заң жүзінде жеке деректерді ақы төлеудің бір түрі деп тануды орынды деп санаймыз. Қазіргі тәжірибеде «тегін» контент іс жүзінде пайдаланушының деректерін тапсыру арқылы өтеледі, ал олар кейіннен коммерциялық мақсатта монетизациялануы мүмкін.

Еуропалық заңнамада «егер жеткізуші бұл деректерді коммерциялық мақсатта пайдаланса, ондай алмасу тұтынушылардың құқықтарын қорғау нормаларына жатады» деген ереже бар. Қазақстанның «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңына да осыған ұқсас норманы қосу артық болмас еді. Яғни, тұтынушы цифрлық тауарға немесе қызметке қол жеткізу үшін жеке деректерін тапсырған жағдайлар ақылы мәмілеге теңестірілуі керек. Мұны жүзеге асыру үшін «Жеке деректер туралы» заңнамалық актіге толықтырулар енгізу қажеттігі туындайды, өйткені жеке ақпаратты жинау мен пайдаланудың қауіпсіздік және құпиялылық қағидаларына сай болуы маңызды.

Лицензиондық келісімдерге қатысты да арнайы ережелер енгізу қажет. Өйткені кейбір компаниялар тұтынушылар құқықтары туралы заң талаптарынан жалтару үшін дәл осы форматты қолданады. Лицензиондық шарттарда сапа кепілдігінен толық бас тарту, жауапкершілікті шектеу, ақауы

бар бағдарламалық қамтамасыз ету үшін ақшаны қайтаруға мүмкіндік бермеу және т.с.с. талаптар жазылып жатады. Сондықтан лицензиондық шарттың тұтынушылық құқықтар жөніндегі міндетті нормаларға қайшы келетін тармақтары жарамсыз деп танылатыны және жеткізуші заңды кепілдіктерді өз қалауы бойынша жоққа шығара алмайтыны жайлы ортақ ереже орнату керек. Мұндай ереже кейбір жария және қосылу шарттарына қатысты баптарда бар болғанымен, цифрлық салада оны тікелей, анық жазып қою керек, тұтынушы қандай тармақтардың заңсыз екенін нақты түсінуі үшін.

Жеткізушінің цифрлық өнімдерді жүйелі түрде жаңартып отыру міндеті де жеке назарға лайық, себебі материалдық тауарлардан айырмашылығы, бағдарламалық қамтылым мен онлайн-сервистер үнемі қолдау мен осалдықтарды түзетуді, жаңа функциялар қосуды талап етеді. Еуропалық құқықта бұл тәсіл 2019/770 директивасында бекітілген. Онда сатушы пайдаланушы ақылға қонымды күте алатын мерзім ішінде жаңартуларды жеткізуге және жаңартудан бас тартқан жағдайда өнімнің функционалына төнетін қатер жөнінде ескерту жасауға міндетті. Қазақстандық жағдайға осы талаптарды бейімдеп, «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңына цифрлық тауар жеткізушілерінің міндеттері мен ұғымдарын енгізу ұсынылады. Заңның 1-бабын кеңейтіп, міндетті жаңартулар деп өнімнің қауіпсіздігі мен жарияланған функционалын сақтау үшін қажетті патчтар мен өзгертулерді түсіндіру, сондай-ақ пайдаланушы ақылға қонымды күтетін қолдау мерзімі ұғымын белгілеу керек. Бұл мерзімдерге стандартты минимум ретінде қарапайым бағдарламалық өнімдер үшін кемінде екі жыл, ал қауіпсіздік немесе үздіксіз жұмыс үшін маңызды инфрақұрылымдық шешімдер үшін бес жыл белгілеу қисынды болар еді.

Тараптардың құқықтары мен міндеттерін нақты көрсету үшін, цифрлық тауарлар жөнінде арнайы бап енгізіліп, жеткізушінің шартта айқындалған немесе ақылға қонымды қолдау мерзімі бойы тегін жаңартулар ұсынуға міндетті екені бекітілуі тиіс. Ал шартта нақты белгіленбесе - кемінде екі жыл болуы керек. Қолдауды аяқтау жоспарланса, тұтынушыны кемінде алты ай бұрын ескерту қажет, бұл оны функционалынан кенет ажырау қаупінен қорғайды. Егер жеткізуші маңызды жаңартулар шығарудан бас тартса, тұтынушы төленген соманың жартысын қайтаруды талап ете алады, ал осалдықтарды ұзақ уақыт бойы түзетпеу өнімнің бұзылуына немесе пайдаланушыға залал келтіруге әкеп соқса, өтемақы талап ету құқығына ие болады.

Қайтаруға қатысты қолданыстағы нормаларға да ұқсас өзгерістер енгізіп, жаңартудың жоқтығынан функционал айтарлықтай бұзылған жағдайда тұтынушы мәмілені қосымша рәсімдерсіз бұзып, төленген ақшаны қайтарып ала алуы керек. Сондай-ақ «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңның 30-бабында цифрлық тауарды 14 күн ішінде себепсіз қайтару мүмкіндігі туралы, бұл ретте сатушы тек жеткізу немесе активация шығынын (бірақ тауар бағасының 10%-ынан аспауы керек) ұстай алатыны және контент жүктеліп не іске қосылып үлгерсе, бас тарту құқығы жойылатыны нақты жазылуы қажет.

Әкімшілік жауапкершілікті нақтылау үшін Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодекске толықтырулар енгізіп, осалдықтарды жасыру, маңызды жаңартуларды әдейі жеткізбеу және қолдауды тоқтататын кез туралы дер кезінде хабарламау сияқты әрекеттерге қатысты санкцияларды белгілеу ұсынылады. Айыппұл мөлшері халықаралық тәжірибеге сай болуы мүмкін, онда маңызды жаңартулардан әдейі бас тарту немесе тұтынушыны әдейі дұрыс ақпараттандырмау компания айналымының бірнеше пайызын құрайтын айыппұлға әкеп соғады.

Сонымен қатар, «Цифрлық активтер туралы» заңның 8-бабында да өзгерістер енгізіп, цифрлық контентті жеткізу шартына жоспарланған жаңартулар кестесін, функционалдың өзгеру ықтималдығы туралы хабарлама шарттарын және қолдауды тоқтатқандағы нақты салдарды міндетті түрде жазуды талап ету қажет. Осылайша жеткізушінің техникалық және құқықтық тұрғыдан жүйелі қолдау көрсетуге арналған кешенді міндеттемелер жүйесі қалыптасады.

Кейбір егжей-тегжейлерді подзакондық нормативтік актілер деңгейінде қарауға болады. Мәселен, Қазақстан Республикасы Үкіметінің цифрлық тауарларды сараптамадан өткізу тәртібі туралы қаулысының аясында өнімнің мәлімделген функционалына сәйкестігін тексеретін аккредиттелген IT-зертхана рәсімі енгізіліп, жаңартулардың өз уақытылы және толық шығуын бағалау көзделуі мүмкін. Мұндай сараптама мерзімін он жұмыс күнімен шектеу керек, бюрократияны болдырмау үшін. Ал цифрлық даму мәселелері жөніндегі уәкілетті мемлекеттік органның бұйрығымен жаңартулар туралы тұтынушыны хабардар етудің бірізді стандарттары (мысалы, патч шығуына бірнеше күн қалғанда электрондық хат немесе SMS жіберу) қабылдануы мүмкін. Бұл шаралар еуропалық тәжірибелермен үндеседі, онда заң шығарушы пайдаланушыларды ескірген шешімдерді қолдануға мәжбүрлеуге жол бермеуге және қолдауды аяқтау туралы алдын ала ескерту жасауға ерекше мән береді.

Бұған қоса, «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңда жеткізушінің өнімді жарияланған сапада ұстап тұру үшін тұрақты жаңартулар жасауы қажет екені жөнінде жалпы міндетті тұжырымдамалық норманы бекіту артық болмас. Ол тұтынушының өнім түрі мен сатушының маркетингтік мәлімдемелері негізінде ақылға қонымды күтуіне сай болуы тиіс. Егер қолдау тиісті деңгейде көрсетілмесе және жаңартулар болмауы салдарынан өнім өзінің негізгі мүмкіндіктерінің, шартты түрде айтқанда, 40%-ынан айырылса, тұтынушы келісімді бұза алады.

Еуропалық Одақ елдерінің тәжірибесі мұндай бұзушылықтар үшін компанияның әлемдік айналымының пайызымен есептелетін ірі көлемді айыппұлдарға дейін баруы мүмкін екенін көрсетеді. Қазақстандық қадағалау жүйесін құруда да осындай салыстырмалы нормалар ескеріліп, мысалы, маңызды жаңартулардан әдейі бас тарту немесе осал тұстарды әдейі жасыру жылдық айналымның 5%-ына дейінгі айыппұлға соқтыратын, ал жүйелі бұзушылықтар сайтты бұғаттау немесе құқық бұзушылық туралы көпшілікке хабарлау шараларын қолдануға негіз болатын жолдарды қарастыру керек.

Осылайша айыппұл жүйесі цифрлық нарық операторларының тәртіпке шақырылуына және пайдаланушылардың құқықтарын қорғауға жол ашады.

Бұл өзгерістер пайдаланушыға кепілдіктік міндеттемелерді орындаудың орнына жаңа ақылы нұсқа ұсыну немесе патчтардың жоқтығынан өнімнің іс жүзінде жарамсыз болып қалу жағдайларының алдын алады.

Жалпы алғанда, осы ұсыныстарды іске асыру цифрлық ортадағы тұтынушылар құқықтарын қорғау қағидаттарын айқындауға және оларды «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңда бекітуге көмектеседі. Бұл нормаларды іске асыруға бейінді заңға түзетулер енгізумен қатар, басқа да актілерді (ӘҚБтК, Азаматтық кодекс, «Ақпараттандыру туралы» заң) өзгертуді талап етеді.

Келесі маңызды мәселе - жаңа ережелердің орындалуын қадағалау тетіктері және заң бұзушылықтар үшін жауапкершілік шаралары, өйткені тиісті санкциялар мен тиімді бақылау жүйесінсіз тұтынушы құқықтарын тиімді қорғау мүмкін емес. Цифрлық контент нарығын бақылау және мониторингтеу құралдарын әзірлеу мен іске асыру жолдарын қарастыру қажет.

Ең алдымен, цифрлық сауда және цифрлық қызметтер көрсету саласында азаматтық-құқықтық жауапкершілік айрықша маңызға ие, себебі нақ осы жауапкершілік шарт талаптарының бұзылуы немесе сапасыз цифрлық контент берілген жағдайда залалды өтеуге мүмкіндік береді. Қазақстанның тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңнамасында шығын мен айыппұл өндіру тетіктері бар болғанымен, онда цифрлық тауарлар мен қызметтерге тікелей арналған нормалар кездеспейді. Цифрлық өнімнің материалдық нысаны болмағандықтан, жеткізушілер жиі оны сапа мен қайтаруға қатысты міндеттемелерді айналып өтуге мүмкіндік беретін лицензиондық объект ретінде қарастырады. Сондықтан жүйелеу мақсатында Азаматтық кодекс пен «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңға цифрлық контенттің шарт талаптарына сай келмеу салдарын айқындайтын нормалар енгізу қажет. Бұл тұтынушының ақауларды түзетуді, бағаны азайтуды немесе заттай тауарлардағы сияқты шартты бұзуды және ақшаны қайтаруды талап ету құқығын бекітеді. Сонымен қатар, заңда көзделген, сатушының (қызмет көрсетушінің) талаптарды уақтылы қанағаттандырмауы бойынша тұрақсыздық (неустойка) өндіру құқығы цифрлық өнім жеткізушілеріне де қолданылуға тиіс, егер олар анықталған кемшіліктерді жоймаған не жаңартуларды дер кезінде ұсынбаған болса.

Бұл жағдайда әкімшілік жауапкершілік те маңызды рөл атқарады. Қазақстан Республикасының Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодексінде (ӘҚБтК) цифрлық сауда және қызмет көрсету саласындағы бұзушылықтарға қолданылатын бірқатар баптар болғанымен, олар онлайн-өнімдер мен сервистердің ерекшеліктерін толық көлемде қамтымайды.

Мәселен, 190-бап тұтынушыларды қорғау заңнамасының бұзылуы үшін жауапкершілік белгілейді. Онда «тауардың (жұмыстың, қызметтің) қасиеттері мен сапасына қатысты жаңылыстыру немесе өзге де алдау ...» анық жазылған: «...егер жеке кәсіпкерлер немесе сауда қызметімен айналысатын ұйымдар тұтынушыларды алдаса, ... жеке тұлғаларға 10, шағын бизнес субъектілеріне -

20, орта бизнес субъектілеріне - 30, ірі бизнес субъектілеріне - 50 АЕК көлемінде айыппұл салынады». Бірақ көбіне істен шыққан қосымша үшін ақшаны қайтарудан бас тарту не қажетті жаңартуларды беру міндеттемесін орындамау осы нормада тікелей көрініс таппаған. 641-бап (электрондық құжаттар және электрондық цифрлық қолтаңба) өте шектеулі ауқымды ғана реттейді, ал 79-бап (жеке деректерді заңсыз жинау және (немесе) өңдеу) цифрлық өнімдерді қайтару тәртібі, функционал және үйлесімділік мәселелерін қозғамайды. Осы себепті қолданыстағы нормалар цифрлық сауда саласын тек ішінара қамтып, IT-технологиялардың тез даму қарқынын ескергенде кемелдендіруді қажет етеді.

Бір жағынан, ұсынылған өзгерістердің аса қажет екендігіне дәлелдер бар. Жаппай цифрландыру және сауданың онлайн-форматқа көшуі цифрлық контент немесе цифрлық қызмет түріндегі бейматериалдық өнімдерді сатып алатын тұтынушылар үшін жаңа қатерлер туғызып отыр.

Н. Здраеваның (2021) зерттеуіне сәйкес, тұтынушылардың негізгі келісімшарттық құқықтарының бұлыңғырлығы, әсіресе цифрлық контент саласында, онлайн-саудаға деген сенімді айтарлықтай төмендетеді [211]. Пайдаланушылар өз құқықтарын білмей, стандартты тұтынушылық кепілдіктердің көбінен айырылған жағдайда, әділетсіз әрекеттердің қаупі еселеп артады да, нарықтың дамуын тежеуі мүмкін. Реформаны қолдайтын уәждер халықаралық тәжірибемен де бекітіледі.

Еуропалық комиссияның деректеріне сай [212], ЕО-да цифрлық өнім жеткізушілердің сапасы мен жауапкершілігі туралы бірыңғай түсініктер мен талаптардың пайда болуы даулар санын азайтуға, сондай-ақ елеулі кемшіліктер анықталған жағдайда тұтынушының ақшаны қайтару кепілдігін алуға мүмкіндік берді. Есепте дәл осы нормалардың жүзеге асырылуы трансшекаралық сатып алулардағы сенімді күшейтіп, біртұтас цифрлық нарықтың дамуына оң ықпал еткені айтылады.

Екінші жағынан, бизнес-қауымдастықтар қарсы уәждер айтып, жаңа талаптар әкімшілік шығындардың өсуіне және стартаптар мен шағын әзірлеушілердің нарыққа шығуын күрделендіруге әкелуі мүмкін деп қауіптенеді. Еуропада Цифрлық қызметтер туралы заң (DSA) мен GDPR сияқты актілердің ірі платформалар мен онлайн-сатушыларға салатын міндеттері ауқымды мониторинг пен құжаттаманы қажет ететінін байқауға болады [213].

Осындай ахуал Қазақстанда да орын алуы ықтимал, себебі цифрлық тауар шартқа сай келмегені үшін қатаң айыппұлдар, жаңартуларды үнемі ұсынып отыру міндеттемесі, жарнама мен функционал туралы мәліметтер үшін күшейтілген жауапкершілік компанияның операциялық шығындарын көтеріп, оларды тұтынушыларға бағаны өсіру арқылы аудара алады.

Сондай-ақ ірі IT-ойыншыларға күрделі нормаларды сақтауға қажетті ресурстары болғандықтан, олар өзінің үстем позициясын нығайтуы мүмкін, ал шағын бизнес нарықтан кетуі ықтимал деген «монополиялану» қаупі бар.

Дж. Бругель (2024) [214] реттеу жүйесінің регрессивті сипатын атап өтіп, талаптарды орындау үшін фирманың көлеміне тәуелсіз (бекітілген шығындар

бойынша) шығындар кіші кәсіпорындарға үлкен ауыртпалық түсіретінін алға тартады.

Бұдан бөлек, цифрлық қызметтердің жаһандық сипаты да қиындық туғызады, өйткені шетелдік жеткізушіде Қазақстан заңнамасын сақтауды мәжбүрлейтін қандай нақты механизм бар, егер оның мұнда ресми өкілдігі не активтері болмаса, ол да түсініксіз.

Сын айтушылар трансшекаралық құқық қолдану тетіктері болмаған жағдайда шетелдік ұйымдар отандық органдардың шешімдерін елемей кетуі мүмкін дейді. Зерттеуші Лиз Колл атап өткендей, «трансшекаралық құқық қолдану ұлттық жүйелердің аумақтық қағидаты шеңберінде ұйымдасқан реалийлерімен бетпе-бет келеді, ал қызмет көрсетудің өзі көбі бейматериалдық кеңістікте жүреді» [215]. Бұл ретте не тұтынушылар, не реттеуші органдар басқа юрисдикциядағы мәселеге қатысты жиі қиындық көреді.

Сонымен қатар, терминологиялық айқындықты қалыптастыру қажеттігін сарапшылар көпшілік қолдайды.

Цифрлық контенттің құқықтық табиғаты әлі де «бұлдыр» болуына байланысты соттар кейде оның құқықтық жағдайын сатып алу-сату шарты, кейде қызмет көрсету шарты, кейде лицензиондық келісім деп әртүрлі анықтайды.

2024 жылғы декретке сәйкес бейматериалдық цифрлық нысандардың азаматтық құқықта авторлық меншік объектілеріне ұқсас арнайы режимді қажет ететіні айтылған [216]. Мысалы, Ресейде цифрлық өнімдерді сату кезіндегі тұтынушылар құқықтарын қорғауға арналған арнайы жаңа тарау қабылданып, онда сатушының міндеттемелері мен тұтынушының цифрлық тауардағы ақаулар анықталған жағдайдағы құқықтары реттелген. Жасалған нақты заңдық анықтамалар құқық қолдануды бірізділендіруге, ұзаққа созылатын даулар санын азайтуға және осыған дейін тұтынушы қорғансыз қалған құқықтық вакуумды жабуға мүмкіндік береді. Осы тұрғыда «цифрлық қызмет» және «цифрлық контент» туралы нормаларды заңды түрде бекіту аса маңызды әрі өзекті деп қарастырылуы мүмкін.

Бұған қарсы пікірлер арасында, цифрлық тауарлар сегментінде кепілдіктерді кеңейту және қайтаруды жеңілдету «тұтынушылық экстремизм» деп аталатын жайттарды туындатуы мүмкін деген уәж бар [217], өйткені цифрлық тауарды тез көшіріп немесе пайдалана беруге болады. Кейбір сатып алушылар контентті тегін алу үшін қайтару құқығын теріс пайдалануы мүмкін. Алайда шетелдік тәжірибе қайтару шарттарын сауатты нақтылау (мысалы, тұтынушы жүктеуді бастауға тікелей келісім берсе, бас тарту құқығы жойылады) мұндай тәуекелдерді барынша азайтатынын, ал Еуропа статистикасы ашық реттеуден түсетін артықшылықтардың сирек кездесетін теріс пайдаланулардан әлдеқайда басым болатынын көрсетеді [218].

Реформаның тағы бір артықшылығы - халықаралық тәжірибемен үндесу, бұл тек құқықтар мен сот актілерін өзара тануды жеңілдетіп қана қоймай, сондай-ақ трансшекаралық электрондық сауданың дамуына серпін береді. Мысалы, лицензиялау, жаңарту және ақшаны қайтару мәселелерін реттеу деңгейі жоғары болған сайын, шетелдік сатып алушылар мен сатушылардың

сенімі артып, бұл халықаралық нарықтың дамуын ынталандырады. Бұл Қазақстанның цифрлық секторын дамытып, жаһандық экономикалық айналымға ықпалдасу жөніндегі жалпы стратегиясымен үйлеседі. Дегенмен, тұтынушы құқықтарын күшейту шаралары инновацияларға кедергі болып, қатаң талаптарға тез бейімделе алмайтын шағын бизнеске тежеу болмауы тиіс.

Альтернативті тәсілдердің бірі - еуропалық кейбір заңнамалардағыдай пропорционалдылық қағидаттарына негізделген және бизнестің ауқымына немесе цифрлық өнімдердің түрлеріне байланысты ажыратылған талаптар енгізу. Мысалы, DSA және GDPR сияқты актілерде «мега-платформалар» мен шағын сервистерге әртүрлі нормалар белгіленіп, соңғыларына әкімшілік салмақ азаяды [219].

Осылайша, цифрлық контент туралы заңнаманы реформалау қажеттігін сарапшылар қауымдастығы қолдайды, себебі ол құқықтық вакуумды жоюға бағытталған. Оның дәлелді негізін экономикалық, құқықтық және әлеуметтік факторлар құрайды, олар жаңартылған нормаларсыз цифрлық тауар тұтынушылары осал болып қалатынын көрсетеді. Дегенмен, трансшекаралық кедергілер, теріс пайдаланулардың және бизнеске артық жүктеме түсу қаупінің бар екені де ескерусіз қалмауы тиіс. Болашақ нормаларды нақтылау барысында адал кәсіпкерлердің мүддесін қорғауды, шетелдік органдармен бірлескен тетіктерді дамытуды және кейбір тұтынушылардың теріс әрекеттеріне тосқауыл қою жолдарын қарастырған жөн.

Цифрлық контент пен қызметтердің құқықтық реттелуі мәселесін қорытындылай отырып, мынаны атап өткен жөн: цифрлық контент пен қызметтердің нақты анықтамалары, сапа өлшемшарттары, қайтару тәртібі мен жаңарту міндеттемелері бекітілсе, қазақстандық заңнаманы жаңғыртуға мықты негіз қалыптасады. Электрондық сауданың жылдам өсуі және трансшекаралық мәмілелер үлесінің артуы жеткізушінің цифрлық өнімдерді қолдау және жаңартулармен қамтамасыз ету міндеттемесін императивті түрде енгізуді, сондай-ақ жеке деректерді ақының бір түрі деп тануды талап етеді.

Әкімшілік және азаматтық-құқықтық жауапкершілік нормаларын түзетіп, халықаралық ынтымақтастықты дамыта отырып, азаматтардың онлайн-өнімдерге деген сенімін арттыратын, инновацияларды тежемейтін қолайлы жағдай жасауға болады. Сонымен қатар, недобросовестные онлайн-тәжірибелерге (атап айтқанда, «қараңғы паттерндер») қарсы шаралар да өзекті болып, тұтынушылардың цифрлық ортадағы мүдделерін жан-жақты қорғау үшін қолданыстағы нормаларды толықтыру қажет болады.

3.2 Тұтынушыларды цифрлық ортадағы манипуляциялық интерфейстерден (қараңғы паттерндерден) қорғау

Цифрлық технологиялардың кең таралуы мен электрондық сауданың дамуы бір жағынан тұтынушылар үшін ауқымды мүмкіндіктер ашса, екінші жағынан олардың құқықтарын қорғау механизмдерін күрделендіре түседі. Онлайн ортада сатушылардың нақты ниеттерін жасырып, тауарлар мен

қызметтердің сапасына қатысты дұрыс бағалау жүргізуге кедергі келтіретін әділетсіз тәсілдер жиі қолданылады.

Цифрлық ортада манипуляцияның ерекше формалары кең өріс алуда, олар бірқатар зерттеулерде «қараңғы паттерндер» (dark patterns) дизайны және жасанды немесе сатып алынған пікірлер (fake reviews) ретінде жіктеледі. Мұндай әдістер компанияларға пайдаланушылардың осал тұстарын шебер пайдаланып, тауарларға сұраныс тудыруға мүмкіндік береді, алайда бұл тауарлар әрдайым мәлімделген сапаға сай келе бермейді.

Құқық қолдану тұрғысынан ең үлкен мәселе - офлайн-нарыққа арналған әдеттегі бақылау құралдары онлайн-технологияларды толық қамтымай отырғаны, бұл құқықтық реттеудегі олқылықтар мен адал ниетті тұтынушылар үшін елеулі тәуекелдер тудырады.

Статистика Қазақстандағы электрондық коммерцияның қарқынды өсуін көрсетеді. Мәселен, 2024 жылдың алғашқы жартыжылдығында e-commerce нарығының көлемі 61%-ға өсіп, 1,447 трлн теңгеге жетті [220], ал онлайн-транзакциялар саны 36 млн-нан 70,8 млн-ға дейін екі есеге жуық артты. Жалпы бөлшек тауар айналымындағы электрондық сауданың үлесі шамамен ~16,6-ға жетті, бұл тұтынушылардың жаппай онлайн-форматқа көшкенін дәлелдейді. Соған сәйкес, интернет-сервистерді пайдалану барысында алдау немесе жаңылыстыру жағдайларына байланысты тұтынушылардың шағымдары да көбейді.

Тұтынушылардың құқықтарын қорғау органдары интернеттегі алаяқтыққа қатысты шағымдардың едәуір өскенін тіркеп отыр. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитетінің ресми деректеріне сәйкес, 2024 жылы азаматтардың өтініштері өткен жылмен салыстырғанда 144%-ға артып, 53 мыңнан астам шағымды құрады [221]. Ең тән мысалдардың бірі - пайдаланушыны қалаусыз шарттарға, жазылымдарға немесе қосымша қызметтерге автоматты түрде келісуге мәжбүрлейтін әдейі күрделендірілген немесе шатастыратын интерфейстер. Мысалы, бас тарту түймесі көзге байқалмайтын не негізгі экраннан төмен орналасқан форма адамды жазылымды рәсімдеуге итермелеуі мүмкін, ал қалыпты жағдайда ол адам мұндай ұсыныстан бас тартар еді.

Жалған пікірлерге қатысты нормалардың олқылығы маркетплейстер не әлеуметтік желілердегі рейтингтерді «жасанды түрде көтеру» үшін қолайлы орта қалыптастырады. Кейбір шетелдік құқықтық жүйелерде пікірлерді сатып алуға немесе қолдан жасауға тікелей тыйым салынған болса, отандық реттеушілер жаңылыстыруға қатысты жалпы нормалармен ғана шектелуге мәжбүр. Қазақстандықтардың интернет-рецензиялардың шынайы еместігі жөніндегі көп шағымдары көбіне әкімшілік шараларға ұласпайды, себебі сатушының жалған белсенділікті әдейі ұйымдастырғанын дәлелдеу қиын [221]. Платформалар тек «алаңды ұсынатынын және түсініктемелердің ақиқаттығына жауап бермейтінін» уәж етіп, пікір авторлары анонимді немесе тексеруге қол жетімсіз болып қала береді.

Жекелеген жағдайлар мәселенің ауқымын нақты көрсетеді. Мысалы, 2025 жылдың басында әлеуметтік желідегі жалған интернет-дүкенге қатысты

алаяқтық әшкереленді: алаяқ Instagram-да (~90 мың жазылушысы бар) дамыған аккаунтты жалға алып, сатып алушылардан алдын ала төлем қабылдаған соң тауар жеткізбеген. Сол арқылы ол шамамен 6,5 млн теңге жинап, кейін аккаунт бұғатталып, өзі ізін суытқан [222]. Тағы бір кең таралған әдіс - мессенджерлерде тауарларға оң пікірлер мен лайктар қалдыру үшін «қосымша табыс» ұсынып, артынша аңқау пайдаланушылардан ақша шығарып алу. Бұл мысалдар қазақстандық тұтынушылардың онлайн-алаяқтықтың әрқилы формалары - жалған пікірлерден тікелей киберқылмысқа дейін - бетпе-бет келіп жатқанын көрсетеді.

Тұтынушылық құқық саласындағы мамандар мұндай паттерндердің ақпараттандырылған таңдау қағидатын бұзатынын және адамдарды олардың шынайы ниеттеріне сай келмейтін әрекеттер жасауға мәжбүрлейтінін, бұл өз кезегінде «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңнаманың нормаларына тікелей қайшы келетінін атап өтеді [223].

Цифрлық кеңістікте таралған тағы бір әдіс - жалған пікірлер (fake reviews). Әртүрлі елдердің реттеуші органдары, соның ішінде АҚШ-тың Федералды сауда комиссиясы (FTC), жалған оң пікірлер жазу немесе «ұсынымдар» мен бесжұлдызды бағаларды жаппай сатып алу тауар жөніндегі түсінікті едәуір бұрмалайтынын, тұтынушының оның артықшылықтарын объективті бағалауына кедергі келтіретінін бірнеше рет мәлімдеген. Мұндай тәсілдерді жергілікті сатушылар да, ірі [224] интернет-алаңдар да өнімнің рейтингісін жасанды түрде жоғарылату үшін қолданады.

Қазақстанда жалған пікірлермен күрес механизмдері әлі жеткілікті дамымаған. «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңда сатушыны нақты және рас ақпарат беруге міндеттейтін норма формалды түрде бар болса да, пайдаланушылық пікірлерге келетін болсақ, олардың мазмұнына кімнің жауапты екенін және пікірдің шынайылығын қалай тексеруге болатынын нақтылау қиын. Компаниялардың тұтас топтарды жалдап, тауардың оң беделін жасайтын «пікір фермаларын» пайдалануы мәселесі де шешілмеген күйде қалып отыр.

Көріп отырғанымыздай, желілік ортада тұтынушыларға жасалатын теріс әсердің түрлері сан алуан. Дегенмен олардың барлығын ортақ маңызды белгі біріктіреді - тұтынушылар құқығы негізделген ақпараттандырылған және ерікті таңдау қағидатын бұзу.

Зерттеушілер [225] және әртүрлі елдердің құқық қолданушылары мұндай жасырын әрі манипулятивті тәсілдердің әдеттегі «жалған жарнама» мен дәстүрлі «тұтынушыны алдау» нормаларының аясынан шығып кететінін, сондықтан арнайы құқықтық шараларды талап ететінін мойындайды.

Қазақстан үшін онлайн ортадағы манипуляциялық интерфейс тәсілдері («қараңғы паттерндер») мен жалған пікірлерге қарсы кешенді шешімдер қабылдау орынды көрінеді, себебі бұл құбылыстарды тиімді тоқтата алатын тетіктер қажет. Бұл ретте ақпараттық технологиялар да ерекше рөл атқаруы мүмкін: контентті автоматты түрде мониторинг жасау, интерфейстегі аномалды паттерндерді анықтау және жалған пікірлердің жаппай сипатын тану тәсілдерін енгізу.

Келесі бөлімде біз осы тәжірибелерді реттеудің теориялық-құқықтық негіздеріне, сондай-ақ әртүрлі мемлекеттердің негізгі стандарттары мен тәсілдеріне тоқталамыз. Бұл Қазақстанның онлайн-ортасында тұтынушылардың құқықтарын нығайту жөніндегі нақты ұсынымдарды тұжырымдауға көмектеседі.

Цифрлық кеңістіктегі манипуляция феноменін зерттеу психологиялық, маркетингтік және құқықтық аспектіларды қамтитын көпқырлы доктринаға негізделеді.

Құқықтану тұрғысынан манипуляция - тұтынушының тәуелсіз таңдау жасау қабілетін төмендететін, солай бола тұра оның тікелей бақылауынан жасырын болатын әдейі ықпал ету ретінде қарастырылады [226]. Мұндай мінез-құлық моделі құқықты теріс пайдалануға жақын, себебі манипулятор шынайылықты бұрмалайды немесе пайдаланушы психологиясының ерекшеліктерін қолдана отырып, оны басқа жағдайда жасамайтын шешім қабылдауға итермелейді. Электрондық интерфейстерде бұл қалқып шығатын терезелер, визуалды тәсілдер немесе автоматты түрде келісім беретін параметрлер (default opt-in) түрінде көрініс табады, нәтижесінде пайдаланушының шешімі ерікті емес, жасырын ықпал аясында қабылданады. Мұндай тәжірибелер ақпараттандырылғандық қағидатына қайшы, ол әлсіз тарапты қорғау теориясының негізінде жатыр (бұл туралы 2.1-бөлімде және кәмелетке толмағандарды, жеткілікті хабардарлығы жоқ және әлеуметтік осал топтарды қорғауға арналған ғылыми еңбектерде егжей-тегжей баяндалған).

Психологиялық зерттеулер контекстінде интерфейс және контент арқылы манипуляциялау көбінесе кемшілік (дефицит) әсері немесе мүмкіндікті жіберіп алу қорқынышы (fear of missing out) сияқты когнитивтік бұрмалануларға сүйенеді [227]. Онлайн-платформалар әзірлеушілері пайдаланушыларды сақтап қалу немесе конверсияны арттыру мақсатымен дизайнды әдейі жобалайды, тұтынушының қызметтен бас тарту процесін бірнеше жасырын қадаммен күрделендіреді. Мысал ретінде «тауарды себетке сал да, дәл қазір жеңілдік ал - ұсыныс бірнеше минуттан соң аяқталады» деген жалған тәсілді (псевдофрейм) келтіруге болады, іс жүзінде ол үзіліссіз жаңарып отыратын таймерге негізделген. Мұндай амалдар жиынтығы пайдаланушыны ерікті әрекет етіп жатқандай сезіндіргенімен, шын мәнінде ол табанды ықпалдың әсерінен шешім қабылдайды.

Әртүрлі мемлекеттердің құқықтық жүйелері мұндай әрекеттерге пайдаланушының еркін білдіруін және экономикалық мінез-құлқын бұрмалауға алып келетін тәсілдер ретінде қарап, «сенімге қиянат жасауға және адастыруға жол бермеу» қағидаты бойынша әрекет етеді. Еуропалық одақ пен АҚШ осыған мысал бола алады, бұл елдерде цифрлық маркетингтегі манипулятивтік әдістер заңсыз тәжірибе ретінде қарастырылады.

ЕО-да әділетсіз коммерциялық тәжірибелер жөніндегі директивалар аясындағы нұсқаулықтар «қараңғы паттерндерді» (dark patterns) пайдаланушы еркіндігіне нұқсан келтіріп, экономикалық мінез-құлқын бұрмалай алатын әрекеттер деп тікелей атайды [227]. Еуропалық одақтың Цифрлық қызметтер туралы заңының 2022/2065 ережесінде (DSA) «әдепкі бойынша адал таңдау»

дизайнына қойылатын талаптар (Art. 25a DSA), кәмелетке толмағандардың мінез-құлқына әсер ету үшін эмоционалды жасанды интеллектіні пайдалануға тыйым (Art. 28 DSA) және синтетикалық контентті таңбалау міндеті (Art. 34 DSA) көзделген.

Мұндай манипуляциялар адастыру болып бағаланады, өйткені олар жасырын ынталандыру енгізеді не интерфейсті бұрмалап, пайдаланушы үшін бас тарту не айқын таңдау жолын қиындатады. АҚШ-та дәл осы ұстаным Федералдық сауда комиссиясы (FTC) деңгейінде іске асырылады, онда кез келген схема (жазылымнан бас тартуды қиындататын немесе қосымша төлемдер туралы ақпаратты жасырын ұстайтын), федералдық деңгейдегі адал сауда тәжірибесіне қойылатын тыйым (§5 FTC Act) бұзуы мүмкін деп көрсетілген. FTC компаниялардың пайдаланушыларды жаңылыстыратын немесе саналы таңдау жасау құқығынан айыратын интерфейс арқылы әрекет ететін жағдайларда, Актінің 5-бабын (дүрдараз немесе адастырушы әрекеттерге тыйым) қолданатынын мәлімдеді. Бұл орган сайт дизайны арқылы жабысқақ жазылымдар мен жасырын төлемдер енгізген фирмаларды жазаға тартқан прецеденттер де бар [228].

«Әлсіз тарапты қорғау» доктринасы сияқты ғылыми-құқықтық концепциялар платформалар мен сатушыларға цифрлық ортада қатаңырақ талап қоюдың теориялық негізін қамтамасыз етеді. Бұрын айтылғандай, тұтынушының ақпараттық әлсіздігі тиісті кепілдіктермен және өтемдік механизмдермен өтелуі керек.

Бұл доктрина ЕО мен АҚШ-тың нормативтік жүйесінде лайықты орныққан. Еуропалық одақта «орташа тұтынушы» мен «осал тұтынушы» санаттары әділетсіз тәжірибелер жөніндегі директиваларда енгізіліп, желідегі қарапайым пайдаланушының мінез-құлқы ескеріледі [229]. Демек, интерфейсті әзірлеп, енгізетін тарап адал ниетпен әрекет етуге және оны күрделендіріп немесе психологиялық қысым арқылы азаматтарды жаңылыстыруға жол бермеуге міндетті. АҚШ-та да осыған ұқсас қағидаттар бар, тек онда ортақ директива жоқ, ал АҚШ Федералдық сауда комиссиясы FTC негізінен адал жарнама жөніндегі жалпы нормаларға сүйенеді және нұсқаулар мен түсіндірмелер жариялайды [230].

Жалған пікірлерге қарсы күрес тәжірибесін салыстырсақ, тауар мен қызметтерге қатысты ерекше артықшылықтардың бәрін нақтылай растау қажеттігі дәлелдене түседі. Мысалы, ЕО-да директиваларға енгізілген түзетулер сатушыдан жарияланатын пікірлердің шынайылығын тексеру әдістемесін ашып көрсетуді талап етеді, ал АҚШ-та жақында қабылданған арнайы ереже сатушыларға немесе делдалдарға оң пікірлерді жаппай сатып алуға тыйым салады [219]. Түптеп келгенде, бұл шаралар көп елдің нормативтік актілерінде тұтынушыларды алдауға тыйым салатын ортақ қағидаттан туындайды, бірақ цифрлық маркетингтің өзіндік ерекшеліктеріне арнайы бейімделген. Электрондық орта санаулы минуттарда мыңдаған бірдей «тамсанған» пікірлерді жариялауға мүмкіндік беретіндіктен, құқықтық жүйе мұндай әрекетке ауқымды әрі жедел қарсы тұруға қабілетті болуы тиіс.

Осылайша, кешенді доктринаның бір элементі қалыптасады: интернетте тұтынушы көбіне тауардың сапасы не сатушының беделін жеке өзі тексеру мүмкіндігінен айырылғандықтан, мемлекет жауапкершіліктің бір бөлігін кәсіпкерлерге жүктеуді негізделген деп санайды, оның ішінде пікірлердің шынайылығын растауға және ашықтықты қамтамасыз етуге міндеттейді.

Яғни, қазіргі әлемдік тұтынушылық құқықты қорғау тәжірибесі контексінде желіде әлдеқайда қатаң режимдер мен егжей-тегжейлі заңнамалық талаптардың болуы қосымша бюрократия емес, керісінше, пайдаланушылардың манипулятивтік технологиялар алдындағы жаппай осалдығын мойындаудың заңды нәтижесі. Цифрлық қатынастарды қарастырғанда заң шығарушы тұтынушының осал позицияда екенінен - альтернативті ақпаратқа қолжетімділігінің шектеулілігінен, тауардың шынайы қасиеттерін білмейтіндігінен және тез тексеру тетігінің болмауынан - бастайды. Бұрын «әлсіз тарапты» қорғау доктринасында тұжырымдалған қағидалар тұрғысынан бұл заң шығарушының ақпараттандырылу және еркіндік құқығын қорғауды күшейту міндетін, соның ішінде онлайн-арналардың манипуляциялық мүмкіндіктерін пайдаланатын бизнес үшін қосымша жауапкершілік енгізуді білдіреді.

Көптеген ғалымдар мен практиктер [231; 232] жасырын пайдаланушылық мәжбүрлеу әдістерін, жалған пікірлер мен эко-таңбалаулар арқылы алдауды тікелей тыйым салатын кешенді нормалар қабылдауға шақырады. Интернетті реттеудің болашағына қатысты пікірталастарда платформаның тұтынушыға таңдауды таңуға емес, оған ұсынысты қабылдау немесе қабылдамаудың ыңғайлы да түсінікті жолын ұсынуға көмектесетін интерфейсті қалыптастыру үшін жарнамалық хабарламалардың ашықтығы мен интерфейстерді бейтарап ресімдеуге арналған жаһандық стандарттар енгізу жайлы ұсыныстар жиі айтылады.

Дәл осындай логика Еурокомиссияның цифрлық нарықтарды одан әрі реттеу жоспарларында да сақталады. Бұл жоспарлар әділетсіз тәжірибелер жөніндегі ережелерді қайта қарауды және бүкіл Еуропа ауқымында мониторинг механизмін енгізуді көздейді. АҚШ-тағы пікірталаста тек АҚШ Федералдық сауда комиссиясы FTC-нің нұсқаулары мен саясаты жеткіліксіз болып отырғандықтан, барлық штат нормалары мен құқық қолдану үлгілерінің әртүрлілігін ескеретін жалпыға бірдей федералдық реттеу қажеттігі жайлы идея күшейіп келеді.

Қазақстанда мұндай мәселелер қалай реттеледі? Алдымен отандық заңнамада да тұтынушылардың құқықтарын, жарнама және әділетсіз бәсекелестікті қорғауға қатысты жалпы ережелер бар екенін, бірақ олардың офлайн-реалияларға бейімделгенін және цифрлық сегментті тек жартылай қамтитынын атап өту маңызды. Сондықтан қолданыстағы нормаларды толығырақ талдап, әлемдік жетекші юрисдикцияларда қалыптасқан теориялық ұстанымдар мен салыстырмалы-құқықтық бағдарларға қаншалықты сәйкес келетінін бағалау керек. Бұл ұлттық құқықтық алаңдағы олқылықтарды айқындап, тұтынушыларды манипулятивті онлайн-тәжірибелерден, жалған

пікірлерден және жалған «жасыл» уәделерден қорғауға бағытталған шешімдерді ұсынуға мүмкіндік береді.

Қазақстан заңнамасы цифрлық маркетинг пен онлайн-сатылымдардың шынайылығына әлі жеткілікті икемделмеген. «Жарнама туралы» заң [55] жалған, дәйексіз немесе жасырын жарнамаға тыйым салатын базалық нормалар қарастырады және жарнама берушілерді жарнамалық материалдар мен бейтарап контенттің ара жігін нақты ажыратуға міндеттейді. Алайда бұл акт негізінен классикалық жарнама моделіне (баспа БАҚ, телеарна немесе сыртқы жарнама) бағытталған және қазіргі интернет-форматтарына, соның ішінде манипулятивті интерфейстерге немесе пайдаланушылардың тәуелсіз пікірі ретінде көрсетілетін онлайн-бағалауларға қатысты арнайы нормалар қамтымайды. Мәтіннің өзінде әлемдік тәжірибеде «қараңғы паттерндер» (dark patterns) деп аталатын құбылысқа жақын түсінік те, онлайн-платформалардағы пікірлерді бұрмалау мәселесі де кездеспейді. Соның салдарынан құқық қолдану тәжірибесінде пайдаланушылық интерфейс (UI/UX) - дизайн арқылы тұтынушы таңдауына ашықтан-ашық ықпал ету немесе жалған рекомендациялар түріндегі бейадал ықпал тек тұтынушыларды алдауға тыйым салатын жалпы нормалар негізінде бағаланады.

Сол сияқты «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңның 7-21-баптарында тауарлар мен қызметтер туралы адал ақпарат беруге қатысты қағидаттар мен тауардың мәлімделген сипаттамаларына сай болмаған жағдайда ақшаны қайтару кепілдіктері бекітілген. Бұл нормалар офлайн-саудаға қатысты ұзақ уақыт бойы табысты қолданылып келеді. Алайда, цифрлық тауар онлайн сатып алынғанда, пайдаланушының интерфейс манипуляциясының немесе жалған пікірлердің салдарынан келісім жасағанын дәлелдеуде қиындықтар туындайды.

Бұл мәселе заңда «тауарды себетке автоматты түрде салу», «қалқымалы терезелерді жасыру», «өзіңді қанағаттанған клиентпін деп таныстыру арқылы жалған ұсыныстар» сынды тұтынушыны сатушы мүддесі тұрғысынан әрекет жасауға итермелейтін амалдардың нақты реттелмегендігімен күрделене түседі. Сондай-ақ заңда сатып алуды «әдепкі параметрлермен» рәсімдеу (Article 5 GDPR), жалған ұсыныстар (АҚШ Федералдық сауда комиссиясы FTC Act §5) сияқты құбылыстарға қатысты заңдық дефиниялар жоқ. 2015 жылғы 24 қарашадағы № 418-V «Информатизация туралы» ҚР Заңының 1-1-бабында «ақпаратты адал емес тәсілмен өңдеу» ұғымы берілгенімен, ол пайдаланушылық интерфейс (UI/UX) - дизайн арқылы жүргізілетін когнитивтік манипуляцияларды қамтымайды. Нәтижесінде тек алдауға қатысты жалпы тыйым ғана бар, ал онлайндағы нақты әдістер тікелей көрсетілмеген.

ЕО-ның цифрлық қызметтер туралы заңының (Digital Services Act - DSA) 2022/2065 регламентімен салыстыратын болсақ, қазақстандық құқықта мынадай нормалардың жоқ екені байқалады:

- «әдепкі бойынша адал таңдау» дизайнына қойылатын талаптар (Art. 25a DSA),
- кәмелетке толмағандардың мінез-құлқына эмоциялық жасанды интеллект арқылы ықпал етуге тыйым (Art. 28 DSA),

- синтетикалық контентті таңбалау міндеті (Art. 34 DSA).

Бұл олқылықтар компанияларға «COPE (Committee on Public Engagement) 2024 жылы жіктеген 15 түрлі «қараңғы паттерндердің» 12-сін» қолдануға мүмкіндік береді.

ӘҚБтК-нің 190-бабында тауардың қасиеттері туралы адастыру немесе сауда барысында өзге де алдауға қатысты санкциялар белгіленген. Алайда дизайн арқылы манипуляцияға немесе жалған пікірлерге келгенде мұндай нормалар көбіне жеткіліксіз болып қалады. Мұндай әрекеттер тура алдауға жатпауы мүмкін (мысалы, компания тікелей өтірік айтпайды, тек жазылымнан бас тартуды қиындататын дизайн қолданады). Құқық қорғау органы мұндай әрекеттерді бейадал мінез-құлықтың жалпы түсінігі арқылы қарастыруға мәжбүр, бұл тәжірибенің қайшылықты болуына және қасақана әрекетті дәлелдеудегі қиындықтарға әкеледі.

Заңнамалық олқылық процедуралық мәселелермен де күрделене түседі. Компанияны жауапкершілікке тарту үшін реттеуші орган манипуляция немесе пікірдің жалған екені және оның жарнама беруші не сатушының әрекетімен байланысты екенін нақты растауы қажет.

«Қараңғы паттерндер» жағдайында ресми органдар веб-интерфейсті тексеру әдістемесіне ие болуы керек, сол арқылы дизайнның пайдаланушыны жаңылыстыруға бағытталғанын көрсету қажет. Мұндай механизмдер пайдаланушылық интерфейс (UX) саласындағы мамандардың, IT-сарапшылардың, заңгерлердің пәнаралық біліміне сүйенуді талап етеді.

Жалған пікірлер саласында жағдай одан да күрделі, себебі компания анонимді профильдер арқылы жүздеген оң пікір қалдыруы мүмкін, ал олардың сатушымен байланысын анықтау қиын.

Манипулятивті интерфейстерге қатысты қолданыстағы заңнамада мұндай термин кездеспейді. Заңнамада пайдаланушыларды алдауға тыйым салатын тұжырымдар бар. Мәселен, «Жарнама туралы» заңның 6-бабында тауар мен қызметтердің қасиеттері жөнінен жаңылыстыруға әкелетін дәйексіз немесе жалған жарнамаға тікелей тыйым салынған, ал 7-бабында жарнаманы бейтарап контенттен нақты бөлектеп көрсету керектігі жазылған (пайдаланушы редакциялық материал мен жарнама блогының шекарасын түсінуі үшін). Сол сияқты «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңның 10-бабында сатушы (атқарушы) тұтынушыға тауар туралы толық және шынайы ақпарат беруге міндетті екендігі, кез келген дәйексіз не жасырын түрде өнімді насихаттау заңсыз болып табылатыны айтылады. Бұл нормативтік актілерде цифрлық ортаға қатысты манипулятивті интерфейс ерекшеліктері тікелей айтылмағанымен, олардың бейадал және жаңылыстыратын мінез-құлықты жалпы тыйым салу қағидаттары формалды түрде онлайн-сфераға да қолданылады.

Сонымен қатар, Қазақстан Республикасы Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодексінің (ӘҚБтК) 190-бабында тауарлардың (жұмыстардың, қызметтердің) сапасы мен қасиеттеріне қатысты жаңылыстыруға жауапкершілік қарастырылған, ал 455-бабында жарнама туралы заңнаманы бұзғаны үшін (соның ішінде онлайн-платформалар немесе жарнама берушілер

коммерциялық контентті таңбаламай, мәміленің маңызды тұстарын жасырып қалған жағдайлар) санкция көзделген. Егер пайдаланушыларды алдау қылмыстық мөлшерге жетсе, Қазақстан Республикасының 2014 жылғы 3 шілдедегі № 226-V Қылмыстық кодексінің 190-бабы (алаяқтық) бойынша бас бостандығынан айыруға дейінгі жаза қарастырылуы мүмкін.

Жалпы алдауға қарсы бағытталған нормалар болса да, қазақстандық заңнамада цифрлық сипатқа ие манипулятивті интерфейстер мен «қараңғы паттерндер» және жалған пікірлердің нақты аталып, егжей-тегжейлі реттелуі жоқ, бұл құқық қолдануда қиындықтар тудырады. Қолданыстағы заңнамалық анықтамалар пайдаланушылық интерфейс (UI/UX) - дизайнды қамтымайды, ол пайдаланушыны белгілі бір шешімге «байқаусыз» жетелеуі мүмкін.

Компаниялар «интерфейсті барынша қолайлы еттік» не «маркетингтік стандарттарды ұстандық» деп сылтауратуы мүмкін. «Жалған жарнама» немесе «тұтынушыны алдау» туралы баптарда көзделгендей қасақана жаңылыстыруды дәлелдеу көбіне мүмкін болмай жатады, себебі «бұл дизайндық тәсіл тек тұтынушының саналы таңдауын айналып өтіп, жазылымды міндеттеу мақсатында жасалды» дейтін тікелей критерий не әдістеме жоқ.

Осылайша, Қазақстанда бүгінгі күні негізінен жалпыға бірдей және жеткілікті нақтыланбаған нормативтік база әрекет етеді, ол көбіне офлайндағы дәстүрлі жалған жарнама мен саудаға бағытталған. Жаңа интернет-манипуляция түрлері - манипулятивті интерфейс тәсілдері не «қараңғы паттерндер» және жалған пікірлер - іс жүзінде тікелей аталып көрсетілмеген, ал оларды тыю реттеушінің жалпы нормалар бойынша тұтынушының еркіндігін бұрмалауды дәлелдеу қабілетіне байланысты.

Манипулятивті онлайн-тәжірибелерді қамтитын құқықтық базаны жетілдіру үшін алдамшы интерфейс дизайнына, жалған пікірлерге және жалған адалдық мәлімдемелеріне тікелей тыйым салатын нақты және мақсатты заң нормаларын әзірлеу қажет.

Біздіңше, ең алдымен «Жарнама туралы» заң мен Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодексте тиісті түзетулер енгізген жөн, осы арқылы заңнама деңгейінде «қараңғы паттерндер», жалған пікірлер және жасырын «эко»-алдауға жол бермеу принципі бекітілуі тиіс. Бірқатар елдердің заңдарында осындай үлгі жүзеге асырылуда. Еуропалық одақ пайдаланушыны шатастыратын интерфейс тәсілдерін тікелей тыйым салуға және пікірлердің түпнұсқалылығын тексеру әдістерін ашық көрсетуге міндеттеуге қадам жасады. ЕО-ның тұтынушыларды қорғау құқығына енгізілген түзетулер [229] (тұтынушылар құқығы туралы Omnibus директивасы (ЕО)) онлайн-сатушылар мен платформаларды жарияланатын пікірлердің шынайылығын растау әдістемесін ашып көрсетуге міндеттеді. Енді тұтынушылардың рейтингін бұрмалау немесе жалған пікірлер мен «лайктар» сатып алу тікелей тыйым салынған - расталмаған тұтынушылық пікірлерді ұсыну алдау ретінде қарастырылады.

Мысалы, сатушы пікірдің нақты сатып алушымен берілгенін растауға ақылға қонымды және соған сай шаралар қабылдамаса, ол пікірді «шынайы» деп таныстыра алмайды. ЕО-ға мүше мемлекеттерде бұл талаптарды

бұзғандарға айыппұл мен өзге де санкциялар қарастырылған, олар компанияларды пікірлер арқылы қоғам пікірін бұрмалаудан бас тартуға мәжбүрлейді. АҚШ-та Федералды сауда комиссиясы да жалған пайдаланушылық бағаларды сату мен сатып алуға тікелей тыйым салатын арнайы нормалар шығарды. 2024 жылы АҚШ Федералдық сауда комиссиясы FTC жалған пікірлерге тыйым салатын және оларды таратқаны үшін жауаптылық енгізетін ереже қабылдады, мұнда тек жариялау ғана емес, жалған тұтынушылық пікірлер мен жалған ұсыныстарды сату не сатып алу да тыйымға ұшырайды [224].

ЕО мен АҚШ заңнамасын жетілдіру мысалдарын талдай отырып, «Жарнама туралы» заңға түзетулер енгізу кезінде «манипулятивті интерфейс» деген ұғымды заң жүзінде бекіту қажет деген қорытындыға келеміз. Біз оны пайдаланушының объективті таңдауын шектеуге бағытталған сайт немесе қосымша дизайнындағы саналы шешімдер жиынтығы ретінде сипаттауды ұсынамыз. Бұл термин кейбір елдерде жалпылама «қараңғы паттерндер» (dark patterns) деп аталып, қызметтен бас тартуды қиындату, ақылы сервистен бас тарту опциясын жасыру және тағы басқа психологиялық қысым көрсетуге негізделген құралдарды қамтиды.

Заңда осындай тәсілдерге негізделген жарнама «дәйексіз» деп танылатынын көрсетуге болады, себебі адам тікелей жалған ақпараттан емес, интерфейстегі арнайы әдістерден жаңылысады. Мұндай әдістерге тыйым салумен қатар онлайн-сатушылар мен провайдерлерге келісім формасының құрылымы туралы негізгі ақпаратты ашып көрсету міндетін енгізуге болады, бұл пайдаланушыларға жазылу немесе тауар сатып алу шарттарын анық түсінуге мүмкіндік береді.

Сол сияқты «жалған пікірлер» (fake reviews) деген анықтаманы заңдастырып, тауарлар туралы әдейі жалған ұсыныстарды жариялауға тікелей тыйым салу да өзекті болады. Қазіргі кезде көптеген кәсіпкерлер тұтынушыларда тауардың жаппай мақұлданғандығы туралы әсер қалдыру үшін жалған пікірлерге ақы төлейді [233]. Құқықтық алаңда бұл әділетсіз жарнаманың бір түрі ретінде бағалануға тиіс.

Ол үшін 2003 жылғы 19 желтоқсандағы № 508-II Қазақстан Республикасының «Жарнама туралы» заңына тиісті өзгерістер енгізу қажет. Мәселен, 7-бап «Жарамсыз жарнаманың түрлері» бөліміне «манипулятивті интерфейстер, жасырын әсер ету тетіктері немесе әдейі жалған тұтынушылық ұсыныстар қолданылатын жарнама заңсыз болып табылатыны» жөнінде нақты пункттер қосуға болады:

7-бап. Жарамсыз жарнаманың түрлері 2-1-тармақшамен толықтыру: «Пайдаланушыны тауарды, жазылымды немесе жеке деректерді беруді қажетсіз қабылдауға итермелейтін цифрлық манипулятивті тәжірибелер, сонымен қатар шынайы ақпаратты толық бермей, жалған шұғылдық, бірегейлік немесе әрекет қажеттілігі әсерін тудыратын интерфейс шешімдерін (мысалы, алдын ала келісім беруге мәжбүрлейтін (opt-out орнына opt-in), толық құн мен жазылу шарттарын жасыру, қызметтен бас тартуды қиындату, интерфейс элементтері

арқылы пайдаланушының күтуін бұрмалау) қолдану - дәйексіз жарнама болып танылады».

2-2-тармақшамен толықтыру: «Тауарлар (жұмыстар, қызметтер) сапасы мен қасиеттеріне қатысты тұтынушыны жаңылыстыратын, әдейі жалған пікірлер мен ұсыныстарға (fake reviews) негізделген жарнама дәйексіз болып табылады. Мұндай пікірлерге мыналар жатады:

- ойдан шығарылған немесе қолдан жасалған адамдардың атынан жарияланған түсініктемелер;

- боттар, контентті жаппай генерациялайтын бағдарламалар немесе жалған аккаунттар арқылы жасалған пікірлер;

- ақылы немесе басқа да сыйақыға негізделген жазбалар, олардың коммерциялық сипаты ашық көрсетілмесе;

Рекламаны беруші, жарнама өндіруші және жарнаманы таратушы осындай мәліметтерді орналастырғаны немесе таратуға жәрдемдескені үшін жауапты болады».

Сонымен қатар, 6-бап «Жарнамаға қойылатын жалпы талаптар» бөліміне онлайн-сатушылар мен жарнама берушілер үшін жарнамалық механизмдер мен пікірлердің шынайылығын қамтамасыз ету міндеттемелерін енгізетін түзетулер енгізу қажет:

6-бапқа 1-1-тармақшамен толықтыру: «Жазылымға, тауар сатып алуға немесе жеке деректерді беруге бағытталған цифрлық ортадағы жарнама пайдаланушыға келісім шарттарының негізгі талаптары, соның ішінде келісім формасының құрылысы туралы анық және қолжетімді түсініктеме беруі тиіс. Персонализацияланған ұсыныстар немесе динамикалық баға белгілеу алгоритмдері қолданылатын жағдайда, жарнама беруші пайдаланушыны мұндай тетіктер бар екендігі жайлы хабардар етуге міндетті».

6-бапқа 1-2-тармақшамен толықтыру: «Тауарлар, жұмыстар мен қызметтерді насихаттау мақсатында жарияланатын пікірлер мен ұсыныстар шынайылық қағидатына сай болуға және нақты тұтынушылардың нақты тәжірибесіне негізделуге тиіс. Анонимді немесе жасанды түрде құрылған пікірлерді, сондай-ақ оларды іріктеу критерийлері, тексеру және шынайылықты растау әдістері туралы ақпаратсыз жариялауға тыйым салынады. Платформалар мен онлайн-сатушылар әдейі жалған пікірлерді анықтауға және жоюға арналған механизмдерді қамтамасыз етуге міндетті».

Бұл өзгерістер «қараңғы паттерндер» секілді интерфейс айла-тәсілдерін дәйексіз жарнаманың бір түрі деп тануды заңды тұрғыдан айқындауға, цифрлық маркетингтегі ашықтықтың жаңа стандарттарын белгілеуге, сондай-ақ жалған пікірлерге тыйым салуды және тұтынушылық ұсыныстардың шынайылығын қамтамасыз ету жөніндегі міндеттемелерді қазақстандық заңнамада бекітуге мүмкіндік береді.

«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңға да 14-1-бап «Манипулятивті цифрлық тәжірибелерге тыйым салу» деген бап енгізіп, онда мынадай анықтамалар берілуі тиіс: манипулятивті интерфейс тәсілдері немесе «қараңғы паттерндер» - пайдаланушыны өз еркінен тыс әрекетке мәжбүрлеуге бағытталған когнитивті бұрмалауларды пайдаланатын интерфейс элементтері;

жалған/қолдан жасалған пікірлер - ойдан шығарылған тұлғалардың, боттардың немесе сатып алуды ашық көрсетпейтін ақылы жазбалардың көмегімен жасалған тауар/қызмет туралы бағалау.

Осы тыйымдарды Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодекс баптарымен толықтыру қажет. Манипулятивті интерфейс тәсілдерін немесе «қараңғы паттерндерді» және жалған пікірлерді іс жүзінде пайдаланғаны үшін әкімшілік жауапкершілік көзделсе, мұндай айлакер веб-дизайн құралдарын жүйелі түрде қолданған компанияларға айыппұл салуға мүмкіндік туады. ӘҚБтК-ге жаңа құқық бұзушылық құрамы ретінде мынадай баптар енгізу ұсынылады: 79-2-бап «Манипулятивті дизайн арқылы таңдауды мәжбүрлеу» - заңды тұлғаларға 1 000 АЕК-ке дейін айыппұл, 79-3-бап «Синтетикалық пікірлерді тарату» - айналым кірісінің 5%-ы мөлшерінде айыппұл.

Сонымен қатар, заң барлық интернет-платформалар мен агрегаторларды рейтингтерді жариялау кезінде олардың шынайылығын тексеру өлшемшарттарын ашық көрсетуді міндеттеуге болады. Егер пікір сатып алу фактісімен расталмаса, платформа ол туралы ескертуді пайдаланушыға хабарлауы тиіс, осылайша жалған түсінік қалыптасуының алды алынбақ.

Қазақстан жағдайында да шетелдікке ұқсас санкциялар енгізуге болады, бірақ бизнес ауқымын ескере отырып - ұсақ құқық бұзушылар үшін орташа мөлшердегі, ал «пікір фабрикаларын» әдейі ұйымдастырып, мыңдаған пайдаланушыларды адастырған ірі компаниялар үшін бірнеше пайызға дейін жететін айыппұлдар қолдану орынды.

Цифрлық әділетсіздікпен күресте маркетплейстер мен онлайн-платформалар да маңызды рөл атқара алады, өйткені олар сату мен пікірлер инфрақұрылымын қамтамасыз етеді. Соңғы үрдістер көрсеткендей, заңнама ірі платформаларға контентті бақылау және ашықтан-ашық бұзушылықтарды жою міндеттерін жүктей бастады. Көлемді платформалар интерфейс манипуляциясының немесе жалған пікірлердің жаппай сатып алынуын аномальды белсенділікті анықтау алгоритмдері арқылы табысты анықтай алады.

Еуропалық Одақта Цифрлық қызметтер туралы заң (DSA - Digital Services Act) платформаларды манипулятивті тәжірибелерден пайдаланушыларды қорғау шараларын қамтамасыз етуге міндеттейтін ережелерді белгілейтін режимге өту байқалады. DSA мәтінінде «қараңғы паттерндер» термині кездеспесе де, оны реттеу үшін қосымша регламенттерге жүгінеді. Регламент 67 [234] бойынша, «қараңғы паттерндер» - пайдаланушылардың тәуелсіз әрі саналы шешім қабылдауына немесе таңдауға кедергі келтіруге бағытталған тәжірибе. Мәселе негізінен «мазмұн (мысалы, жарнамалық) мәлімдемеде» емес, «онлайн-интерфейстердің құрылымы, дизайны немесе функционалдық мүмкіндіктерінде» жатыр (яғни ең алдымен веб-сайттар немесе қосымшалар), мұнда таңдау бейтарап түрде ұсынылмайды, ал кейбір опциялар «визуалдық, дыбыстық немесе басқа элементтер» арқылы көбірек назар аударатындай етіп жасалады. Соңғы кезде бұл, әсіресе, куки-баннерлерге (cookie) қатысты деректерді қорғау саласындағы қадағалау органдары тарапынан талқыланып жүр.

Қазақстанда жергілікті және шетелдік ірі маркетплейстердің жылдам таралуын ескерсек, кез келген осындай алаң операторы пікірлерді жинау әдістерін тексеруге, «күдікті» жазбаларды таңбалауға және автоматтандырылған мониторинг немесе шағымдарға сәйкес анық жалған пікірлерді дереу жоюға міндетті екенін заң түрінде бекіту орынды болар еді. Оның үстіне тәжірибеде атақты онлайн платформалар жалған пікірлер мен түсініктемелерге қарсы күрес жүргізіп те жатыр. Тек заңды түрде оны бекітіп, осындай операторлардан тиісті мәліметтерді алу мүмкіндігіне ие болу қажет.

Егер алаң мұндай бұзушылықтарды ескерусіз қалдырса және тиісті тексерулерді іске қоспаса, «Онлайн-платформалар мен онлайн-жарнама туралы» заңның 17-1-бабына тұтынушыларды алдауға жол беру бойынша ортақ жауапкершілік енгізу қажет. Мұны тек санкцияларды қатаңдатумен ғана шектеуге болмайды. Икемді шаралар да керек. Себебі үлкен компания жүздеген мың пайдаланушыны алдау арқылы елеулі пайда тауып жатса, болмашы айыппұл әсерсіз қалады.

Еуропалық тәжірибеге сүйеніп, жүйелі манипуляциялар үшін айыппұлдарды бірнеше пайыздық үлеске дейін арттыру мүмкіндігін қарастырған жөн, сонда бұл тиімді тежеуші құралға айналады. ЕО-да тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі жаңа нормалар бойынша интернетте жалған пікірлерді жариялау және өзге де алаяқтықтар үшін компанияның жылдық айналымының 4%-ына дейін айыппұл қарастырылған [235]. АҚШ-та Федералды сауда комиссиясы жақында жалған пікірлерді сатуға және сатып алуға тікелей тыйым салатын ереже енгізіп, әрбір анықталған жағдай үшін 50 000 АҚШ долларына дейін айыппұл салу мүмкіндігін бекітті [236]. Қазақстан үшін айыппұл мөлшері құқық бұзушы бизнес ауқымына және манипуляциядан алынған пайдаға сай болуы керек, сонда бұл алдын алу әсерін тудырады. Ұсыныс ретінде жазадан біртіндеп күшейетін шкаланы енгізуге болады: алғаш анықталған бұзушылық - ескерту не орташа айыппұл, қайталанған және өрескел бұзушылық - айыппұлды еселеп арттыруға дейін, компанияның қызметін тоқтата тұру шарасына дейін. Сондай-ақ қадағалаушы органдар жұмсақ шаралар нәтиже бермесе, сайтқа қолжетімділікті шектеуге немесе заңсыз контентті (мысалы, жалған пікірлерді) жоюды талап етуге құқылы болуы қажет.

Мемлекеттік реттеумен қатар, электрондық сауда саласында өзін-өзі реттеу және кәсіптік этика нысандарын дамыту да маңызды. Ірі платформалар мен жарнама берушілер интерфейс ашықтығының, шынайы эко-коммуникацияның және пайдаланушылық пікірлерге адал көзқарастың жоғары стандарттарын бекітетін ерікті мінез-құлық кодекстерін жасай алады.

Мемлекет мұндай бастамаларды қолдап, осы кодекске қатысуды адал бизнеске арналған ерікті сертификат алудың қосымша артықшылығына айналдыра алады. Өзін-өзі реттеу цифрлық ортаның тез өзгеруіне икемді жауап беруге мүмкіндік береді. Заң жаңа тактикалардан кейінгі уақытта өзгеріп үлгермей жатса, нарық қатысушылары жаңа манипуляциялық дизайн түрлеріне қарсы нормаларды уақытылы өздері жаңартып отырады. Мемлекет пен қоғам

тарапынан «жауапты нарықты» мойындау сенімді қалыптастыруға және құқық қорғау органдарына түсетін жүктемені азайтуға ықпал етеді.

Осылайша, шетелдік тәжірибе көрсеткендей, «манипулятивті интерфейс тәсілдері немесе қараңғы паттерндер» және жалған/қолдан жасалған пікірлер (fake reviews) деген терминдерді тікелей заңдастырып, тиісті рұқсат етілмейтін мінез-құлық түрлерін айқын көрсету - айқындықты қамтамасыз етудің және құқық бұзушыларды жауапкершілікке тартуды жеңілдетудің негізі. Мұндай жаңа ережелер кешені қалыптасқаннан кейін оларды іске асыру тетіктері мен бақылау жолдары аса маңызды мәнге ие болады, өйткені сәйкес мониторинг құралдарысыз тіпті ең мұқият әзірленген нормалар формальды сипатта қалуы мүмкін. Сондықтан реттеуші органдар, платформалар және пайдаланушылардың өздері осы бұзушылықтарды жылдам анықтау және оларды онлайн-салада ауыздықтау үшін қандай технологиялар мен рәсімдерді қолдана алатынын қарастыру керек.

Электрондық сатылымдар мен жарнаманың әртүрлі формалары көбіне жасырын немесе жартылай автоматтандырылған сипатқа ие. Осыған байланысты бейадал мінез-құлық жағдайларын тез және нақты анықтай алатын құралдарға объективті қажеттілік туындайды. Сауда министрлігі жанындағы Тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитеті цифрлық платформаларды мониторингтеу жөніндегі негізгі үйлестіруші орталыққа айнала алады, азаматтардың шағымдарын тіркеп, жалған пікірлер, жасанды күрделендірілген интерфейс не дәлелсіз «жасыл» мәлімдемелер бойынша тексерулерді бастауға құқылы. Мұндай бұзушылықтардың технологиялық қырлары бар екенін ескерсек, IT-қауіпсіздік пен пайдаланушылық дизайн жағынан алгоритмдер мен интерфейстерді талдауды Цифрлық даму министрлігіне жүктеу орынды көрінеді.

Мемлекеттік органдардың құзыретін арттырумен қатар, ірі коммерциялық платформалар ішіндегі де, қадағалаушы құрылымдар тарапынан да қолданылатын технологиялық шешімдерді әзірлеу қажет. Перспективті бағыттардың бірі - жасанды интеллект пен машиналық оқыту жүйелерін қолдану, олар бұрмалаушылықты не жалған белсенділікті көрсететін заңдылықтарды тез анықтайды. Егер қысқа уақыт ішінде бірдей үлгідегі пікірлер саны күрт көбейіп кетсе, автоматты талдау олардың жалған болуы мүмкін екендігі туралы белгі бере алады.

Үлкен көлемдегі деректер негізінде жаттықтырылған алгоритмдер лексикалық қолданыстардағы ерекшеліктерді, жарияланған уақытты немесе географиялық орналасуды салыстыра отырып, түсініктемелердің орталықтандырылған түрде жазылғанын анықтай алады. Мұндай тәсіл кейбір IT-компанияларда қолданылып та жүр. Атап айтқанда, статистикалық талдау мен лингвистикалық талдауды пайдалана отырып, олар жалған деп танылған мыңдаған пікірлерді бұғаттайды [237].

Трансшекаралық сипаттағы мәселелер де бөлек қарауды қажет етеді. Қазақстаннан тыс орналасқан жеткізушілер мен маркетплейстердің отандық заңнама талаптарын сақтау міндеті әрдайым бола бермейді, егер оларда жергілікті тіркелу не активтер болмаса. Нәтижесінде, Тұтынушылардың

құқықтарын қорғау комитетінің біржақты шаралары шетелдік интернет-бизнестің манипуляцияларын нақты тоқтатуға әрдайым жеткілікті бола бермейді. Іс жүзінде басқа мемлекеттердің реттеушілерімен көпжақты немесе екіжақты ынтымақтастық қажет болады. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі мемлекеттік органдарды біріктіретін халықаралық желілер бар, мұнда шағымдармен алмасу жүзеге асады.

Мысалы, ICPEN [238] сияқты бірлестіктер аясында ауқымды алаяқтық схемалары анықталады: econsumer.gov секілді бірыңғай порталда бүкіл әлем бойынша тұтынушылардың шағымдары жинақталады. Тиісті келісімдер болған жағдайда, мемлекеттер арасындағы ақпарат алмасу шаралары күшейіп, компания-правонарушительді тіркелген елінде жауапқа тартуға мүмкіндік туады.

Қазіргі кезде УНКТАД және басқа да ұйымдар ODR (Online Dispute Resolution) саласында халықаралық стандарттар әзірлеуде. Қазақстанда мұндай рәсімдерді енгізу үшін (мәселен, «Медиация туралы» ҚР Заңының 1-, 15- және 21-баптарына трансшекаралық онлайн-даулар жөніндегі ережелерді енгізу қажет) ұлттық заңнаманың қолданылуы және осындай құрылымдардың шешімдерін тануы, шетелдік серіктестер де ынтымақтаса отырып, олардың орындалуын қамтамасыз ету үрдісі қарастырылуға тиіс.

Негізгі идея - тыйым салынған әрекеттер зиян келтірмес бұрын анықталып, алдын алынып отырылуы қажет. Жасанды интеллект алгоритмдері, азаматтар үшін жылдам шағымдану арналары, мемлекет пен платформалардың және халықаралық құқықтық көмек тетіктерінің күшейтілген ынтымақтастығы бейадал схемалардың жасырын қалмауына жағдай жасайды. Сонымен қатар, инспекциялық әдістерді - ішінара тексерулер мен «бақылау сатып алуларын» - де ұмытпау керек, бұл сайттың интерфейсін тексеруге немесе «жасыл» көрсеткіштердің шынайылығына көз жеткізуге мүмкіндік береді.

Бұл шаралар электрондық коммерцияға деген сенімділікті арттырып, пайдаланушыларды қорғау деңгейін жоғарылатады, бірақ мемлекеттік араласу көлемі мен әкімшілік тосқауылдар жайлы сұрақтар туындайды. Компаниялар жаңа бақылау тәсілдеріне бейімделуге мәжбүр болады, бұл қосымша шығындар мен техникалық қиындықтарға байланысты қарсылықтар тудыруы мүмкін. Ұсынылған тетіктер шынымен жұмыс істеуі үшін және артық реттеу жүктемесін тудырмау үшін мүмкін болатын тәуекелдер мен наразылықтарды да ескеретін кешенді негіздеме қажет. Сондықтан реформалар жеткілікті түрде дәлелденіп, негізделуі тиіс.

Бұл реформаларды негіздеудегі әлеуметтік дәлел - «қараңғы паттерндер» мен жалған пікірлердің бақылаусыз таралуы тұтынушылардың жеке құқықтары мен мүдделерін ғана бұзып қоймай, жалпы цифрлық ортаны теріс қабылдауға алып келуінде.

Қазақстанда, басым көп елдер секілді, электрондық коммерцияның даму қарқыны тұтынушылардың транзакциялардың ашықтығы мен адалдығына деген сеніміне тікелей байланысты. Ал манипуляциялық не жасырын интерфейс элементтерімен бетпе-бет келу адамдардың цифрлық платформаларға деген сенімін, әсіресе әлеуметтік осал топтар арасында,

айтарлықтай төмендетуі мүмкін, мұндай топтар үшін аздаған ақшалай шығынның өзі үлкен қиындық тудырады. Мұндай жағдай электрондық коммерцияның өсуін баяулатады, қадағалау органдарына шағымдардың көбеюіне және интернет-салада ауқымды әлеуметтік шиеленістің туындауына себеп болуы мүмкін.

Экономикалық тұрғыдан алғанда, бұл реформалардың қажеттілігі нарық қатысушылары арасындағы бәсекелестікті теңестірумен байланысты. Шетелдік реттеуші тәжірибелер мен академиялық зерттеулердің талдауы көрсеткендей, цифрлық манипуляцияларға, соның ішінде жалған пікірлерді сүзуге, интрузивті интерфейстерден бас тартуға және ашық рейтингтер енгізуге жүйелі түрде қарсы тұру адал операторлардың негізгі экономикалық көрсеткіштерінің тұрақты өсуіне алып келеді. Кейбір зерттеулерге сәйкес [239], бұл конверсияны жақсартуға ықпал етеді (Amazon сатушылары үшін +2,1%-ға, расталған сатып алуларда +9,7%-ға), тұтынушылардың адалдығы мен қайталап сатып алу деңгейін арттырады (LTV +17%, NPS +19 пункт), орташа чекті ұлғайтады (eBay-дағы «таза» сатушыларда +12%) [240], сот істері мен айыппұлдар көлемін азайтады (DSA директивасында -41%, Австралияда -29% [241]), бұл нәтижесінде сенімге негізделген ұзақ мерзімді нарықты дамытады.

Құқықтық дәлел - реформаның құқықтық қажеттілігіне қосымша теориялық негіз береді. Қазақстанның азаматтық заңнамасында да, халықаралық құжаттарда да бекітілген адалдық қағидаты мәміленің екі тарабының да жеткілікті ақпараты болуын және жасырын айла мен психологиялық мәжбүрлеу құралдарынсыз еркін әрекет етуін көздейді. БҰҰ-ның Сауда және даму жөніндегі конференциясы (UNCTAD), Цифрлық қызметтер туралы заң (Digital Services Act - DSA), General Data Protection Regulation (GDPR), Unfair Commercial Practices Directive (UCPD), 2024 жылы енгізілген АҚШ Федералды сауда комиссиясының (FTC) жалған пікірлер туралы ережесі, FTC-нің ұсыныстар мен пікірлерді қолдану жөніндегі нұсқаулары, ISO 20488:2018 халықаралық стандарты, Ұлыбританияның 2024 жылғы тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы жаңа заңы және Австралияның бәсекелестік пен тұтынушыларды қорғау комиссиясының (ACCC) онлайн-пікірлер жөніндегі нұсқаулықтары - осының бәрі әділетсіз интерфейстер мен жалған пікірлермен күресуге арналған жоғары талаптар қалыптастырып, бұл саланың нақты құқықтық шекараға ие болуға тиістігін көрсетіп отыр. Қазақстандық заңнаманы осындай тәсілдермен үйлестіру қажет, сонда ол әлемдік тәжірибемен үндес болады.

Осы уәждерге қарамастан, IT-индустрия [242] және маркетинг өкілдерінің біразы веб-дизайн әдістеріне қатаң заңнамалық шектеу қою әзірлеушілердің шығармашылық еркіндігіне нұқсан келтіруі, пайдаланушы тәжірибесін нашарлатуы және мемлекет тарапынан шығармашылық салаға артық араласу болуы мүмкін деп қарсылық білдіреді.

Алайда талдау көрсеткендей, мұнда мәселе цифрлық дизайнның эстетикасы мен инновациясын емес, тұтынушы құқықтарының негізгі кепілдіктерін қорғауды көздейді. Заң шығарушылар мен реттеушілер пайдалы әрі ынғайлы пайдаланушылық интерфейс (UX) - шешімдерді шектемейді,

керісінше, зиянды әсері бар, еркін әрі ақпараттандырылған таңдау қағидатына нұқсан келтіретін тәсілдердің жолын кесуге ұмтылады. Осы тұрғыдан алғанда, құқықтық тыйымдар «шығармашылыққа» қарсы келмейді, тек заңды маркетингтік құралдар мен алдау арасындағы этикалық шекараны нақты айқындайды.

Осылайша, әлеуметтік, экономикалық және құқықтық уәждер реформаның шұғыл қажеттілігі жөнінде бірыңғай қорытындыға келіп тоғысады. Азаматтарды жаңылыстырудан қорғау - әлеуметтік маңызға ие, ал ашық әрі бәсекеге қабілетті цифрлық орта құру - экономикалық жағынан тиімді, құқықтық аспект адалдықты қамтамасыз етуді және әлемдік стандарттарға сай болуды талап етеді. Осы факторлардың жиынтығы «қараңғы паттерндерге», жалған пікірлерге және негізсіз «жасыл» мәлімдемелерге қарсы арнайы нормаларды қабылдауды кешіктіре берудің салдары Қазақстандағы электрондық коммерцияның дамуына кері әсерін тигізіп, азаматтардың мүдделерін бұзуы мүмкін екенін көрсетеді.

Қорытынды талдау қазіргі цифрлық кеңістіктің жаңа мүмкіндіктерімен қатар тұтынушылардың құқықтарына тән ерекше қатерлер де туғызатынын дәлелдейді. Манипуляциялық веб-дизайн мен жалған пікірлер онлайн-саудаға деген сенімді бұзады, объективті таңдауды қиындатады және еріктілік қағидасын бұзады. «Қараңғы паттерндерді» және жасырын ықпал ету әдістерін қолдану - заңнамада кешенді қарсы әрекетті талап ететін құбылыс. Бұл - мұндай тәжірибелерге тікелей тыйым салу, маркетплейстер қызметін реттеу, әкімшілік және азаматтық-құқықтық жауапкершілік нормаларын жаңарту және адал бәсекелестікті қолдауға бағытталған өзін-өзі реттеуді дамыту.

Жаңартылған құқықтық база цифрлық дәлелдемелердің ерекшеліктерін ескере отырып, уәкілетті органдарға құқық бұзушылықтарға жедел ден қоюға мүмкіндік беруге және адал бизнеске қолдау көрсетуге тиіс. Онлайн-манипуляцияларды бақылауды күшейту Қазақстанның цифрлық экономикасын дамытудағы стратегиялық басымдықтармен үндеседі, электрондық сауда арналарына деген сенімді нығайтуға ықпал етеді.

Ұсынылып отырған зерттеудің үшінші тарауында цифрлық контентке және онлайн-орталықтан жүзеге асатын коммерцияға байланысты тұтынушылық қатынастардың жаңа қырлары талданды. Алдымен, «цифрлық контент» ұғымының көпвекторлы сипаты атап көрсетіліп, тауарды классикалық мағынада жеткізу мен лицензиондық үлестірімнің арасындағы шекара бұлыңғыр екендігі дәлелденді. Сәйкесінше, ұлттық заңнамада цифрлық өнімдерге қатысты өзіндік дефинициялар енгізу, сапа мен жаңартылу талаптарын нақтылау, сондай-ақ «цифрлық элементтері бар тауар» категориясын заңмен тану қажеттігі айқындалды.

Тараудың екінші бөлігінде цифрлық ортада кең таралған манипулятивтік интерфейс тәсілдері («қараңғы паттерндер») мен жалған пікірлерді (fake reviews) қолдану мысалдары талданып, олардың тұтынушы еркіндігі мен дұрыс таңдау жасауына тигізер теріс әсерлері ашып көрсетілді. Осыған орай, тұтынушылардың ақпараттық осалдығын тереңдететін онлайн-алаяқтық формаларына қарсы күрес шараларының дербес құқықтық негіздері қажет

екендігі айқындалды. Әсіресе, жаһандық үрдістер мен Еуропалық одақ пен АҚШ-тың тәжірибелеріне сүйене отырып, қазақстандық заңнамаға арнайы ұғымдар мен тиісті жауапкершілік нормаларын енгізу ұсынылды.

Үшінші тарауда, сонымен қатар, цифрлық сервистер ұсынатын платформалардың немесе маркетплейстердің жауапкершілігін нақтылау мәселесі қарастырылды. Тиісті бақылау-тексеру құралдарын жетілдіру, жалған пікірлерді, манипулятивті дизайн элементтерін автоматты түрде анықтау үшін жүйелі мониторинг жүргізу және оларды заңмен белгіленген ретте жою/тосқауыл қою тетіктері баяндалды. Халықаралық деңгейде қалыптасып келе жатқан ортақ стандарттарға бейімделу және отандық платформаларды саморегуляция қағидаттарына тарту, саладағы әділ бәсекелестікті қамтамасыз етумен қатар тұтынушылардың құқықтарын кешенді қорғауға ықпал ететіні атап өтілді.

Осылайша, үшінші тарау тұтастай алғанда еліміздің цифрлық ортадағы тұтынушылар құқығын қорғау жүйесін жетілдірудің перспективалық бағыттарын ұсынады. Ұсынылған заңнамалық және институционалдық өзгерістер, әсіресе цифрлық контентті заңмен реттеу, манипулятивті онлайн-тәжірибелерді шектеу мен жалған пікірлерге қарсы күресті заңдастыру, қазақстандық құқықтық жүйенің әлемдік үрдістерге үйлесімді кірігуін қамтамасыз етуге бағытталған.

ҚОРЫТЫНДЫ

Жүргізілген диссертациялық зерттеу Қазақстан Республикасында тұтынушылар құқықтарын қорғау саласын тарихи-құқықтық эволюциядан бастап цифрлық кеңістіктегі заманауи қатынастарға дейін кешенді түрде талдап, қолданыстағы тетіктердің жетілу деңгейін бағалауға және оларды реформалауға бағытталған нақты ұсыныстар жасауға арналды. Тарихи талдау қазіргі жүйенің артықшылықтары мен кемшіліктерін түсінуге мүмкіндік берді және одан әрі реформалаудың объективті қажеттігін көрсетті.

Омы зерттеу барысында, біріншіден, тұтынушылар құқығын қорғау институтының кеңестік кезеңнен бастап нарықтық экономикаға көшу арқылы дамуы жүйелі зерделеніп, тәуелсіздік алғаннан бергі заңнамалық реформалардың жетістіктері мен кемшіліктері айқындалды. Қазіргі ұлттық заңнама талданып, тұтынушының құқықтық мәртебесі ғылыми тұрғыдан қарастылды. Заңнамада тұтынушы тек жеке, тұрмыстық қажеттіліктер үшін сатып алатын тұлға ретінде айқындалған. Алайда қазіргі экономикада «аралас мәмілелер» (бір тауарды әрі тұрмыстық, әрі кәсіби мақсатта пайдалану), өзін-өзі жұмыспен қамтушылар, микрокәсіпкерлер, фрилансерлер үлесі ұлғайып отырған кезеңде мұндай анықтаманы қайта қарастыру қажеттілігі бар екні көрсетілген және өз бетінше терең зерттеуді қажет ететіні көрсетілген.

Қызметтердің ауқымды бөлігі мұндай нысандарда ішінара кәсіпкерлік мақсатта қолданылғанымен, адам көбіне әлдеқайда әлжуаз тұтынушы ретінде қалады. Сондықтан «аралас» сипаттағы мәмілелерде кәсіби мүдде басым болмаса, жеке тұлға заңмен кепілдендірілген тұтынушылық қорғауын сақтауы тиіс деген тұжырым жасалды. Осылайша фермер немесе өзін-өзі жұмыспен қамтыған азамат азғана кәсіби мақсатта тауар сатып алғанның өзінде де оның «тұтынушы» мәртебесінен айырылмауына жағдай жасау қажеттігі анықталды.

Зерттеу көрсеткендей осал топтарды (зейнеткерлер, әлеуметтік әлжуаздар, микробизнес субъектілері) қорғауға бағыттар әлі де зердерену керек, шетелдік тәжірибеде кең таралған осал тұтынұшы тұжырымдамасын енгізу ұлттық құқықты бейімдеу үшін маңыздылығы көрсетілген.

Нарықтың жедел кеңеюі, мемлекет жүргізген бірқатар шаралар мен халықаралық талаптарды ішінара қабылдау нәтижесінде тұтынушылар мүдделерін қорғаудың белгілі бір ұстанымдары қалыптасқанымен, бірқатар түйінді мәселелер әлі де шешілмеген күйінде қалған. Бұл ең алдымен жария шартты қолдану кезіндегі нақты және тұжырымды шектеулердің болмауынан, сотқа дейінгі дауды реттеу рәсіміндегі жауапкершілік пен міндеттемелердің тепе-тең еместігінен, сол сияқты моральдық залалды өтеу кезінде бірыңғай өлшемдердің жоқтығынан көрінеді.

Екіншіден, диссертацияда тұтынушылар құқығын қорғау жөніндегі классикалық тәсілдерден бөлек, цифрлық экономиканың екпінді дамуы алып келетін жаңа сын-қатерлер жан-жақты зерттелді. Цифрлық контент ретінде ұсынылатын тауарлар мен қызметтердің ерекше праволық сипаты талданып, оларды дәстүрлі «тауар» немесе «қызмет» санатына қоса салудың толыққанды шешім еместігі дәлелденді.

Автор сатып алған бағдарламалық қамтамасыз ету, стриминг қызметтері, онлайн-оқыту курстары, виртуалды нысандар немесе ауыстырылмайтын токен (NFT) сынды саналуан цифрлық өнімдердің офлайн форматқа тән құқықтық нормаларға бағынуы бірқатар олқылықты тудыратынын көрсетті. Осыған орай заңнамаға «цифрлық контент», «цифрлық қызмет», «цифрлық элементтері бар тауар» тәрізді ұғымдарды енгізу ұсынылады. Сонымен бірге «бесплатты» көрінетін, бірақ шынайы өмірде пайдаланушының жеке деректерімен төленетін сервистерді де тұтынушылар құқығын қорғау заңнамасына толық қосу қажеттігі негізделді.

Үшіншіден, диссертацияның тағы бір елеулі нәтижесі - сотқа дейінгі қорғану сатыларын жетілдіру және моральдық зиянды өтеудің бірізді тәсілдерін енгізуге байланысты ұсыныстар. Қазіргі қолданыстағы тәртіп тұтынушыға қосымша ауыртпалық түсіріп, көптеген жағдайда сатушының (атап айтқанда, тауар өндіруші не қызмет көрсетушінің) нақты жауапкершілігін қарастыруға мүмкіндік бермейді. Сондықтан міндетті наразылыққа нақты жауап беру мерзімдерін бекіту, тиісті жауап болмаған жағдайда айыппұл түрінде «штрафтық» өтемақы қолдану тетіктерін күшейту қажет екендігі дәлелденді. Осындай өзгерістер, бір жағынан, сатушыларды теріс пиғылдағы әрекеттерден сақтандырса, екінші жағынан, тұтынушыларды ұзақ дау-дамайдан қорғауға сеп болары көрсетілді.

Жеке бір бағытта автор жария шартты келісім принциптерінің шектеулі қолданылуы мен сот тәжірибесінің кейбір қайшылықтарын сараптады: «техникалық мүмкіндігі жоқ» деген жалпылама сылтау немесе ішкі регламентті желеу етіп монополиялы компаниялардың абоненттерге қызмет көрсетуден бас тартуы, банк шотын ашпау, сақтандыру шартын негізсіз бұзу фактілері жиі кездеседі. Сондықтан Граждандық кодексте және салалық заңдарда қандай шарттар расында жария саналатынын айқындау және бас тартудың нақты-анықталған себептерін енгізу ұсынылады.

Цифрлық ортадағы тұтынушы құқығын қорғаудың өзекті мәселелерінің бірі - «қараңғы паттерндер» (dark patterns) және «жалған пікірлер» (fake reviews) арқылы тұтынушыны жаңылыстыру. Зерттеуде мұндай интерфейстік айла-тәсілдердің немесе көптеп жинақталған өтірік пікірлердің пайдаланушы таңдауы мен нарықтың адал бәсекелестігін бұзатыны дәлелденді. Қолданыстағы «Жарнама туралы» Заң, «Тұтынушылар құқығын қорғау туралы» Заң сынды актілер мұндай күрделі алдау формаларын тікелей қамтымайды, соның салдарынан оларды әкімшілік жауапкершілікке тарту қиын.

Темірқазықтай айқын ережелер мен терминдерді (манипулятивті интерфейс, фальшиві пікір) заңнамада бекіту және маркетплейстерді осындай әрекеттерге қарсы шараларды белсенді жүзеге асыруға міндеттеу қажеттігі туралы негізделген ұсыныстар жасады. Ферма-боттар немесе автоматтандырылған жалған пікірлер қалдырушылардың қызметін заң жүзінде қатаң шектеп, айыппұлдарды компанияның табысына проценттік байланыспен белгілеу, сол арқылы теріс пиғылды тәсілдердің экономикалық тиімсіз болуын қамтамасыз ету маңызды деп танылды.

Тұтастай алғанда, диссертациялық зерттеу нәтижелері ғылыми және тәжірибелік тұрғыда елеулі маңызға ие. Біріншіден, жұмыста тұтынушылар құқығын қорғаудың классикалық тетіктерін жетілдіру үшін нақты шешімдер беріліп, сонымен бірге цифрландыру уақытындағы жаңа сын-қатерлердің ауқымы ашылды. Екіншіден, цифрлық контенттің өзіндік құқықтық табиғатын мойындап, оны құқықтық реттеудегі олқылықтарды толықтыратын «цифрлық тауар», «цифрлық қызмет» түсініктерін заң актілеріне қосу қажеттігі дәлелденді. Үшіншіден, «смешанный» сипаттағы мәмілелерде кәсіпкерлік мүдде басым болмаса, жеке тұлғаны тұтынушы деп тану, ал «бесплатты» контентте тұтынушының жеке деректерін төлеген ақы ретінде қарастыру - ұлттық заңнаманың өзекті жаңа қағидаларына айналуы тиіс деген тұжырым жасалды.

Төртіншіден, қоғамдық маңызы бар қызметтерге (байланыс, коммуналдық, сақтандыру, банк салалары) жария шарт қағидаларын шынайы қолдану, мұндай салаларда негізсіз бас тартуға тыйым салу және субъективті сылтауларды болдырмау керектігі нақтыланды. Бесіншіден, интернеттегі манипулятивті паттерндер мен жалған пікірлерге қарсы арнайы нормалар енгізу арқылы тұтынушылардың таңдау бостандығын қорғау міндеті көкейтесті мәселе екендігі айқындалды. Автордың пайымдауынша, жоғарыда айтылған ұсыныстар мен түзетулер «Тұтынушылар құқығын қорғау туралы», «Жарнама туралы», Граждандық кодекс, КоАП және тағы басқа нормативтік актілерге енгізілген жағдайда, бір жағынан, азаматтардың құқығы мен мүддесі нығайып, екінші жағынан, әділ әрі заман талабына сай нарықтық орта қалыптасады:

Осы ұсыныстарды жүзеге асыру мемлекет, бизнес пен қоғамның цифрлық дәуірдегі өзара қарым-қатынасын жаңа деңгейге көтеріп, азаматтардың тұтынушылық қауіпсіздігін қамтамасыз етуге тікелей ықпал етеді. Диссертациядағы қорытындылар мен әзірленген нормалар ғылыми доктринаны байыта түсумен қатар, құқық қолдану тәжірбиесінің тиімділігін арттыруға, заңнаманы халықаралық озық үрдістермен үйлестіруге қызмет етеді. Зерттеу нәтижелері болашақта цифрлық сервистер мен электрондық коммерцияның құқықтық реттелуін тереңдетіп, жаһандық нарық аясында отандық тұтынушылар мүдделерін сақтау мүмкіндіктерін кеңейте береді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың «Әділетті мемлекет. Біртұтас ұлт. Берекелі қоғам» атты Қазақстан халқына Жолдауы [Электрондық ресурс] // Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты. – URL: https://www.akorda.kz/kz/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevtyn-kazakstan-halkyna-zholdauy-181416 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
2. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың «Әділетті Қазақстан: заң мен тәртіп, экономикалық өсім, қоғамдық оптимизм» атты Қазақстан халқына Жолдауы [Электрондық ресурс] // Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты. – URL: https://www.akorda.kz/kz/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevtyn-adiletti-kazakstan-zan-men-tartip-ekonomikalyk-osim-kogamdyk-optimizm-atty-kazakstan-halkyna-zholdauy-285659 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
3. «Қазақстан Республикасының құқықтық саясатының 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2021 жылғы 15 қазандағы № 674 Жарлығы. [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U2100000674 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
4. «Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2022 жылға арналған іс-қимыл бағдарламасын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2022 жылғы 25 сәуірдегі № 241 қаулысы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2200000241 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
5. «Қазақстан Республикасы Үкіметінің заң жобалау жұмыстарының 2023 жылға арналған жоспары туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2022 жылғы 29 желтоқсандағы № 1092 қаулысы. [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі.– URL: https://adilet.zan.kz/ kaz /docs/P2200001092 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
6. Квятковская, Т.Г. Проблемы совершенствования законодательства о защите прав потребителей в Республике Казахстан: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Квятковская Татьяна Григорьевна. – Алматы, 2002. – 30 с.
7.Романовская С. Ю., Мороз С. П. Защита прав потребителей / Юридическая литература: 2019 .- 528 с.
8. Идрышева, С.К. Правовые проблемы энергоснабжения в Республике Казахстан: монография / С. К. Идрышева. – Усть-Каменогорск: Издательство ВКГУ, 2000. – 172 с.
9.Идрышева Сара Кимадиевна. – Москва, 2012. – URL: https://www.dissercat.com/content/publichnyi-dogovor-v-grazhdanskom-prave-respubliki-kazakhstan-problemy-teorii-i-praktiki (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).

10. Жусупбекова, М.К. Права потребителей на получение необходимой и достоверной информации / М. К. Жусупбекова // Вестник КазНУ. Серия юридическая. – 2019. – №3 (91). – С. 128–134. – URL: https://vestnik.zqai.kz/index.php/vestnik/article/view/291/303 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
11. Нестерова, Е.В. Проблема обеспечения судебной защиты прав потребителей по законодательству РК [Электрондық ресурс] / Е. В. Нестерова // "Параграф" ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=32335219 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
12. Ахмединова, К.К. Защита прав потребителей: учебно-методическое пособие / К. К. Ахмединова. – Костанай: КГУ имени А. Байтурсынова, 2018. – 190 с. – URL: https://ksu.edu.kz/files/TB/book/jur/zawita_prav_potrebitelej.pdf (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
13. Совершенствование правовой и организационной основы обеспечения интересов потребителей и использования групповых исков для защиты имущественных прав в Республике Казахстан // URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=39581709&pos=6;-109#pos=6;-109 (жүгіну мерзімі: 02.03.2025).
14. О развитии правового понятия «потребитель» и месте норм о защите прав потребителей в системе законодательства Республики Казахстан в контексте его совершенствования (Карагусов Фархад Сергеевич, д.ю.н., профессор; Бондарев Алексей Борисович). // URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=33781791&pos=5;-109#pos=5;-109 (жүгіну мерзімі: 02.03.2025).
15. Revue internationale de droit comparé. – 2016. – Vol. 68, № 4. – URL: https://www.persee.fr/doc/ridc_0035-3337_2016_num_68_4_20744 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
16. European Contract Law and the Digital Single Market: Current Issues and New Perspectives / ed. by A. De Franceschi. – Cambridge: Cambridge University Press, 2017. – URL: https://core-prod.cambridgecore.org/core/books/abs/european-contract-law-and-the-digital-single-market/european-contract-law-and-the-digital-single-market-current-issues-and-new-perspectives/34B4FBEC2E5D05501B825A08157ADA8D (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
17. Digital fairness for consumers: Report / BEUC. – 2024. – URL: https://pure.eur.nl/ws/portalfiles/portal/139212255/BEUC-X-2024-032_Digital_fairness_for_consumers_Report.pdf (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
18. Elena Agibalova 1, Igor Ilovaysky 2, Yanina Kayl3, and Viktoria Usanova 4 «Consumer protection in the digital environment». SHS Web of Conferences. – 2021. – Vol. 108. – URL: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2021/20/shsconf_lisid2021_01002.pdf (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
19. Матвиевская Татьяна Павловна «Законодательство о защите прав потребителей СССР, стран-участниц СНГ и современной России: вопросы

преемственности». [Электрондық ресурс] https://cyberleninka.ru/article/n/zakonodatelstvo-o-zaschite-prav-potrebiteley-sssr-stran-uchastnits-sng-i-sovremennoy-rossii-voprosy-preemstvennosti (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
20. «Қазақ ССР-нің Азаматтық Кодексі» Қазақ ССР заңдар жинағы 2-том,[Электрондық ресурс] https://adilet.zan.kz/upload/zan_lib/sv_z2.pdf (жүгіну мерзімі: 27.02.2025).
21. Государственные стандарты СССР [Электрондық ресурс]. – URL: https://normativ.info/norms/gost/gost.shtm (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
22. Сюрикпаева А.О. «Қазақстанда тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңның дамуы мен қалыптасуы» // Қазақстанның ғылымы мен өмірі. № 12/1, 2020. 184-189 бб. https://www.naukaizhizn.kz/index.php/journal/article/view/219/129
23.РОО «Национальная лига потребителей». История создания [Электрондық ресурс]. – URL: https://potrebitel.kz/?page_id=561 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
24. «Тұтынушылардың праволарын қорғау туралы» Қазақ Советтік Социалистік Республикасының 1991 жылғы 5 маусымдағы Заңы. Күші жойылды - Қазақстан Республикасының 2010 жылғы 4 мамырдағы N 274-IV Заңымен. [Электрондық ресурс] // «Әділет»- Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z910003400_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
25. «Сауда ережелерін бұзғаны және тұтынушылардың хұқықтарына қысым жасағаны үшін жауапкершілікті күшейту туралы» Қазақстан Республикасы Министрлер Кабинетінің қаулысы 25 ақпан 1993 ж. N 152. Күші жойылды - Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2010 жылғы 18 тамыздағы № 821 Қаулысымен [Электрондық ресурс] // "Әділет"- Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P930000152_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
26. «Тұтынушылар құқығын қорғау жөніндегі ведомствоаралық кеңес туралы: Қазақстан Республикасы Министрлер Кабинетінің Қаулысы» 1995 жылғы 11 қаңтардағы N 33. Күші жойылды - ҚР Үкіметінің 2005 жылғы 9 ақпандағы N 124 қаулысымен [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P950000033_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
27. «Тұтынушылар құқығын қорғау жөніндегі жұмысты жандандыру туралы» Қазақстан Республикасы Министрлер Кабинетінің Қаулысы 1995 жылғы 22 маусымдағы N 864. Күші жойылды - ҚР Үкіметінің 2005 жылғы 9 ақпандағы N 124 қаулысымен [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P950000864_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
28. «Соттардың моральдық залалдың орнын толтыру жөніндегі заңды қолдануы туралы» Қаулы Қазақстан Республикасы Жоғарғы Соты Пленумы

1995 жылғы 22 желтоқсан N 10. Күші жойылды - Қазақстан Республикасы Жоғарғы Сотының 2001.06.21. N 3 қаулысымен [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P95000010S_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
29. «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңнаманы соттардың қолдану практикасы туралы» 1996 жылғы 25 шілдедегі № 7 Қазақстан Республикасы Жоғарғы Сотының нормативтік қаулысы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P96000007S_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
30. «Қазақстан Республикасында тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі құқықтық базаны жетілдіру мәселелері» Қазақстан Республикасы Премьер-Министрінің өкімі 1999 жылғы 21 қазан № 151-ө [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/R990000151_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
31. «Сақтандыру қызметі туралы» Қазақстан Республикасының 2000 жылғы 18 желтоқсандағы № 126 Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z000000126_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
32. «Электрмен жабдықтаудың үлгілік шартын бекіту туралы» 2004 жылғы 9 шілдедегі № 588-II. Күші жойылды - Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2015 жылғы 21 тамыздағы № 657 қаулысымен [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K090000193_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
33. «Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы» Қазақстан Республикасының 2009 жылғы 18 қыркүйектегі № 193-IV Кодексі. Күші жойылды - Қазақстан Республикасының 2020 жылғы 7 шілдедегі № 360-VI Кодексімен [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K090000193_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
34. «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Қазақстан Республикасының 2010 жылғы 4 мамырдағы № 274-IV Заңы (2024.08.06. берілген өзгерістер мен толықтырулармен) [Электрондық ресурс] // Параграф ақпараттық жүйесі. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30711870 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
35. «Қазақстан Республикасы Тұтынушылардың құқықтарын қорғау агенттігі туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2013 жылғы 13 қарашадағы № 691 Жарлығы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1300000691 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).

36. «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне уәкілетті мемлекеттік органдар мен Қазақстан Республикасы Үкіметінің тексерілетін субъектілерге қойылатын талаптарды белгілейтін нормативтік құқықтық актілерді қабылдау құзыреттерін қайта қарау мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Қазақстан Республикасының 2011 жылғы 5 шілдедегі № 452-IV Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1100000452/history (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
37. «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне мемлекеттік басқару жүйесін одан әрі жетілдіру мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Қазақстан Республикасының 2014 жылғы 7 қарашадағы № 248-V Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1400000248 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
38. «Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитеті туралы ережені бекіту туралы» Қазақстан Республикасының Ұлттық экономика министрінің 2014 жылғы 3 қазандағы № 43 бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2014 жылы 8 қазанда № 9783 тіркелді. Күші жойылды - Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің 2017 жылғы 12 сәуірдегі № 153 бұйрығымен [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V1400009783 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
39. «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне кәсіпкерлік мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 29 қазандағы № 376-V Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1500000376 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
40. «Қазақстан Республикасының Дүниежүзілік сауда ұйымына кіруі туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 1996 жылғы 19 ақпандағы № 211 Қаулысы. Күші жойылды – ҚР Үкіметінің 2001.11.01. № 1388 қаулысымен [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P960000211_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
41. «Еуразиялық экономикалық одақ туралы шартты ратификациялау туралы» Қазақстан Республикасының 2014 жылғы 14 қазандағы № 240-V Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1400000240 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
42. «Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Табиғи монополияларды реттеу, бәсекелестікті және тұтынушылардың құқықтарын

қорғау комитеті туралы ережені бекіту және Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің кейбір бұйрықтарының күші жойылды деп тану туралы» Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің 2017 жылғы 12 сәуірдегі № 153 бұйрығы. Күші жойылды – Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің 2019 жылғы 29 шілдедегі № 190 бұйрығымен [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/G17NT000153 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
43. «Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Табиғи монополияларды реттеу комитеті туралы ережені бекіту және Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің кейбір бұйрықтарының күші жойылды деп тану туралы» Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің 2019 жылғы 29 шілдедегі № 190 бұйрығы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/G19NT000190 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
44. «Қазақстан Республикасының мемлекеттік басқару жүйесін одан әрі жетілдіру жөніндегі шаралар туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2019 жылғы 17 маусымдағы № 17 Жарлығы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U190000017U/history (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
45. «Қазақстан Республикасының мемлекеттік басқару жүйесін одан әрі жетілдіру жөніндегі шаралар туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2019 жылғы 17 маусымдағы № 17 және 2019 жылғы 1 шілдедегі № 46 жарлықтарын іске асыру жөніндегі шаралар туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 10 шілдедегі № 497 қаулысы [Электрондық ресурс] // «Әділет»- Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі.– URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000497/history (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
46. «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Қазақстан Республикасының 2020 жылғы 25 маусымдағы № 346-VI Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z2000000346 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
47. «Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік кодексі» Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 29 қазандағы № 375-V Кодексі [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1500000375 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
48. «Әкімшілік құқық бұзушылық туралы» Қазақстан Республикасының 2014 жылғы 5 шілдедегі № 235-V Кодексі [Электрондық ресурс] // «Әділет» -

Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1400000235 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
49. «Қазақстан Республикасының Конституциясы» 1995 жылы 30 тамызда республикалық референдумда қабылданған [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K950001000_/links (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
50. «Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі (жалпы бөлім)» Қазақстан Республикасының 1994 жылғы 27 желтоқсандағы № 268-XIII Кодексі [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі.– URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K940001000_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
51. «Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі (ерекше бөлім)» Қазақстан Республикасының 1999 жылғы 1 шілдедегі № 409 Кодексі [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K990000409_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
52. «Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы» Қазақстан Республикасының 2020 жылғы 7 шілдедегі № 360-VI Кодексі [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі.– URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K2000000360 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
53. «Қазақстан Республикасының Қылмыстық кодексі» Қазақстан Республикасының 2014 жылғы 3 шілдедегі № 226-V Кодексі [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1400000226 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025)
54. «Сауда қызметін реттеу туралы» Қазақстан Республикасының 2004 жылғы 12 сәуірдегі N 544 Заңы. [Электрондық ресурс]. URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z040000544_ (жүгіну мерзімі: 08.03.2025).
55. «Жарнама туралы» Қазақстан Республикасының 2003 жылғы 19 желтоқсандағы № 508 Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі.– URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z030000508_(жүгіну мерзімі: 08.03.2025).
56. «Техникалық реттеу туралы» Қазақстан Республикасының 2020 жылғы 30 желтоқсандағы № 396-VI Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z2000000396 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
57. «Тамақ өнімдерінің қауіпсіздігі туралы» Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 21 шілдедегі № 301 Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-

құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z070000301_ (жүгіну мерзімі: 07.04.2025).
58. «Байланыс туралы» Қазақстан Республикасының 2004 жылғы 5 шілдедегі № 567 Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z040000567_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
59. «Электр энергетикасы туралы» Қазақстан Республикасының 2004 жылғы 9 шілдедегі № 588 Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z040000588_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
60. «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Қазақстан Республикасының 2001 жылғы 13 маусымдағы № 211 Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z010000211_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
61. «Қазақстан Республикасының Азаматтық процестік кодексі» Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 31 қазандағы № 377-V Кодексі [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1500000377 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
62. «Төрелік туралы» Қазақстан Республикасының 2016 жылғы 8 сәуірдегі № 488-V Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1600000488 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
63. «Өзін-өзі реттеу туралы» Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 12 қарашадағы № 390-V Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1500000390 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
64. «Медиация туралы» Қазақстан Республикасының 2011 жылғы 28 қаңтардағы № 401-IV Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1100000401 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
65 «Онлайн-платформалар және онлайн-жарнама туралы» Қазақстан Республикасының 2023 жылғы 10 шілдедегі № 18-VIII Заңы [Электрондық ресурс] // "Әділет" - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі.– URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z2300000018 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
66. «Дербес деректер және оларды қорғау туралы» Қазақстан Республикасының 2013 жылғы 21 мамырдағы № 94-V Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL:

https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1300000094/z13094.htm (жүгіну мерзімі: 10.03.2025).
67. «Ақпараттандыру туралы» Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 24 қарашадағы № 418-V Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1500000418 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
68. «Әлеуметтік маңызы бар азық-түлік тауарларының тізбесін бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Премьер-Министрінің орынбасары – Сауда және интеграция министрінің 2023 жылғы 11 мамырдағы № 166-НҚ бұйрығы, ҚР ӘМ-де 2023 жылғы 12 мамырда № 32474 болып тіркелді [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2300032474/links (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
69. «Ішкі сауда қағидаларын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің 2015 жылғы 27 наурыздағы № 264 бұйрығы. ҚР ӘМ-де 2015 жылғы 25 мамырда № 11148 тіркелген [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V1500011148/history (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
70. «Туристік қызметтер көрсету қағидаларын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Инвестициялар және даму министрінің 2015 жылғы 30 қаңтардағы № 80 бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2015 жылы 31 наурызда № 10590 тіркелді. [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V1500010590 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
71. «Тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың бірыңғай ақпараттық жүйесін қалыптастыру, жүргізу және пайдалану жөніндегі қағидаларын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Сауда және интеграция министрінің 2020 жылғы 15 желтоқсандағы № 293-НҚ бұйрығы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2000021800 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
72. «Білім беру және балалардың құқықтарын қорғау саласында арнаулы әлеуметтік қызметтер көрсету стандарттарын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Оқу-ағарту министрінің 2023 жылғы 12 маусымдағы № 165 бұйрығы. [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2300032760 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
73.«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы Қазақстан Республикасы заңнамасының сақталуын тексеру парағын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Сауда және интеграция министрінің және Қазақстан Республикасы Бас прокурорының 2024 жылғы 4 маусымдағы № 236-нқ және 2024 жылғы 10 маусымдағы № 32 бірлескен бұйрығы [Электрондық ресурс]

// «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2400034478/info (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
74. «Сәйкестікті бағалау қағидаларын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Сауда және интеграция министрінің м.а. 2021 жылғы 29 маусымдағы № 433-НҚ бұйрығы. [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2100023364 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
75. «Қазақстан Республикасының әкімшілік рәсімдік-процестік кодексі» Қазақстан Республикасының 2020 жылғы 29 маусымдағы № 350-VI Кодексі [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K2000000350 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
76. «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңнаманы соттардың қарау практикасы туралы» Қазақстан Республикасы Жоғарғы Сотының 1996 жылғы 25 шілдедегі № 7 Нормативтік қаулысы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P96000007S_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
77. «Соттардың моральдық зиянды өтеу жөніндегі заңнаманы қолдануы туралы» Қазақстан Республикасы Жоғарғы Сотының 2015 жылғы 25 маусымдағы № 7 нормативтік қаулысы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P150000007S (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
78. Главное правило хорошей покупки: как новый закон защитит покупателей от обмана и брака [Электрондық ресурс] // Zakon.kz. – URL: https://www.zakon.kz/sovety-yurista/6408114-glavnoe-pravilo-khoroshey-pokupki-kak-novyy-zakon-zashchitit-pokupateley-ot-obmana-i-braka.html (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
79. «Қазақстан Республикасының әлеуметтік кодексі» Қазақстан Республикасының 2023 жылғы 20 сәуірдегі № 224-VII Кодексі [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K2300000224 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
80. ҚР Сауда және интеграция министрінің баяндамасы, 2024 жылғы 4 қыркүйек [Электрондық ресурс] // Қазақстан Республикасының Үкіметі. – URL:https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/press/article/details/179164?lang=kk (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
81. Марракешское соглашение об учреждении Всемирной торговой организации [Электрондық ресурс] // Всемирная организация интеллектуальной собственности. – URL: https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/ru/wto01/trt_wto01_001ru.pdf(жүгіну мерзімі: 07.03.2025).

82. 1994 жылғы 15 сәуірдегі Дүниежүзілік сауда ұйымын құру туралы Марракеш келісіміне Қазақстан Республикасының қосылуы туралы хаттаманы ратификациялау туралы: Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 12 қазандағы № 356-V Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1500000356/history (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
83. «Санитариялық және фитосанитариялық шараларды қолдану» туралы Келісім [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/M9400000320 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
84. «Тәуелсіз Мемлекеттер Достастығына қатысушы мемлекеттердің тұтынушылар құқықтарын қорғау саласындағы ынтымақтастығының негізгі бағыттары туралы келісімді бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2000 жылғы 4 тамыздағы N 1197 қаулысы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P000001197_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
85. Руденко, Е.Ю. Юридическое лицо как потребитель по договору розничной купли-продажи / Е. Ю. Руденко, В. С. Григорян // Научный журнал КубГАУ. – 2015. – №111. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/yuridicheskoe-litso-kak-potrebitel-po-dogovoru-roznichnoy-kupli-prodazhi (жүгіну мерзімі: 31.10.2023).
86. Тужилова-Орданская, Е.М. К вопросу о защите прав потребителей / Е. М. Тужилова-Орданская // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2012. – № 12. – С. 88–91.
87. Плаксин, Д.А. Сравнение подходов к концепции защиты прав потребителей / Д. А. Плаксин, И. Д. Разин, А.Л. Белоусов // Российский журнал ресурсов, консервации и рециклинга. – 2023. – Т. 10. – № 1. – URL: https://resources.today/PDF/20ECOR123.pdf. – DOI: 10.15862/20ecor123 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
88. Осипова, Е. Защита прав потребителей в России: к 30-летию антимонопольного органа Российской Федерации (Обзор) / Е. Осипова // Социальные новинки и общественные науки. – 2020. – URL: https://doi.org/10.31249/SNSN/2020.02.07 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
89. Koos, S. Consistency and Law Comparison in Consumer Protection Law Design in the Light of the Socially Responsible Market Economy Approach / S. Koos // Indonesian Journal of Economics, Social, and Humanities. – 2021. – Vol. 3. – № 2. – P. 97-104. – URL: https://doi.org/10.31258/ijesh.3.2.97-104 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
90. Марченкова, Л. Приоритетные направления и инновационные модели развития потребительского рынка в условиях новой индустриализации (на примере Орловской области) / Л. Марченкова, Е. Самородова, Н. А. Бондарева // Материалы 2-й Международной научной конференции "Новая индустриализация: Глобальное, национальное, региональное измерение

(SICNI 2018). – 2019. – URL: https://doi.org/10.2991/SICNI-18.2019.105 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025)
91. Jie, B. Brief Discussion on the Legal Perfection of the Definition of Consumers / B. Jie // Journal of Tianjin Vocational Institutes. – 2011. – URL: https://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTotal-TJZJ201103024.htm (жүгіну мерзімі: 17.02.2025).
92. Surikpaeva, A. O. «Problems of improving the legal mechanism for consumer protection and prospects for development.» ҚазҰУ Хабаршысы. Заң сериясы, 96(4), 58–64. https://doi.org/10.26577/JAPJ.2020.v96.i4.07
93. Danieli, D. Jurisdiction in Contractual Matters under the Brussels Ia Regulation: Where do Mixed Contracts Stand? / D. Danieli // Freedom, Security & Justice: European Legal Studies. – 2017. – № 2. – P. 102-113. – URL: https://doi.org/10.14273/UNISA-912 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
94. Schebesta, H. Island or Ocean: Empirical Evidence on the Average Consumer Concept in the UCPD / H. Schebesta, K. Purnhagen // European Review of Private Law. – 2020. – URL: https://doi.org/10.54648/erpl2020015 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
95. Безбородов, А.Ю. Проблемные вопросы трактовки понятия "потребитель" в законодательстве Европейского союза и практике Европейского суда / А. Ю. Безбородов // Международное право и международные организации. – 2023. – № 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemnye-voprosy-traktovki-ponyatiya-potrebitel-v-zakonodatelstve-evropeyskogo-soyuza-i-praktike-evropeyskogo-suda (жүгіну мерзімі: 06.07.2024).
96. Digital Rating 2023 (Рейтинг соблюдения цифровых прав цифровыми платформами Казахстана) [Электрондық ресурс]. URL: https://digitalrights.kz/wp-content/uploads/Ranking-2023-Rus.pdf (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
97. Jang, S. Clarification of consumer concept for consumer protection / S. Jang // LAW RESEARCH INSTITUTE CHUNGBUK NATIONAL UNIVERSITY. – 2022. – URL: https://doi.org/10.34267/cblj.2022.33.2.223 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
98. Chatzidakis, A. Психосоциальный подход к потребительской этике / A. Chatzidakis, D. Shaw, M. Allen // Journal of Consumer Culture. – 2018. – № 21. – P. 123–145. – URL: https://doi.org/10.1177/1469540518773815 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
99. Зарубина, В.Р. Развитие малого и среднего предпринимательства Республики Казахстан в условиях перехода от ресурсной к инновационно ориентированной экономике / В. Р. Зарубина // "Туран"- университетінің хабаршысы. – URL: https://vestnik.turan-edu.kz/jour/article/view/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
100. Bezborodov, A. Legal Uncertainties in Interpretation of the Term 'Consumer' in the Legislation of European Union and the Practice of European Court / A. Bezborodov // Международное право и международные организации /

International Law and International Organizations. – 2023. – URL: https://doi.org/10.7256/2454-0633.2023.3.39698 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
101. German Civil Code BGB § 13. Consumers [Электрондық ресурс]. – URL: https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_bgb/englisch_bgb.html#p0050 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
102. Howells, G. Consumer law in its international dimension / G. Howells, I. Ramsay, T. Wilhelmsson // Handbook of Research on International Consumer Law. – 2010. – P. 1-17. – URL: https://doi.org/10.4337/9781785368219.00006 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
103. Закон Китайской Народной Республики о защите прав и интересов потребителей [Электрондық ресурс] // Всекитайское собрание народных представителей. – URL: http://www.npc.gov.cn/zgrdw/englishnpc/Law/2007–12/12/content_1383812.htm (жүгіну мерзімі: 25.08.2024).
104. Дж. Грубер против Бэй Ва АГ (Дело C-464/01): Решение [Электрондық ресурс] // Суд Европейского союза. – URL: https://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf;jsessionid=7E9D71F2D1C130141421963F093145E7?text=&docid=49857&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2641962 (жүгіну мерзімі: 25.08.2024).
105. Регламент № 593/2008 Европейского парламента и Совета Европейского Союза "О праве, подлежащем применению к договорным обязательствам ("Рим I")" [Электрондық ресурс]: принят в г. Страсбурге 17.06.2008 // Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики". – URL: https://pravo.hse.ru/intprilaw/doc/040001 (жүгіну мерзімі: 10.09.2024).
106. Зарубина, Э.А. Квалификация понятия потребителя в законодательстве Российской Федерации, Европейского союза и Китая [Электрондық ресурс]// Юридические науки.–2024. – № 3. URL: https://jurnauka.ru/upload/iblock/c95/oborm634gtigv418eb7nc1fsd2t5wbdt/%D0%AE%D0%9D%20%E2%84%963%202024.pdf (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
107. JA против Wurth Automotive GmbH. Дело C-177/22 [Электрондық ресурс] // EUR-Lex. – URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A62022CJ0177&qid=1700984855457 (жүгіну мерзімі: 02.09.2024).
108. ЛПХ необходим официальный статус [Электрондық ресурс] // Казахстанская правда. – 2024. – 10 апреля. – URL: https://kazpravda.kz/n/lph-neobhodim-ofitsialnyy-status/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
109. Кузьмина, А.В. «Формирование доктрины защиты слабой стороны в договорном праве» / А. В. Кузьмина // Вестник Пермского Университета. Юридические науки. – 2019. – № 46. – С. 698–727. – DOI: 10.17072/1995–4190-2019-46-698-727.
110. Raymond Saleilles, Le contrat d'adhésion (1re partie) | La base Lextenso [Электрондық ресурс]. – URL: https://www.labase-lextenso.fr/revue-des-contrats/RDCO2012-1-038 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
111. Thal, S. The inequality of bargaining power doctrine: the problem of defining contractual unfairness / S. Thal // Oxford Journal of Legal Studies. – 1988. – Vol. 8. – P. 17-33. – DOI: 10.1093/OJLS/8.1.17.

112. Barnhizer, D. Inequality of Bargaining Power / D. Barnhizer // University of Colorado Law Review. – 2004. – Vol. 76. – P. 139-241.
113. Новицкий, И.Б. Принцип доброй совести в проекте обязательственного права / И. Б. Новицкий // Вестник гражданского права. – 2006. – № 1. – С. 124–181.
114. Grebieniow, A. Remedies for Inequality in Exchange: Comparative Perspectives for the Evolution of the Law in the 21st Century [Электрондық ресурс]. SSRN, 16 Feb 2019. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3328131 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
115. Ge, J. The Concept of Consumer Contract. A Comparative Analysis of Policing Consumer Contracts in China and the EU / J. Ge. – 2019. – DOI: 10.1007/978-981-13-2989-0_3.
116. Yong-Bao, L. On the Legal Analysis of the Concept of Consumer / L. Yong-Bao // Journal of Southwest University of Political Science and Law. – 2011.
117. Yu-Wen, Q. Limiting Consumer Rights from the Angle of Law / Q. Yu-Wen // Modern Law Science. – 2012.
118. Bisping, C. Mandatorily Protected: The Consumer in the European Conflict of Laws / C. Bisping // European Review of Private Law. – 2014. – DOI: 10.54648/erpl2014041.
119. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2016 N 7 (ред. от 22.06.2021) "О применении судами некоторых положений Гражданского кодекса Российской Федерации об ответственности за нарушение обязательств" [Электрондық ресурс] // Consultant.ru. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_195783/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
120. Тужилова-Орданская, Е.М. Несправедливые договорные условия в гражданском праве России и зарубежных стран / Е. М. Тужилова-Орданская, Е. В. Федулина // Юридический вестник Самарского университета. – 2020. – Т. 6, № 1. – С. 130–135.
121. Directive (EU) 2019/770 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content and digital services [Электрондық ресурс] // EUR-Lex. – URL: https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/770/oj/eng (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
122. Syurikpayeva, A.O. Comparative analysis of issues of the legal mechanism of consumer protection in Kazakhstan and foreign countries based on the norms of sustainable development / A.O. Syurikpayeva, Z.O. Omirali, N.E. Baigelova, S.A. Yntymakov, E.B. Kurmanaliyeva // RIVISTA DI STUDI SULLA SOSTENIBILITA. – 2022. – № 2. – P. 187-201. – DOI: 10.3280/riss2021-002014.
123. Syurikpayeva A.O. «Some consumer protection issues in electronic commerce» Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің хабаршысы. Заң сериясы, № 2(114),2025, 95-104 б. https://bulletin-law.kaznu.kz/index.php/journal/article/view/3332/2512
124. Рекомендации ОЭСР в отношении защите потребителей в случае электронной торговли [Электрондық ресурс] // Глобальный центр НИУ

ВШЭ. – 2023. – Қол жеткізу мерзімі: https://globalcentre.hse.ru/news/219582221.html (жүгіну мерзімі: 09.03.2025).
125. ODR-платформы (Online Dispute Resolution platforms) — бұл дауларды сот тәртібінен тыс шешу үшін интернет технологияларын пайдаланатын цифрлық құралдар. Ол жерде медиация, арбитраж және келіссөздер тетіктері толығымен онлайн режимінде жүзеге асырылады, мұндай платформалар әсіресе электрондық коммерция мен трансшекаралық мәмілелер саласында туындайтын дауларға қатысты жүргізіледі. [Электрондық ресурс] // Портал GOV.SI. – URL: https://www.gov.si/en/topics/resolution-of-consumer-disputes / (жүгіну мерзімі: 17.05.2025).
126. Чен Ю., Ли М., Сонг Дж., Ма С., Цзян Ю., Ву С., Чен Г.Л. Исследование тенденций трансграничной электронной коммерции: на основе картирования знаний и анализа литературы // Frontiers in Psychology. – 2022. – Т. 13. – С. 1009216. – DOI: 10.3389/fpsyg.2022.1009216.
127. Родионова, А.А. Международное частное право и защита прав потребителей в международной торговле / А. А. Родионова // Океанский менеджмент. – 2024. – № 1 (24). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnoe-chastnoe-pravo-i-zaschita-prav-potrebiteley-v-mezhdunarodnoy-torgovle (жүгіну мерзімі: 05.09.2024).
128. Закон о защите прав потребителей усовершенствуют в Казахстане [Электрондық ресурс] // Zakon.kz. – 2024. – 4 сентября. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=37179979 (жүгіну мерзімі: 18.04.2025).
129. Отчет по проведению социологического исследования по вопросам защиты прав потребителей методом "социальный опрос" [Электрондық ресурс] / Комитет по защите прав потребителей Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан. – 2021. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36632058&pos=35 (жүгіну мерзімі: 15.05.2025).
130. В Казахстане планируется усовершенствование закона о защите прав потребителей [Электрондық ресурс] // Ақпараттық портал CDB.KZ. – 2024. – 5 қыркүйек. – URL: https://cdb.kz/sistema/novosti/v_kazakhstane_planiruetsya_usovershenstvovanie_zakona_o_zashchite_prav_potrebiteley/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
131. Методические рекомендации по спорам, в которых законом предусмотрен внесудебный и обязательный досудебный порядок [Электрондық ресурс] / Судебная коллегия по гражданским делам Верховного Суда Республики Казахстан. – 2023. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=34961962&pos=6 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
132. § 15a EGZPO [Электрондық ресурс] // dejure.org. – URL: https://dejure.org/gesetze/EGZPO/15a.html (жүгіну мерзімі: 07.03.2025)
133. Prutting, H. Wahrheit und Gerechtigkeit durch den Zivilprozess? / H. Prutting // Ritsumeikan Law Review. – 2015. – № 32. – P. 71-82. – URL:

https://www.ritsumei.ac.jp/acd/cg/law/lex/rlr32/prutting.pdf (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
134. Exploration of Making the Mediation in Advance System in Article 125 of Chinese Civil Procedure Law Mandatory and Comment on the German Pre-litigation Mandatory Mediation System [Электрондық ресурс]. – URL: https://madison-proceedings.com/index.php/aehssr/article/view/2342/2430 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
135. Статья 13. Ответственность изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) за нарушение прав потребителей [Электрондық ресурс] // КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/5311cc4c47a088e5ebc6a23b15f59fa70221f8ce/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
136. О защите прав потребителей: Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 года № 90-З (берілген өзгерістер мен толықтырулармен 22.04.2024 г.) [Электрондық ресурс] // https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10200090
137. Law of Georgia on Consumer Rights Protection [Электрондық ресурс] // The Legislative Herald of Georgia. – URL: https://matsne.gov.ge/ru/document/view/5420598?publication=0 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
138. Цена боли: как работает компенсация морального вреда в Казахстане [Электрондық ресурс] // Liter.kz. – 2024. – 30 ноября. – URL: https://liter.kz/tsena-boli-kak-rabotaet-kompensatsiia-moralnogo-vreda-v-kazakhstane-1732891931/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
139. Сот «SKAT» әуе компаниясы жолаушысына келтірілген зиянды өтеуге қатысты шешім шығарды [Электрондық ресурс] // Қазақстан Республикасы Жоғарғы Соты. – URL: https://sud.kz/kaz/news/sot-skat-ue-kompaniyasy-zholaushysyna-keltirilgen-ziyandy-oteuge-katysty-sheshim-shygardy (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
140. В Астане мужчина отсудил моральную компенсацию за неоткрытую визу в Китай [Электрондық ресурс] // Zakon.kz. – 2023. – 6 сентября. – URL: https://www.zakon.kz/5395519-v-astane-muzhchina-otsudil-moralnuyu.html (жүгіну мерзімі: 05.03.2025).
141. Обзор судебной практики по компенсации морального вреда [Электрондық ресурс] // Блог "Қасиет". – 2011. – 12 октября. – URL: https://kkassiyet.wordpress.com/2011/10/12/%D0%BE%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80-%D1%81%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8-%D0%BF%D0%BE-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D1%81%D0%B0%D1%86/comment-page-1/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
142. Жизнь пациента в РК оценивают в сумму от 300 тыс. до 1 млн тенге [Электрондық ресурс] // Forbes.kz. – URL:

https://forbes.kz/articles/skolko_stoit_jizn_patsienta_v_kazahstane (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
143. "Punitive damages" или откуда берутся многомиллионные судебные решения в США? [Электрондық ресурс] // Pravo.ru. – URL: https://blog.pravo.ru/blog/2199.html (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
144. Как справедливо и законно взыскать моральный вред? [Электрондық ресурс] // Zakon.kz. – 2024. – 12 августа. – URL: https://www.zakon.kz/sovety-yurista/6444717-kak-spravedlivo-i-zakonno-vzyskat-moralnyy-vred.html (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
145. Сот талапкердің талабын қанағаттандырудан бас тартты [Электрондық ресурс] // Риддер қалалық сотының баспасөз қызметі. – URL: https://vko.sud.kz/kaz/news/sot-talapkerdin-talabyn-kanagattandyrudan-bas-tartty (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
146. Қазақстан Республикасының Жоғарғы сотының бюллетені [Электрондық ресурс]. – № 6. – URL: https://sud.gov.kz/kaz/kategoriya/zhs-byulleteni (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
147. Pain and suffering [Электрондық ресурс] // Legal Information Institute. – URL: https://www.law.cornell.edu/wex/pain_and_suffering (жүгіну мерзімі: 10.03.2025).
148. Legal Myths: The McDonald's "Hot Coffee" Case [Электрондық ресурс] // Public Citizen. – URL: https://www.citizen.org/article/legal-myths-the-mcdonalds-hot-coffee-case/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
149. Аналитическая справка и рекомендации по результатам анализа некоторых законодательных актов по вопросам возмещения морального вреда и практики его применения [Электрондық ресурс] // Адам құқықтары мен заңдылықты сақтау жөніндегі Қазақстан халықаралық бюросы – URL: https://bureau.kz/analiz/kommentarii_i_zaklyucheniya/spravka_i_rekomendacii__po_rezultatam_analiza_po_voprosam_vozmesheniya_moralnogo_vreda/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
150. Laviņš, A. Compensation for moral damages in civil cases [Электрондық ресурс] / A. Laviņš // Satversmes tiesa. – 2019. – 26 сентября. – URL: https://www.satv.tiesa.gov.lv/en/runas-un-raksti/compensation-for-moral-damages-in-civil-cases/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
151. Hanns Prutting, Koln [79-90]. smd [Электрондық ресурс]. – URL: https://www.ritsumei.ac.jp/acd/cg/law/lex/rlr32/prutting.pdf (жүгіну мерзімі: 03.03.2025).
152. Жоғарғы Сот тұтынушылардың құқықтарын қалпына келтірді [Электрондық ресурс] // Қазақстан Республикасы Жоғарғы Соты.– 12 қаңтар 2024 жыл. – URL: https://sud.gov.kz/kaz/news/zhogargy-sot-tutynushylardyn-kukyktaryn-kalpyna-keltirdi (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
153. US supreme court will not hear J&J talc appeal [Электрондық ресурс] // Reuters. – 2021. – 1 июня. – URL: https://www.chemistryworld.com/news/us-supreme-court-will-not-hear-jandj-talc-appeal/4013805.article (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).

154. Rule 23. Class Actions [Электрондық ресурс] // Federal Trade Commission. – URL: https://www.law.cornell.edu/rules/frcp/rule_23 (жүгіну мерзімі: 12.04.2025).
155. Consumer extremism [Электрондық ресурс]. – URL: https://sudohod.info/consumer-extremism/ (жүгіну мерзімі: 03.03.2025).
156. Верховный суд призвал увеличить размеры компенсаций морального вреда [Электрондық ресурс] // Российская газета. – 2023. – 21 ақпан. – URL: https://rg.ru/2023/02/21/obidiat-i-zaplatiat.html (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
157. Александр Заблоцкис "Punitive damages" или откуда берутся многомиллионные судебные решения в США? [Электрондық ресурс] // URL: https://blog.pravo.ru/blog/2199.html (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
158. Статья 151. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) [Электрондық ресурс] // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
159. Сюрикпаева А.О. Қазақстандағы тұтынушылардың құқығын қорғау туралы заңнаманың даму болашағы // Қазақстан Республикасының еңбек сіңірген қайраткері, заң ғылымдарының докторы, профессор Өмірәлі Шакарапұлы Жалаиридің 80-жылдық мерейтойына орай өткізіліп отырған «Жаңа Қазақстанның құрылысы: саяси құқықтық, экономикалық және әлеуметтік-мәдени негіздері» атты тақырыптағы халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның материалдары/ жауапты редактор. Г.А. Алибаева. – Алматы : АО "Алматы-Болашак", 2022. – 325-328 бб. – ISBN 978-601-7646-54-7.
160. «Жеке және заңды тұлғалардың өтініштерін қарау тәртібі туралы» Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 12 қаңтардағы N 221 Заңы. Күші жойылды - Қазақстан Республикасының 2020 жылғы 29 маусымдағы № 350-VI ҚРЗ Кодексімен [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z070000221_ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
161. Отказ в открытии банковских счетов [Электрондық ресурс] // Zakon.kz. – 2018. – 17 июля. – URL: https://www.zakon.kz/4927119-otkaz-v-otkrytii-bankovskikh-schetov.html (жүгіну мерзімі: 05.03.2025).
162. Отказ от продажи товара // Veto.kz. – URL: https://veto.kz/index.php?option=com_sppagebuilder&view=page&id=105 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
163. Кто поможет казахстанцам решить спор со страховой компанией до суда // Ақпараттық портал «Страхование сегодня». – URL: https://www.insur-info.ru/press/188980/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
164. «Қазақстан Республикасындағы банктер және банк қызметі туралы» 1995 жылғы 31 тамыздағы N 2444 Заңы (в ред. от 20.01.2025) [Электрондық ресурс] // "Kodeksy-kz" ақпараттық-құқықтық жүйе. – URL: https://kodeksy-kz.com/o_bankah_i_bankovskoj_deyatel_nosti.htm (жүгіну мерзімі: 06.03.2025).

165. «Көлік құралдары иелерінің азаматтық-құқықтық жауапкершілігін міндетті сақтандыру туралы» Қазақстан Республикасының 2003 жылғы 1 шілдедегі N 446 Заңы [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z030000446_ (жүгіну мерзімі: 10.03.2025).
166. «Көлік құралдары иелерінің азаматтық-құқықтық жауапкершілігін міндетті сақтандыру ережесі» Акционерлік қоғамы «НОМАД ИНШУРАНС» Сақтандыру Компаниясы 27.03.2023 [Электрондық ресурс] // – URL: https://nomad.kz/kz/rules/obyazatelnye/ogpo-vts/ (жүгіну мерзімі: 06.03.2025).
167. «Міндетті әлеуметтік медициналық сақтандыру туралы» Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 16 қарашадағы № 405-V Заңы (2025.14.09. берілген өзгерістер мен толықтырулармен) [Электрондық ресурс] // – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=39131293 (жүгіну мерзімі: 06.03.2025).
168. «Алкоголь өнімдерін, алкогольсіз өнімдерді және ыдыстарға құйылған ауыз суды өндіру объектілеріне, алкоголь өнімдерін, алкогольсіз өнімдерді және ыдыстарға құйылған ауыз суды өндіру және сақтау шарттарына қойылатын санитариялық-эпидемиологиялық талаптар» санитариялық қағидаларын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрінің 2021 жылғы 23 қарашадағы № ҚР ДСМ - 123 бұйрығы. [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2100025366 (жүгіну мерзімі: 06.03.2025).
169. Публичный договор в гражданском праве Республики Казахстан [Электрондық ресурс] : автореферат дис. ... канд. юрид. наук. – URL: https://lawtheses.com/publichnyy-dogovor-v-grazhdanskom-prave-respubliki-kazahstan (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
170. Публичный договор и договор присоединения: в чем разница? [Электрондық ресурс] / К. Плотникова, Н. Ирзабеков. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36392150 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
171. «Преддоговорные отношения» [Электрондық ресурс] / Сулейменов М.К. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=32765005 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
172. Reform of the French Law Governing Security Interests: Order dated March 23, 2006 // Soulier Avocats Strategic Lawyering. – URL: https://www.soulier-avocats.com/en/reform-of-the-french-law-governing-security-interests-order-dated-march-23-2006/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
173. Кодекс прав потребителей (в редакции от 01.03.2015 г.), Франция // WIPO Lex. – URL: https://www.wipo.int/wipolex/ru/legislation/details/14672 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
174. Refus de vente // economie.gouv.fr. – URL: https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/les-fiches-pratiques/refus-de-vente (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).

175. Kontrahierungszwang einfach erklärt // buchhaltung-einfach-sicher.de. – URL: https://www.buchhaltung-einfach-sicher.de/bwl/kontrahierungszwang (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
176. Basiskonto // BaFin. – URL: https://www.bafin.de/DE/PublikationenDaten/Jahresbericht/Jahresbericht2016/Kapitel2/Kapitel2_1/Kapitel2_1_9/kapitel2_1_9_node.html (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
177. § 19 GWB [Электрондық ресурс] // dejure.org. – URL: https://www.gesetze-im-internet.de/gwb/__19.html (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
178. Kontrahierungszwang // Gabler Wirtschaftslexikon. – URL: https://www.gabler-banklexikon.de/definition/kontrahierungszwang-59310 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
179. «Табиғи монополиялар туралы» Қазақстан Республикасының 2018 жылғы 27 желтоқсандағы № 204-VI Заңы (2025.29.07. берілген өзгерістер мен толықтырулармен) // «Юрист» ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=34784893 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
180. Сюрикпаева А.О., Лаушанова С.Б. Тұтынушылар құқығын қорғау комитетінің қалыптасуы мен дамуы // Қазақстан Республикасының тәуелсіздігінің 30 жылдығына арналған «Қазақстан Республикасының мемлекеттік тәуелсіздігі: шығу тегі, қазіргі жағдайы, сын-тегеуріндері» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның жинағы. Д.А.Қонаев атындағы Еуразиялық заң академиясы.- 11 қараша 2021ж. 323-327 бб. – Алматы. ISBN 978-601-7646-18-9.
181. Верховный суд дал толкование положениям ГК о публичных договорах // legal.report. – URL: https://legal.report/verhovnyj-sud-dal-tolkovanie-polozhenijam-gk-o-publichnyh-dogovorah/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
182. E-commerce in Kazakhstan: a guide to unlocking online growth [Электрондық ресурс] // PwC. – URL: https://www.pwc.com/kz/en/publications/e-commerce/pdf/e-commerce-2023-strategy-eng.pdf (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
183. Digital 2023: Kazakhstan [Электрондық ресурс] // DataReportal. – URL: https://datareportal.com/reports/digital-2023-kazakhstan (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
184. Sima, V. Influences of the Industry 4.0 Revolution on the Human Capital Development and Consumer Behavior / V. Sima, I. Gheorghe, J. Subić, D. Nancu // Sustainability. – 2020. – № 12. – P. 4035. – DOI: 10.3390/su12104035.
185. Andikatama, A. Consumer Protection Law in the Digital Era / A. Andikatama, B. Turisno // International Journal of Social Science and Human Research. – 2024. – № 7. – DOI: 10.47191/ijsshr/v7-i07-03.
186.Сюрикпаева А.О. «Злоупотребление личными данными в цифровом маркетинге: баланс защиты прав потребителей и борьбы с кибермошенничеством» // Қазақстан Республикасы ІІМ М. Есболатов атындағы Алматы академиясының ғылыми еңбектері, 3 (84) 2025 , 142-146

беттер https://alpolac.edu.kz/wp-content/uploads/2025/10/zhurnal-%E2%84%96384.pdf
187. Carvalho, J.M. Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services – Overview of Directives 2019/770 and 2019/771 / J.M. Carvalho // Journal of European Consumer and Market Law. – 2019. – № 8. – P. 194-201. – URL: https://kluwerlawonline.com/journalarticle/Journal+of+European+Consumer+and+Market+Law/8.5/EuCML2019037 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
188. EU court backs Google, Amazon, Airbnb in Italian rule dispute [Электрондық ресурс] // Reuters. – 2024. – 30 мая. – URL: https://www.reuters.com/technology/eu-court-backs-google-amazon-airbnb-italian-rule-dispute-2024-05-30/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
189. Assignment 2: GDPR Case Study Report // cs.brown.edu. – URL: https://cs.brown.edu/courses/csci2390/2021/assign/gdpr/rpaul5-crusch-google.pdf (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
190. The China Personal Information Protection Law (PIPL) // deloitte.com. – URL: https://www2.deloitte.com/cn/en/pages/risk/articles/personal-information-protection-law.html (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
191. Consumer Rights Act 2015 // legislation.gov.uk. – URL: https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/contents (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
192. Барсуков, А.А. Цифровой контент как база современных экономических отношений / А.А. Барсуков // Альманах "Крым". – 2023. – № 38. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-kontent-kak-baza-sovremennyh-ekonomicheskih-otnosheniy (жүгіну мерзімі: 25.09.2024).
193. Does Oracle v UsedSoft End Restrictions on Reselling Software Licenses? // squirepattonboggs.com. – URL: https://www.squirepattonboggs.com/en/insights/publications/2012/07/does-ioracle-v-usedsofti-end-restrictions-on-res__ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
194. California Digital Storefronts Must Now Explain License Terms of Digital Products [Электрондық ресурс] // Duane Morris LLP. – 2024. – 30 октября. – URL: https://blogs.duanemorris.com/fashionretailbrandedconsumergoods/2024/10/30/california-digital-storefronts-must-now-explain-license-terms-of-digital-products/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
195. Are NFTs a type of property under English law? [Электрондық ресурс] // Norton Rose Fulbright. – 2022. – 6 июнь. – URL: https://www.nortonrosefulbright.com/en/inside-fintech/blog/2022/06/are-nfts-a-type-of-property-under-english-law (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
196. Runescape gaming theft: Brothers guilty of £28,000 virtual theft [Электрондық ресурс] // HuffPost UK. – 2012. – 2 февраля. – URL: https://www.huffingtonpost.co.uk/2012/02/02/runescape-gaming-theft-du_n_1250126.html (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
197. Галкин, Н.А. Понятие и признаки цифрового имущества как объекта гражданских прав / Н.А. Галкин // Вестник МГПУ. Серия: Юридические

науки. – 2024. – № 4 (56). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-priznaki-tsifrovogo-imuschestva-kak-obekta-grazhdanskih-prav (жүгіну мерзімі: 25.09.2024).
198. Отдельные аспекты наследования цифровых контентов // inter-legal.ru. – URL: https://inter-legal.ru/otdelnye-aspekty-nasledovaniya-tsifrovyh-kontentov (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
199. Дерягин, И.В. Правовое регулирование цифровых технологий / И. В. Дерягин // Юридическая наука. – 2023. – № 10. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoe-regulirovanie-tsifrovyh-tehnologiy (жүгіну мерзімі: 22.12.2024).
200. Волков, А.В. Правовая природа цифрового товара в современных экономических реалиях / А. В. Волков, А. Г. Демиева // Ex jure. – 2024. – № 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-priroda-tsifrovogo-tovara-v-sovremennyh-ekonomicheskih-realiyah (жүгіну мерзімі: 25.09.2024).
201. Особенности Заключения Лицензионных Соглашений В Сфере IT Технологий В Республике Казахстан // mondaq.com. – URL: https://www.mondaq.com/licensing-syndication/1159658/Особенности-Заключения-Лицензионных-Соглашений-В-Сфере-it-Технологий-В-Республике-Казахстан (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
202. Гельдт, Н. «Прошла марафон - не помогло». Можно ли вернуть деньги за инфокурс в Казахстане [Электрондық ресурс] / Н. Гельдт // QZ Media. – URL: https://qz-media.kz/novosti/proshla-marafon-ne-pomoglo-mozhno-li-vernut-dengi-za-infokurs-v-kazahstane/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
203. Прокуратура Костаная судится с «Казахтелекомом» [Электрондық ресурс] // Kursiv. – 2020. – 1 июня. – URL: https://kz.kursiv.media/2020-06-01/prokuratura-kostanaya-suditsya-s-kazakhtelekomom/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
204. На Kcell подали в суд за неуведомление абонента о повышенной плате за интернет [Электрондық ресурс] // Tengrinews.kz. – 2018. – 24 октября. – URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/kcell-podali-sud-neuvedomlenie-abonenta-povyishennoy-plate-356272/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
205. Как вернуть деньги за подписку [Электрондық ресурс] // Vsebanki.kz. – URL: https://vsebanki.kz/ru/article/kak-vernut-dengi-za-podpisku.html (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
206. Вернуть деньги за купленный абонемент удалось только через суд жительнице Астаны [Электрондық ресурс] // Inbusiness.kz. – URL: https://www.inbusiness.kz/ru/last/vernut-dengi-za-kuplennyj-abonement-udalos-tolko-cherez-sud-zhitelnice-astany (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
207. «Қазақстан Республикасының Салық кодексі» Қазақстан Республикасының 2025 жылғы 18 шілдедегі № 214-VIII ҚРЗ Кодексі. [Электрондық ресурс] // «Әділет» - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі.– URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K2500000214 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
208. Қазақстан Республикасындағы цифрлық активтер туралы Қазақстан Республикасының Заңы 2023 жылғы 6 ақпандағы № 193-VII ҚРЗ. // «Әділет»

- Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z2300000193 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
209. Казахстан совершенствует защиту потребителей на основе рекомендаций ЕЭК [Электрондық ресурс] // Евразийская экономическая комиссия. – URL: https://potrebitel.eaeunion.org/en-us/Pages/Kazahstan-sovershenstvuet-zaschitu-potrebitelej-na-osnove-rekomendacij-EEK.aspx (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
210. Mikkola, L. The Digital Content Directive and the Sale of Goods Directive: when to apply which? / L. Mikkola // Kluwer Law International. – URL: https://www.schoenherr.eu/content/the-digital-content-directive-and-the-sale-of-goods-directive-when-to-apply-which (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
211. DIGITAL CONTENT CONTRACTS AND CONSUMER PROTECTION [Электрондық ресурс] // EU and comparative law issues and challenges series (ECLIC). – URL: https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/eclic/article/view/18313 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
212. Explanatory Memorandum to COM (2015)634 - Aspects concerning contracts for the supply of digital content [Электрондық ресурс] // EU Monitor. – 2015. – 9 декабря. – URL: https://www.eumonitor.eu/9353000/1/j4nvhdfdk3hydzq_j9vvik7m1c3gyxp/vjzremlocuzr (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
213. DIGITAL SERVICES REGULATION IN THE EU: AN EVOLVING LANDSCAPE [Электрондық ресурс] // Clifford Chance. – 2022. – 7 сентября. – URL: https://www.cliffordchance.com/content/dam/cliffordchance/briefings/2022/09/digital-services-regulations-in-the-eu-an-evolving-landscape.pdf (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
214. Report: Regulations disproportionately impose costs on small businesses [Электрондық ресурс] // Competitive Enterprise Institute. – 2024. – 5 июня. – URL: https://cei.org/news_releases/report-regulations-disproportionately-impose-costs-on-small-businesses/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
215. Why is cross-border enforcement of consumer law so challenging? [Электрондық ресурс] // Enforcement technology. – URL: https://www.enftech.org/blog/why-is-cross-border-enforcement-of-consumer-law-so-challenging (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
216. Декрет Высшего Государственного Совета Союзного государства N 6 «О единых правилах в области защиты прав потребителей» (принят в г. Минске 06.12.2024) [Электрондық ресурс] // Consultant.ru. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_496218/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
217. «Потребительский экстремизм» обзор частых злоупотреблений в ритейле [Электрондық ресурс] // Pravo.ru. – URL: https://pravo.ru/story/252584/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).

218. Why is refund abuse at an all-time high? [Электрондық ресурс] // Ravelin. – URL: https://www.ravelin.com/blog/why-is-refund-abuse-at-an-all-time-high (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
219. Beveridge & Diamond. Mitigating “Greenwashing” Litigation Risk in the U.S. and Beyond [Электрондық ресурс] // Beveridge & Diamond. – 2024. – 18 апреля. – URL: https://www.bdlaw.com/publications/mitigating-greenwashing-litigation-risk-in-the-u-s-and-beyond/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
220. Объём рынка e-commerce РК составил почти 1,5 трлн тенге за полгода [Электрондық ресурс] // Forbes.kz. – URL: https://forbes.kz/articles/obyom-rynka-e-commerce-rksostavil-pochti-15trln-tenge-za-polgoda/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
221. Казахстанцы массово жалуются на интернет-торговлю [Электрондық ресурс] // 24.kz. – URL: https://24.kz/ru/news/social/685671-kazakhstantsy-massovo-zhaluyutsya-na-internet-torgovlyu (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
222. 10 самых неожиданных обманов в Казахстане [Электрондық ресурс] // Digital Business. – URL: https://digitalbusiness.kz/2025-01-08/ulovkimoshennikovvkazakhstane/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
223. Facebook и eBay обещают искоренить поддельные отзывы на товары [Электрондық ресурс] // Factcheck.kz. – URL: https://factcheck.kz/glavnoe/facebook-i-ebay-obeshhayut-iskorenit-poddelnye-otzyvy-na-tovary/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
224. Federal Trade Commission Announces Final Rule Banning Fake Reviews and Testimonials [Электрондық ресурс] // Federal Trade Commission. – 2024. – 9 августа. – URL: https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/08/federal-trade-commission-announces-final-rule-banning-fake-reviews-testimonials (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
225. Dark Patterns: Not a new concept but will now be heavily regulated [Электрондық ресурс] // WILLIAM FRY. – URL: https://www.williamfry.com/knowledge/dark-patterns-not-a-new-concept-but-will-now-be-heavily-regulated/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
226. Spencer, J. Shining a Light on Dark Patterns [Электрондық ресурс]. – 2020. – URL: https://illinoislawrev.web.illinois.edu/wp-content/uploads/2020/06/Spencer.pdf (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
227. The EU Stance on Dark Patterns [Электрондық ресурс] // Inside Privacy. – URL: https://www.insideprivacy.com/eu-data-protection/the-eu-stance-on-dark-patterns/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
228. FTC to Ramp up Enforcement against Illegal Dark Patterns that Trick or Trap Consumers into Subscriptions [Электрондық ресурс] // Federal Trade Commission. – 2021. – 28 октября. – URL: https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2021/10/ftc-ramp-enforcement-against-illegal-dark-patterns-trick-or-trap-consumers-subscriptions (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
229. Unfair and blacklisted commercial practices - Your Europe [Электрондық ресурс] // Your Europe. – URL: https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/unfair-treatment/unfair-commercial-practices/index_en.htm (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).

230. Online Advertising and Marketing [Электрондық ресурс] // Federal Trade Commission. – URL: https://www.ftc.gov/business-guidance/advertising-marketing/online-advertising-marketing (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
231. Luguri, J. Shining a Light on Dark Patterns / J. Luguri, L. Strahilevitz // Journal of Legal Analysis. – 2021. – DOI: 10.1093/JLA/LAAA006.
232. Tran, V. Dark Patterns in the Opt-Out Process and Compliance with the California Consumer Privacy Act (CCPA) / V. Tran, A. Mehrotra, R. Sharma, M. Chetty, N. Feamster, J. Frankenreiter, L. Strahilevitz // ArXiv. – 2024. – DOI: 10.48550/arXiv.2409.09222.
233. Фальшивые отзывы заполонили интернет: как с ними борются [Электрондық ресурс] // Sostav.ru. – URL: https://www.sostav.ru/blogs/276414/49857 (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
234. Digital Services Act: current issues - Taylor Wessing [Электрондық ресурс] // Taylor Wessing. – URL: https://www.taylorwessing.com/en/interface/2023/predictions-2023-part-2/digital-services-act-current-issues (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
235. Евросоюз вводит штрафы за фальшивые отзывы и нечестные скидки в Интернете [Электрондық ресурс] // ЮРИСТ&ЗАКОН. – URL: https://biz.ligazakon.net/ru/news/192227_evrosoyuz-vvodit-shtrafy-za-falshivye-otzyvy-i-nechestnye-skidki-v-internete (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
236. FTC bans fake online reviews, but is it game over? [Электрондық ресурс] // FOX 26 Houston. – URL: https://www.fox26houston.com/news/ftc-bans-fake-online-reviews-is-game-over (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
237. 40% of online shops tricking users with “dark patterns” [Электрондық ресурс] // Malwarebytes. – 2023. – 27 января. – URL: https://www.malwarebytes.com/blog/news/2023/01/european-commission-goes-after-dark-patterns-in-web-shops (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
238. Resolve a dispute [Электрондық ресурс] // ICPEN. – URL: https://icpen.org/resolve-dispute (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
239. Brun, C. Dark Patterns under the GDPR: Subverting Consent and Autonomy Online / C. Brun. – 2021. – URL: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/109381/1/MPRA_paper_109381.pdf (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
240. How Fake Reviews Can Damage Your Business [Электрондық ресурс] // Thrive Agency. – URL: https://thriveagency.com/news/how-fake-reviews-can-damage-your-business/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
241. FTC’s “Fake Review” Portal is Live: How Businesses Can Remove Fake Reviews [Электрондық ресурс] // KJK | Kohrman Jackson Krantz. – 2024. – 3 декабря. – URL: https://kjk.com/2024/12/03/ftcs-fake-review-portal-is-live-how-businesses-can-remove-fake-reviews/ (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).
242. The Intersection of Creativity and Technology in Modern Web Design [Электрондық ресурс] // ArtVersion. – URL: https://artversion.com/blog/the-intersection-of-creativity-and-technology-in-modern (жүгіну мерзімі: 07.03.2025).

ҚОСЫМША А

Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне ұсынылатын өзгерістер мен толықтырулар

р/с №	Нормативтік құқықтық акт және оның құрылымдық элементі	Қолданыстағы редакция	Ұсынылып отырған редакция	Өзгерісті негіздеу
1	2010 жылғы 4 мамырдағы № 274-IV ҚР Заңы «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы», 2-1-бап (тұтынушылар құқықтарын қорғаудың негізгі қағидаттары), 7) тармақша (жаңа)	Қазіргі кезде 2-1-баптың 1)–6) тармақшаларында цифрлық нысандағы міндеттемелер туралы қағида қарастырылмаған (Көзделмеген).	7) Тұтынушының құқықтары және сатушының (дайындаушының, орындаушының, платформалық қызмет көрсетушінің) міндеттері тұтынушылық құқық объектісінің нысанына – материалдық не цифрлық нысанда болуына, оны ұсыну тәсіліне (цифрлық ортада қол жеткізу беруді қоса алғанда), сондай-ақ қолданылатын технологияларға қарамастан жүзеге асырылады.	Тұтынушы құқықтарын технологиялық бейтарап қорғауды қамтамасыз ету мақсатында ұсынылған норма. Цифрлық және материалдық жеткізу түрлерінде тұтынушы мүдделері тең қорғалуға тиіс. Қараңыз: авторлық ереже 1, 2–3-абзацтар. Бұл өзгеріс цифрлық контент пен қызметтерге қатысты құқықтық анықтықты күшейтеді және функциялық эквиваленттік принципін заңнамада бекітеді.
2	2010 жылғы № 274-IV Заңы, 1-бап (негізгі ұғымдар), «цифрлық орындау» ұғымы (жаңа)	Жоқ. Қолданыстағы заңнамада «цифрлық орындау» түсінігі анықталмаған.	«Цифрлық орындау» – тұтынушыға цифрлық контентке немесе цифрлық қызметке қол жеткізу беру арқылы жүзеге асырылатын міндеттемені орындау нысаны, ол төлем тәсіліне немесе қарсы ұсынудың өзге нысанына қарамастан, ақылға қонымды мерзім ішінде (қажетті жаңартулар мен түзетулерді қоса алғанда) мәлімделген функционалдық мүмкіндіктер мен	Міндеттемелерді электрондық цифрлық түрде орындауды құқықтық айқындау қажеттігінен туындайды. Бұл өзгеріс цифрлық тауарлар мен қызметтерді ұсыну кезінде орындалуға қойылатын талаптарды нақтылай отырып, тұтынушының цифрлық ортадағы құқықтарының тең қорғалуын қамтамасыз етеді. Қараңыз: авторлық ереже 1, 4–5-абзацтар.

			деректердің қауіпсіздігін қамтамасыз етуге тиіс.	
3	Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі, 10-бап, жаңа 7-тармақ («Материалдық және цифрлық орындаудың эквиваленттілігі презумпциясы»)	Жоқ. Азаматтық кодекстің 10-бабында мұндай норма көзделмеген.	7. Егер заңнамалық актілерде немесе шартта өзгеше тікелей көзделмесе, тұтынушыға цифрлық (материалдық емес) нысанда берілетін объект тауар, жұмыс не қызмет ретінде қарастырылады. Ондай объектіге қатысты сапа, қауіпсіздік, тұтынушыны қажетті ақпаратпен қамтамасыз ету және сатушының (дайындаушының, орындаушының) жауаптылығы жөніндегі талаптар объект материалдық нысанда берілгендегідей бірдей қолданылады. Кері дәлелдеу ауыртпалығы сатушының (дайындаушының, орындаушының) мойнына жүктеледі.	Цифрлық түрде орындалатын міндеттемелердің құқықтық мәртебесін материалдық нысанмен теңестіру үшін енгізілетін норма. Ол цифрлық тауарларды дәстүрлі тауарлармен тең дәрежеде қарастырып, сатушыға кері дәлелдеу міндетін жүктейді. Бұл тұтынушылардың цифрлық ортадағы құқықтық қорғалуын күшейтеді. Қараңыз: авторлық ереже 1, 6–8-абзацтар.
4	«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң, 42-4-бап (тұтынушының сатушыға жүгінуі), 1-тармақ, 2-абзац (жаңа)	42-4-баптың 1-тармағы бойынша тұтынушының сатушыға жазбаша өтінішпен (наразылықпен) жүгіну тәртібі көзделген, алайда сотқа жүгіну мерзімі шартталмаған (қолданыстағы нормада тұтынушының тікелей сотқа жүгінуіне	1. (…) Тұтынушы сотқа шағыммен тек сатушының (дайындаушының, платформалық қызмет көрсетушінің) бас тартуы туралы жауабын алғаннан кейін немесе сатушы (дайындаушы, платформалық қызмет көрсетуші) заңнамада белгіленген мерзім ішінде жауап бермеген жағдайда ғана жүгінуге құқылы.	Тұтынушы мен сатушы арасындағы дау бойынша сотқа дейінгі тәртіпті екі тарап үшін де міндетті ету үшін енгізілуде. Тұтынушы тек сатушының уәжді жауабын алғаннан кейін немесе жауап мүлде болмаған жағдайда ғана сотқа баруға құқықты болады, бұл тараптарды дауды алдымен өзара реттеуге ынталандырады. Қараңыз: авторлық ереже 2, 1-абзац. Бұл өзгеріс сот жүйесін

		шектеу жоқ).		қажетсіз жүктемей, дауларды бейбіт жолмен шешу мүмкіндігін арттырады.
5	«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң, 42-4-бап, 2-тармақ, 4-абзац (жаңа)	42-4-баптың 2-тармағында сатушының тұтынушы наразылығын қарау тәртібі белгіленген, бірақ сотқа дейінгі рәсімнен жалтарғаны үшін тікелей санкция көзделмеген (қолданыстағы редакцияда мұндай норма жоқ).	2. (…) Заңнамада белгіленген мерзімде міндеттемелерді орындаудан, оның ішінде жауап беруден дәлелсіз бас тарту немесе жауап бермеу не өзге де әрекеттер арқылы сатушының (дайындаушының, платформалық қызмет көрсетушінің) дауды сотқа дейінгі реттеу тәртібінен жалтаруы Қазақстан Республикасының әкімшілік құқық бұзушылық туралы заңнамасында көзделген жауаптылыққа әкеп соғады.	Сатушының (не қызмет көрсетушінің) сотқа дейінгі дауды шешу рәсімін орындамауынан тұтынушы зардап шекпеуі тиіс. Ұсынылған норма сатушының наразылыққа жауап бермеу сияқты әрекеттерін «дауды сотқа дейін шешуден жалтару» деп танып, оған әкімшілік жауаптылық қарастырады. Бұл тұтынушының құқығын қорғауды күшейтеді және сатушыны міндетін адал атқаруға мәжбүр етеді. Қараңыз: авторлық ереже 2, 2-абзац.
6	«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң, 30-бап (сатушының тауар сапасына қатысты міндеттері), 4-тармақ, қосымша абзац (жаңа)	30-баптың 4-тармағында сот арқылы моральдық зиянды өтеу талаптары туралы нақты ереже жоқ, соттар моральдық зиян сомаларын өз қалауы бойынша төмендете алады (нақтылмаған).	4. (…) Сот моральдық зиянды өтеу мөлшерін елу пайыздан астам сомаға төмендеткен жағдайда, мұндай төмендету сот актісінде уәжделуге тиіс. Қасақана не қайталанған құқық бұзушылық анықталған кезде сот өндіріліуге тиіс моральдық зиянның сомасының елу пайызынан кем емес мөлшерде айыппұл өндіріп алуға құқылы.	Тұтынушылардың құқықтары бұзылған жағдайда моральдық зиянның толық өтелуін қамтамасыз ету және сотқа дейінгі тәртіпті сақтауды ынталандыру үшін енгізіледі. Соттардың моральдық зиян сомаларын негізсіз азайтуын шектеу (50%-дан астам төмендетуді дәлелдеу талабы) және бұзушылық қасақана немесе қайталанса, қосымша айыппұл қолдану мүмкіндігі моральдық зиян институтының тиімділігін арттырады. Қараңыз: авторлық ереже 3, 1-абзац және 3-абзац. Бұл өзгеріс тұтынушылардың мүліктік емес игіліктерін

				қорғауды күшейтеді.
7	«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң, 21-бап (моральдық зиянды өтеу құқығы), жаңа 3-тармақ	21-бапта моральдық зиянды өтеудің ең төменгі мөлшері белгіленбеген, моральдық зиян сомасын төменгі шексіз тағайындау мүмкіндігі бар (көзделмеген).	3. Тұтынушының құқықтарын бұзу нәтижесінде келтірілген моральдық зиянды өтеу мөлшері он айлық есептік көрсеткіштен төмен болмауға тиіс.	Моральдық зиянды өтеудің ең төменгі мөлшерін белгілеу соттардың бұл соманы шамадан тыс азайту тәуекелін жояды. Ұсынылған норма тұтынушының моральдық мүдделерін символикалық емес, әділ өтемақымен қорғауға бағытталған. Бұл түзету моральдық зиянды өтеу тәртібінің айқындылығын қамтамасыз етеді және тұтынушылардың мүліктік емес құқықтарын тиімді қорғауға ықпал етеді. Қараңыз: авторлық ереже 3, 2-абзац.
8	2018 жылғы 27 желтоқсандағы № 204-VI ҚР Заңы «Табиғи монополиялар туралы», 27-бап, 1-тармақтың 8) тармақшасы, 2-абзац (жаңа)	27-бап 1-тармағының 8) тармақшасында табиғи монополия субъектісінің тұтынушымен жария шарт жасасу міндеті жалпы түрде көзделген; формальды себептермен шарт жасасудан бас тартуға тыйым нақты регламенттелмеген.	8) (…) Табиғи монополия субъектісі жария шарт жасасудан немесе оны бұзудан, сол сияқты көрсетілетін қызметтерден бас тартуға құқылы емес, тек уәкілетті орган тұтынушыға қызмет көрсету бойынша техникалық мүмкіндіктің объективті түрде жоқтығын немесе клиент тарапынан қоғамға қауіпті іс-әрекеттердің бар екенін растаған жағдайларды қоспағанда. Ұйымның ішкі актілері, бланкілердің болмауы сияқты формальды негіздер жария шарт жасасудан немесе тауарларды ұсынудан (жұмыстарды орындаудан,	Табиғи монополиялар саласында жария шарт тетігін нақты іске асыру үшін енгізілетін толықтыру. Ол табиғи монополия субъектілерінің шарт жасасудан жалтаруын шектейді: ішкі рәсімдер сылтауы қабылданбайды, тек нақты техникалық мүмкіндіктің жоқтығы, заңға қайшы немесе орындалуы мүмкін емес талаптар, не қауіпті әрекеттер сияқты дәлелді себептер ғана бас тартуға негіз бола алады. Бұл өзгеріс жария шарттың рөлін арттырып, тұтынушылардың қызметке қол жеткізу құқығын қорғайды. Қараңыз: авторлық ереже 4, 1–2-абзацтар.

			қызметтер көрсетуден) бас тартуға құқықтық негіз болып табылмайды. Заңды негіздерге тек тауардың немесе техникалық мүмкіндіктің фактілік болмауы, тұтынушы талабының құқыққа қайшылығы не объективті түрде орындалмайтын шамадан тыс үлкен тапсырыс, сондай-ақ қызметкерлер мен өзге де тұтынушылар үшін қауіп төндіретін агрессивті іс-әрекеттер ғана жатады.	
9	Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі, Ерекше бөлім, 387-бап (Жария шарт), 3-тармақ, жаңа абзац	387-баптың 3-тармағында кәсіпкердің жария шарттан негізсіз жалтаруына тыйым салынған, бірақ табиғи монополиялар ерекшеліктері ескерілмеген (қолданыстағы тармақта арнайы шарттар жоқ).	3. (…) Заңда жария шарт сипаты белгіленген салаларда табиғи монополия субъектісі уәкілетті орган объективті түрде техникалық мүмкіндіктің жоқтығын растаған немесе клиент тарапынан қоғамға қауіпті іс-әрекеттер бар екенін анықтаған жағдайларды қоспағанда, жария шарт жасасудан не жария шарт бойынша қызметтер көрсетуден бас тартуға құқылы емес.	Жария шарт туралы жалпы норманы табиғи монополия жағдайларына бейімдеу үшін енгізіледі. Табиғи монополия субъектісінің жария шарттан бас тарту мүмкіндігі тек ерекше, объективті негіздермен (техникалық мүмкіндіктің жоқтығы немесе қауіптілік) шектеледі. Бұл түзету табиғи монополиялар аясында тұтынушыларды әділетсіз бас тартудан қорғайды және Азаматтық кодекстегі жария шарт принципін нақтылайды. Қараңыз: авторлық ереже 4, 3-абзац.
10	«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң, 1-бап, «цифрлық контент» ұғымы (жаңа)	Жоқ. Қолданыстағы заңда «цифрлық контент» термині анықталмаған.	«Цифрлық контент» – цифрлық форматтағы деректер (бағдарламалық қамтамасыз ету, қосымшалар, бейне, аудио, электрондық кітаптар, интерактивті	Цифрлық тауарлардың заңнамалық анықтамасының болмауы тұтынушылардың құқықтарын қорғауда олқылық тудырады. «Цифрлық контент»

			материалдар және т.б.), сондай-ақ тұтынушыға ақылы немесе шартты түрде ақылы негізде (ақшалай төлем не дербес деректерді ұсыну арқылы) берілетін зияткерлік меншік объектілерін электрондық форматта пайдалану нысаны.	ұғымын енгізу арқылы заң цифрлық өнімдерді нақтылап, оларға қойылатын талаптардың негізін айқындайды. Бұл түзету цифрлық экономика жағдайында тұтынушылардың құқықтық анықтылығын арттырады. Қараңыз: авторлық ереже 5, 1-абзац.
11	«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң, 1-бап, «цифрлық қызмет» ұғымы (жаңа)	Жоқ. «Цифрлық қызмет» термині заңда жоқ.	«Цифрлық қызмет» – цифрлық форматтағы деректерді жасауға, өңдеуге, сақтауға, жаңартуға немесе оларға қол жеткізуге бағытталған қызмет (бұлттық сақтау, стриминг, онлайн-платформалар, жазылым қызметтері және осы сияқты өзге де қызмет түрлері).	«Цифрлық қызмет» түсінігін заңда бекіту электрондық кеңістікте көрсетілетін қызметтердің құқықтық мәртебесін айқындайды. Бұл өзгеріс цифрлық қызметтер сапасына талаптар қоюға және оларды реттеуге мүмкіндік береді, нәтижесінде тұтынушылардың осы саладағы құқықтары неғұрлым тиімді қорғалады. Қараңыз: авторлық ереже 5, 1-абзац.
12	«Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заң, жаңа 33-3-бап («Цифрлық өнімдердің сапасы мен қауіпсіздігі және жеткізушінің міндеттері»)	Көзделмеген. Қолданыстағы заңнамада цифрлық контент пен қызметтерге арнайы сапа, жаңарту және қолдау талаптары қарастырылмаған.	33-3-бап. Цифрлық контент пен цифрлық қызметтерді ұсынуға қойылатын талаптар 1. Тұтынушыға цифрлық форматта ұсынылатын тауар, жұмыс не көрсетілетін қызмет оның мәлімделген функционалдық нәтижесіне сай келуге және деректердің қауіпсіздігін қамтамасыз етуге тиіс. 2. Цифрлық контентті немесе цифрлық қызметті ұсынатын сатушы (орындаушы) осы цифрлық өнімнің	Цифрлық тауарлар мен қызметтердің сапасына, жаңартылуына және қауіпсіздігіне нақты талаптар белгілеу қажеттігінен туындаған жаңа норма. Тұтынушы сатып алған цифрлық өнім өз функцияларын уәде етілгендей орындауға тиіс және ол бойынша қауіпсіздік пен жаңартулар қамтамасыз етілуге міндетті. Бұл өзгеріс цифрлық ортада тұтынушылардың ақпараттық қауіпсіздігін жоғарылатып, сатушылардың цифрлық өнім сапасына жауапкершілігін

			тұрақты жұмыс істеуін және қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін қажетті жаңартулар мен ақауларды түзетулерді уақтылы беруге, сондай-ақ цифрлық өнімге қолдауды (сервисті) тоқтату туралы тұтынушыға алдын ала ақылға қонымды мерзімде хабарлауға міндетті. 3. Осы баптың 1 және 2-тармақтарында көзделген міндеттердің бұзылуы Қазақстан Республикасының заңдарында белгіленген жауаптылыққа әкеп соғады.	күшейтеді. Қараңыз: авторлық ереже 5, 2–3-абзацтар.
13	2003 жылғы 19 желтоқсандағы № 508-II ҚР Заңы «Жарнама туралы», 3-бап (негізгі ұғымдар), «манипуляциялық интерфейстік тәсілдер» ұғымы (жаңа)	Жоқ. «Манипуляциялық интерфейстік тәсілдер» термині жарнама заңнамасында анықталмаған.	«Манипуляциялық интерфейстік тәсілдер» – пайдаланушының еркін әрі саналы таңдауына кедергі келтіретін немесе оны күрделі не жасырын әрекеттер жасауға итермелейтін электрондық (веб-, мобильдік) дизайн элементтері (ақылы жазылымнан бас тарту рәсімін әдейі күрделендіру, «бас тарту» түймесін көзге түспейтіндей орналастыру, жалған шұғыл таймерлер және т.б.).	Бұл анықтама интернет және электрондық коммерцияда кездесетін «dark patterns» құбылысын сипаттайды. Оны заңда бекіту арқылы жарнама берушілердің пайдаланушыны шатастыратын немесе алдайтын интерфейс әдістерін қолдануына тыйым салудың негізі қалыптасады. Тұтынушының саналы таңдау жасау құқығын қорғау күшейеді. Қараңыз: авторлық ереже 6, 1-абзац.
14	«Жарнама туралы» Заң, 3-бап, «жалған пікір» ұғымы (жаңа)	Жоқ. Жарнама заңында «жалған пікір» түсінігі жоқ.	«Жалған пікір» – ойдан шығарылған тұлғалардың атынан жазылған, сыйақы үшін орындалған немесе	Жалған тұтынушылық пікірлер (фейк-рецензиялар) арқылы жарнама жасау – тұтынушыны алдаудың жаңа түрі. «Жалған

			автоматтандырылған бағдарламалармен не боттармен қалыптастырылған, коммерциялық сипатқа ие бола тұра, нақты клиенттің пікірі ретінде ұсынылып, тұтынушыны жаңылыстыратын кез келген хабарлама.	пікір» ұғымын заңдастыру оны заңсыз әрекет ретінде тануға мүмкіндік береді. Бұл түзету тұтынушыларды жалған ақпаратпен жаңылыстыру практикасына қарсы бағытталған. Қараңыз: авторлық ереже 6, 1-абзац.
15	«Жарнама туралы» Заң, 7-бап (Жөнсіз жарнама түрлері), жаңа тармақ	Қолданыстағы жарнама заңнамасында манипуляциялық дизайн тәсілдерін және жалған пікірлерді қолдануға тікелей тыйым салынаған норма жоқ (көзделмеген).	Х. Манипуляциялық интерфейстік тәсілдерді немесе жалған пікірлерді пайдалана отырып жарнама жасауға тыйым салынады.	Пайдаланушының таңдау еркіндігіне жасырын әсер ететін және тұтынушыны шатастыратын жарнама тәжірибелерін заңсыз деп тану үшін енгізіледі. Бұл норма «қараңғы үлгілер» мен жалған пікірлерді жарнамада қолдануды нақты тыйымдап, оларды бақылау мен жауаптылықты күшейтеді. Нәтижесінде тұтынушылардың ақпараттық қауіпсіздігі деңгейі артады және электрондық коммерциядағы адал бәсекелестік жағдайлары қамтамасыз етіледі. Қараңыз: авторлық ереже 6, 2–3-абзацтар.