

## ОБЗОР ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА, РЕГУЛИРУЮЩЕГО ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМУ, НА ПРИМЕРЕ БЕЛАРУСИ, РОССИИ И КАЗАХСТАНА

Д.М. Купцова, УО «Белорусская государственная академия связи», dariannansp@gmail.com.

### УДК 659.1

**Аннотация.** Рассмотрено законодательство, регулирующее рекламную деятельность на примере стран: Беларусь, Россия, Казахстан. Определены особенности запуска онлайн-рекламы самостоятельно и через агентство. Выявлены налоговые обязательства по уплате НДС и сбора за рекламу.

**Ключевые слова:** реклама; онлайн-реклама; таргетированная реклама; НДС; рекламный сбор; закон; рекламное агентство; социальная сеть; *Meta\**; *VK*; *Facebook*; Одноклассники; рекламный кабинет.

### REVIEW OF LEGISLATION REGULATING ONLINE ADVERTISING, USING THE EXAMPLES OF BELARUS, RUSSIA AND KAZAKHSTAN

*Darya Kuptsova, Belarusian State Academy of Communications.*

**Annotation.** The legislation regulating advertising activities is considered using the example of countries: Belarus, Russia, Kazakhstan. Features of launching online advertising independently and through an agency. Tax obligations for payment of VAT and advertising fees have been identified.

**Keywords:** advertising; online-advertising; target; VAT; advertising fee; law; advertising agency; social network; *Meta\**; *VK*; *Facebook*; *Odnoklassniki*; advertising office.

### Введение

Мир цифрового маркетинга постоянно развивается и деятельность организаций все глубже и глубже «уходит» в онлайн. Так происходит и с таргетированной рекламой. В отличие от других видов рекламы (наружной, радио, ТВ), реклама в социальных сетях имеет целевой характер и направлена на определенную аудиторию, что привлекает владельцев бизнеса с каждым годом все больше денег вкладывать в нее.

### Беларусь

В Беларуси наиболее развиты три социальные сети: *Meta\**, ВКонтakte и Одноклассники. Прежде чем запустить таргетированную рекламу необходимо создать рекламный кабинет. Если рекламу планирует запускать физическое лицо, самозанятый или ИП, то рекламный кабинет создается на физическое лицо, если компания имеет статус юридического лица, то – обязательно ставится галочка напротив отметки «юр. лицо».

Как платить НДС? Согласно ст. 114 и 141 налогового кодекса плательщиками НДС являются физические лица, ИП и юридические лица (самозанятые идут как физ. лица). В случае, если рекламодателем выступает физическое лицо, самозанятый или ИП, то НДС прибавляется к сумме, потраченной на рекламу в рекламном кабинете, т.е. НДС за рекламодателя уплачивает социальная сеть. Если компания имеет статус юридического лица (ООО, ОДО, ЗАО), то НДС в рекламном кабинете не прибавляется и рекламодатель обязан его уплатить самостоятельно.

Бывают ситуации, когда у юридического лица упрощенная система налогообложения и он не платит НДС и утверждает, что НДС за рекламу в социальных сетях тоже не обязан платить. Данное утверждение верно только в отношении реализуемых им товаров (работ, услуг) и имущественных прав. В то же время установлены отдельные случаи, когда плательщики УСН обязаны уплачивать НДС, а именно:

- НДС, взимаемый при ввозе товаров на территорию Республики Беларусь;
- НДС по товарам (работам, услугам), имущественным правам, реализуемым на территории Республики Беларусь иностранными организациями, не осуществляющими деятельность в Республике Беларусь через постоянное представительство, иностранными индивидуальными предпринимателями, не состоящими на учете в налоговых органах Республики Беларусь;
- и другие.

Таким образом, услуги закупки рекламы в социальных сетях относятся к услугам, предоставляемым иностранными организациями. И если социальная сеть не имеет представительства на территории РБ или не является налогоплательщиком РБ, то уплата НДС юридическим лицом обязательна [1, 2]!

На сегодняшний день упомянутые социальные сети не имеют представительства на территории РБ. Налогоплательщиком выступает только социальная сеть *Meta\**. Проверить это можно на сайте: <http://grp.nalog.gov.by/grp/> (рис. 1). К концу 2023 г. холдинг *VK* планирует открыть свое представительство на территории РБ [3-5].

Что касается физических лиц, самозанятых и ИП, то *Meta\** сама платит НДС за них и перечисляет в бюджет государства благодаря тому, что компания состоит на учете в налоговых органах Республики Беларусь. ИП или юридическое лицо работают без НДС, то они могут заключить договор с рекламным агентством на оказание рекламных услуг. Агентства сотрудничают с организациями, которые работают как с НДС, так и без. В качестве примера такими агентствами выступают *Artox* и *Webcom*. Они дополнительно берут комиссию за пополнения рекламного кабинета *Facebook* 7% от рекламного бюджета и 0% за пополнение рекламного кабинета *VK*. Для организаций, работающих с НДС, выдаются все акты и документы, позволяющие вернуть уплаченный НДС. Для организаций, которые работают без НДС, официальное ведение онлайн-рекламы возможно через ООО «Айконтекст» – резидента парка высоких технологий. Вознаграждение за пополнение рекламного кабинета *Facebook* – 8%, *VK* – 3% [6].

МИНИСТЕРСТВО ПО НАЛОГАМ И СБОРАМ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Сведения из Государственного реестра плательщиков (иных обязанных лиц)

Поиск ЮП и ИП Поиск физических лиц REST API

УНП: [УНП] x Наименование: [Наименование плательщика] x Условие поиска: [совпадение] Поиск

Сведения из Государственного реестра плательщиков (иных обязанных лиц), не составляющих налоговую тайну. Поиск по наименованию осуществляется без организационно-правовой формы. Например, найти ОАО "ГУМ", введите ГУМ. Признак неактивного плательщика обновляется на 1-е число текущего месяца.

перечень юридических лиц (индивидуальных предпринимателей) исключенных из Единого государственного регистра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в связи с признанием задолженности безнадежным долгом и ее списании

№	УНП	Краткое наименование юридического лица, фамилия, имя, отчество (если таковое имеется) индивидуального предпринимателя	Наименование и место нахождения юридического лица, фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется) индивидуального предпринимателя	Код ИМНС	Наименование ИМНС	Дата постановки на учет	Состояние	Дата изменения состояния	Неактивный плательщик более 12-и месяцев	XML
1	102396562	Meta Platforms Technologies Ireland Limited	Meta Platforms Technologies Ireland Limited, 4 Grand Canal Square, Grand Canal Harbour, Dublin 2, Ireland, D02X625	101	Инспекция МНС по г.Минску	23.05.2018	Действующий			<a href="#">XML</a>
1	102396566	Facebook Payments International Limited	Facebook Payments International Limited, 4 Grand Canal Square, Grand Canal Harbour, Dublin 2, Ireland, D02X625	101	Инспекция МНС по г.Минску	23.05.2018	Действующий			<a href="#">XML</a>

Рисунок 1

Таким образом, становится понятно, кто сам платит НДС за услуги предоставления рекламы, а за кого это делает *Meta\**. Если таргетированная реклама запускается из рекламного кабинета *VK*, то для физических лиц на данный момент есть ограничение в оплате рекламного кабинета. Оплачивать можно только картой МИР или российскими картами. В справке *VK* написано, что в настоящий момент нерезиденты не могут пополнить счет *VK* Рекламы. Для юридических лиц в рекламном кабинете НДС не начисляется, они должны оплатить его сами. Оплатить рекламу они могут только с расчетного счета, а не банковской картой, в отличие от *Meta\**. Чтобы оплачивать рекламные услуги с расчетного счета для организации важны закрывающие документы, которые холдинг *VK* предоставить не может. Поэтому для запуска рекламы в *VK* единственно верным вариантом будет открытие агентского кабинета через диджитал агентство. Важно так же помнить, что *Meta\** по запросу налоговых органов обязана предоставить всю налоговую информацию о рекламодателях! Но и это еще не все!

Согласно НК РБ Особенной части главе 28 «Сбор за размещение (распространение) рекламы» ИП и юридические лица обязаны заплатить сбор за размещение (распространение) рекламы, а именно:

- юридические лица Республики Беларусь и индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь, являющиеся рекламодателями;
- рекламные агентства при оказании услуг по размещению (распространению) рекламы иностранному рекламодателю.

Плательщиками сбора не признаются:

- организации, использующие труд инвалидов, если численность инвалидов в них в среднем за период составляет не менее 30 процентов численности работников в среднем за этот же период. При этом численность работников (инвалидов) организации в среднем за период с начала года по отчетный период включительно определяется в порядке, установленном частью второй подпункта 1.16 пункта 1 статьи 118 НК РБ;
- исправительные учреждения и республиканские унитарные производственные предприятия Департамента исполнения наказаний Министерства внутренних дел.

Согласно статье 307<sup>13</sup> «Объект обложения сбором» объектом обложения сбором признается оказание рекламодателю (рекламораспространителем рекламному агентству в случае, указанном в подпункте 1.2 пункта 1 статьи 07<sup>12</sup> НК РБ) услуг по размещению (распространению) рекламы на территории Республики Беларусь, включая размещение (распространение) рекламы в сети интернет.

В статье 307<sup>14</sup> «Налоговая база сбора» налоговой базой сбора признается стоимость фактически оказанных рекламодателю (рекламораспространителем рекламному агентству в случае, указанном в подпункте 1.2 пункта 1 статьи 307<sup>12</sup> НК РБ) услуг по размещению (распространению) рекламы без налога на добавленную стоимость.

Ставка сбора устанавливаются в размерах (статья 307<sup>15</sup> «Ставки сбора») 20%.

Отчетным периодом сбора признается календарный квартал (статья 307<sup>16</sup> «Отчетный период сбора»).

Сбор исчисляется в белорусских рублях как произведение налоговой базы и ставки сбора.

Плательщики сбора при наличии объекта обложения сбором представляют в налоговые органы по месту постановки на учет расчет по форме, установленной Министерством по налогам и сборам, не позднее 20-го числа месяца, следующего за истекшим отчетным периодом.

Вопросы, связанные с определением рекламодателя, рекламного агентства, рекламы и оказания услуг по ее размещению (распространению) на территории Республики Беларусь, включая размещение (распространение) рекламы в сети интернет, разъясняет Министерство антимонопольного регулирования и торговли (статья 307<sup>17</sup> «Порядок исчисления сбора»).

Уплата сбора производится не позднее 22-го числа месяца, следующего за истекшим отчетным периодом.

Уплата сбора производится с учетом деятельности филиалов, представительств и иных обособленных подразделений юридических лиц (статья 307<sup>18</sup> «Порядок и сроки уплаты сбора»).

Все выше написанное можно свести в одну схему (рис. 2) [3]:

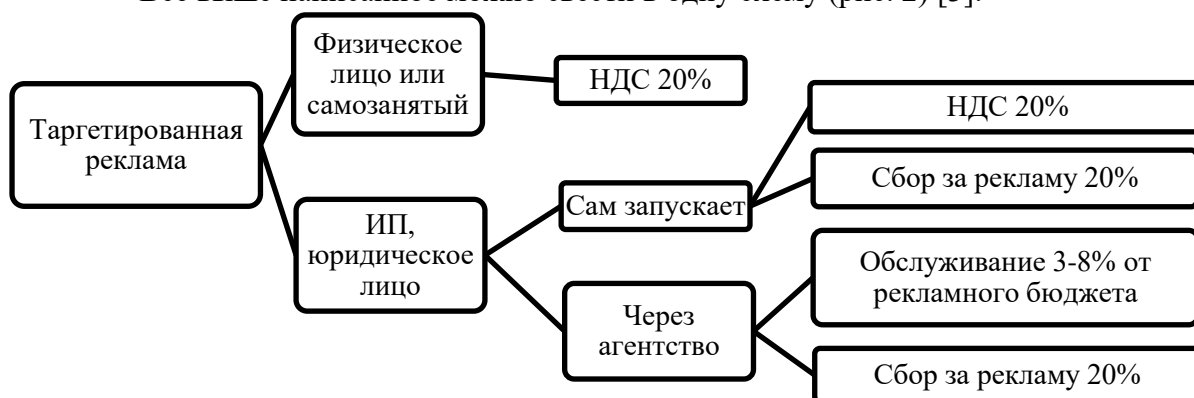


Рисунок 2

### Российская Федерация

В РФ основной социальной сетью является VK. После того, как *Meta\** была признана экстремистской организацией на территории РФ, все компании стали переводить свой бизнес на платформу VK. При создании рекламного кабинета также есть разделение на физ. лиц и на юр. лиц. От этого зависит – будет ли взиматься НДС или нет. Оформление рекламного кабинета ничем не отличается от того, как это делается в РБ лишь с единственным различием: всю рекламу нужно маркировать.

1 сентября 2022 г. в России вступил в силу закон № 347-ФЗ о поправках в Федеральный закон «О рекламе». Основные форматы интернет-рекламы в рунете нужно маркировать и передавать информацию в Единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР).

Всю рекламу VK необходимо дополнительно регистрировать, предоставляя операторам рекламных данных (ОРД) ИНН и другие документы, а также данные о кампаниях – они будут отправлять всю информацию в ЕРИР. VK разработала ПО, которое помогает автоматически маркировать креативы и передавать данные.

Закон затронул рекламодателей и рекламодателей – к ним относятся соцсети, аудиовизуальные сервисы, новостные агрегаторы, мессенджеры, поисковые системы, медиа и другие издатели, операторов рекламных систем – например, VK Реклама, *myTarget*, рекламных посредников – это рекламные агентства и фрилансеры.

Маркировка – это токен или уникальный идентификатор рекламного объявления. Он зашифрован в виде буквенно-цифрового кода в ссылке, по которой

пользователь переходит с креатива на сайт рекламодателя. По нему можно определить ОРД, который выдал токен на креатив, а также конечного заказчика рекламы.

Операторы рекламных данных упрощают маркировку и передачу данных в ЕРИР. Они агрегируют информацию от всех участников рынка и присваивают токены и пометку «Реклама» креативам. Наглядно весь процесс маркировки можно представить на схеме (рис. 3).

Все участники рекламной цепочки должны передавать данные о кампаниях в ЕРИР. Часть информации важно передать до старта кампании, а другую – в течение 30 дней после окончания месяца, в котором размещалась реклама. Данные можно передавать в один ОРД или работать сразу с несколькими операторами.

До запуска кампании в ОРД нужно передать креативы для маркировки и заполнить первичную информацию о конечном рекламодателе:

- для юридических лиц и ИП (резиденты РФ): ИНН, тип организации, номер договора (если вы заключали прямой договор);
- для юридических лиц и ИП (нерезиденты РФ): ИНН и тип организации, ОПФ и полное наименование, номер телефона, номер электронного средства платежа, регистрационный номер либо его аналог, номер налогоплательщика либо его аналог в стране регистрации, код страны регистрации юрлица в соответствии с ОКСМ;
- для физлиц: ИНН и номер телефона, вид деятельности по ОКВЭД.

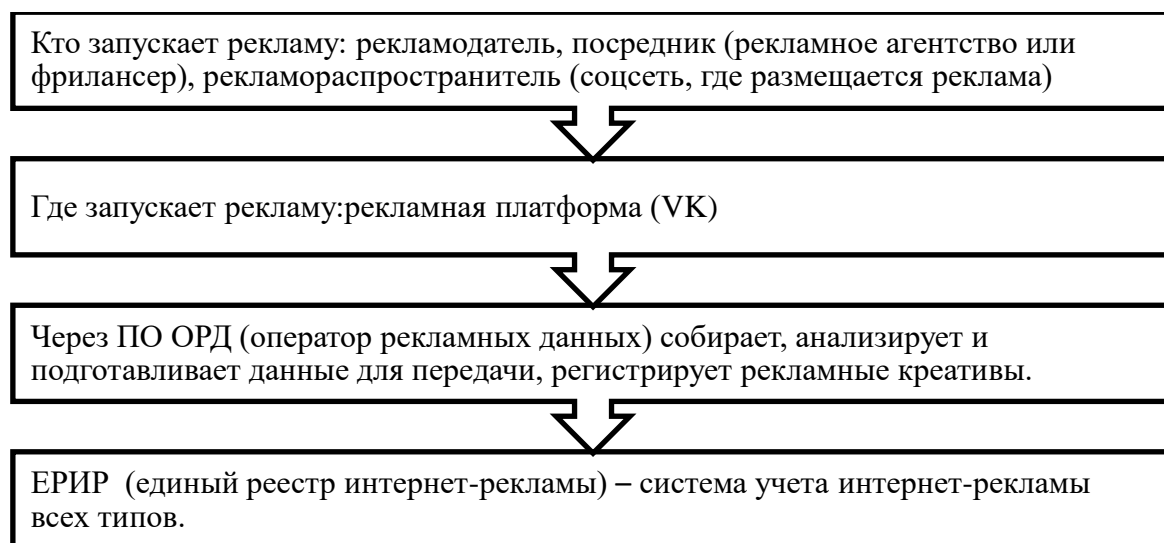


Рисунок 3

После каждого месяца трансляции рекламы в течение 30 календарных дней в ОРД необходимо загрузить отчетную информацию:

- о договорах и актах по рекламе;
- обо всех участниках цепочки по рекламе и договорах между ними.

Запросить информацию в ЕРИР могут все участники цепочки, но при этом каждый получит доступ только к данным о себе. Кроме того, информация из ЕРИР будет доступна Роскомнадзору, Федеральной налоговой службе и Федеральной антимонопольной службе.

Выявлять не промаркированную рекламу будут Роскомнадзор (РКН) и Федеральная антимонопольная служба (ФАС).

Новый закон касается только той рекламы, которая показывается в рунете.

Если организация выступает прямым рекламодателем, то необходимо принять оферту в рекламном кабинете и добавить недостающие данные. После этого маркировка креативов и передача необходимых отчетных данных будут происходить автоматически. Прямым рекламодателям не нужно загружать акты по итогам продвижения.

Если фрилансер работает в собственном рекламном кабинете и сам его пополняет, то нужно раскрывать данные о себе и обо всей рекламной цепочке. Если работает в кабинете рекламодателя как наемный сотрудник или консультант, то дополнительную информацию добавлять не нужно [7, 8].

### **Казахстан**

В Казахстане совсем не давно вышел Закон Республики Казахстан от 10 июля 2023 г. № 18-VIII «Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе». В главе 5 «Регулирование онлайн-рекламы» статьи 19-22 описаны требования к онлайн-рекламе, маркировке, идентификации и ее хранению.

Онлайн-реклама должна быть идентифицируема и маркирована.

Онлайн-реклама маркируется в порядке, определяемом уполномоченным органом.

Онлайн-платформы должны обеспечить пользователей технической возможностью идентифицировать онлайн-рекламу при помощи текстовых и (или) графических и (или) иных обозначений.

Онлайн-платформа должна иметь безопасное хранилище, содержащее информацию об онлайн-рекламе, в том числе о таргетированной онлайн-рекламе. Данная информация должна храниться в течение одного года после последнего размещения, распространения онлайн-рекламы.

Хранилище не должно содержать персональные данные пользователей, среди которых была или могла быть распространена онлайн-реклама.

Согласно главе 2 «Государственное регулирование в области онлайн-платформ и онлайн-рекламы» государственное регулирование в области онлайн-платформ и онлайн-рекламы осуществляется путем государственного контроля за соблюдением законодательства Республики Казахстан об онлайн-платформах и онлайн-рекламе.

Государственный контроль за соблюдением законодательства Республики Казахстан об онлайн-платформах и онлайн-рекламе осуществляется уполномоченным органом в форме профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан и Законом «Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе».

Целями профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля являются своевременное пресечение и недопущение нарушений, предоставление субъектам контроля права самостоятельного устранения нарушений, выявленных по результатам профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля, и снижение административной нагрузки на них.

Объектом профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля является функционирование онлайн-платформ, производство, размещение, распространение онлайн-рекламы.

Субъектами профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля являются модераторы публичных сообществ, распространители онлайн-рекламы.

При выявлении нарушений по результатам профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля оформляется и направляется

рекомендация об устранении нарушений в срок не позднее пяти рабочих дней со дня выявления нарушений.

Рекомендация об устранении нарушений должна быть вручена субъекту контроля лично под роспись или иным способом, подтверждающим факты отправки и получения рекомендации об устранении нарушений.

Рекомендация об устранении нарушений, выявленных по результатам профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля, должна быть исполнена в течение трех рабочих дней со дня, следующего за днем ее вручения.

Субъект контроля в случае несогласия с нарушениями, указанными в рекомендации об устранении нарушений, вправе направить в уполномоченный орган, направивший рекомендацию об устранении нарушений, возражение в течение трех рабочих дней со дня, следующего за днем вручения рекомендации об устранении нарушений.

Профилактический контроль без посещения субъекта (объекта) контроля проводится не чаще одного раза в квартал.

В главе 3. «Правовой режим функционирования онлайн-платформ» в статье 9. «Правовой режим функционирования онлайн-платформ на территории Республики Казахстан» указано, что для осуществления деятельности на территории Республики Казахстан собственники и (или) иные законные представители онлайн-платформ, среднесуточный доступ к онлайн-платформам которых в течение месяца составляет более ста тысяч пользователей, находящихся на территории Республики Казахстан, назначают своего законного представителя по взаимодействию с уполномоченным органом в соответствии с требованиями, установленными Гражданским кодексом Республики Казахстан [9].

Уполномоченный орган ведет реестр законных представителей онлайн-платформ на территории Республики Казахстан в определенном им порядке.

В Кодексе об административных правонарушениях вводится ответственность пользователей онлайн-платформ и инфлюенсеров, «размещающих или распространяющих ложную информацию» на онлайн-платформе. Сумма штрафа для физических лиц составляет 69 тысяч тенге (около \$150), а для блогеров вдвое больше – 138 тысяч тенге (около \$300) [10].

С 1 января 2022 г. внесены дополнения в налоговый кодекс Казахстана, обязывающие оплачивать налог с таргетированной рекламы в размере 12%. Это касается тех рекламодателей, у которых в поле «Покупатель» в адресе компании или личном адресе указан Казахстан, но которые не подтвердили, что они зарегистрированы как юридическое лицо в Казахстане.

В настройках платежей можно установить флажок, чтобы отметить, зарегистрирован ли пользователь как юридическое лицо в Казахстане и несет ли ответственность за самостоятельное определение и уплату НДС согласно Налоговому кодексу Казахстана. Если это сделать, то компания *Meta\** не будет добавлять НДС к сумме покупки рекламы на *Facebook*.

НДС взимается независимо от того, в каких целях приобретается реклама на *Facebook* – коммерческих или личных. Он добавляется к общей сумме списываемых средств. Подтвердить компанию можно через платежи (биллинг). Для это необходимо ввести БИН/ИИН, дальше *Facebook* сам будет предоставлять информацию в Налоговый комитет РК.

Если пользователь является плательщиком НДС, то он должен будет платить +12%, но если он зарегистрированы как ИП и работает по упрощенной системе налогообложения, то он освобождается от уплаты налогов до конца срока моратория.

Физ. лица платят налог 12% сверху потраченной суммы за таргет. Поэтому необходимо закладывать в бюджет +12% налога [11].

Цифровой налог становится широко распространенным инструментом государственного регулирования в мире. Казахстан не стал исключением и также внес изменения в Налоговый кодекс, которые предусматривают обязательство иностранных компаний, продающих товары через интернет-площадку или оказывающих услуги в электронной форме физическим лицам РК, оплачивать НДС или цифровой налог по ставке 12%.

В Налоговом кодексе предусмотрены алгоритм регистрации в качестве налогоплательщика НДС и сдачи отчетности. Учитывая, что данное нововведение вступило в силу с 1 января 2022 г., практический опыт только начал накапливаться как со стороны государственных органов, так и со стороны иностранных компаний.

Согласно статье 780 Налогового кодекса иностранная компания обязана уплатить исчисленный НДС при осуществлении электронной торговли товарами, оказании услуг в электронной форме физическим лицам в бюджет, за каждый квартал не позднее 25 числа второго месяца, следующего за кварталом, в котором осуществлена реализация товаров, оказание услуг. Иными словами, иностранные компании должны пройти процедуру условной регистрации и оплатить НДС до 25 мая, до 25 августа, до 25 ноября и до 25 февраля за каждый предыдущий квартал соответственно [12-15].

Стоимость ведения таргетированной рекламы представлена в табл. 1:

Таблица 1.

Критерии	Рекламодатели		
	Физ. лица	ИП	Юр. лица
1	2	3	4
Беларусь			
Самостоятельно ведут онлайн-рекламу, НДС, %	20 (плата взимается в рекламном кабинете)		20 (уплачивают самостоятельно)
Через агентство, НДС, %	-	Работают с НДС: 20 (+ зачет НДС)	
	-	Работают без НДС: 0	
Комиссия за пополнение рекламного кабинета, %	-	Работают с НДС: <i>Facebook: 7; VK: 0</i>	
	-	Работают без НДС: <i>Facebook: 8; VK: 3</i>	
Сбор за рекламу, %	-	20 (уплачивают самостоятельно)	
Россия			
НДС, %	20 (плата взимается в рекламном кабинете)	20 (уплачивают самостоятельно)	
Казахстан			
НДС, %	12	12 (если работает с НДС) 0 (УСН)	0 (уплачивают самостоятельно)

### Заключение

В заключение можно сделать вывод, что страны стремятся сделать прозрачным пользование таргетированной рекламой путем внесения определенных правок в законодательство. В России такой мерой является обязательная маркировка. В Казахстане – закон об онлайн-платформах и онлайн-



рекламе, где прописано куда и когда нужно сдавать отчетность. В Беларуси пока нет такого законодательного органа, который отслеживал бы факт использования онлайн-рекламы, хотя в законодательстве прописаны налоги и сборы, которые должны уплатить рекламодатели. Наиболее привлекательные условия по пользованию онлайн-рекламой у Казахстана с НДС 12%, и менее привлекательные – у Беларуси – НДС 20% и сбор на рекламу 20%.

\* *Meta* – признана *экстремистской* на территории РФ.

### **Литература**

1. URL <https://www.facebook.com/help/> (дата обращения – сентябрь 2023 г.).
2. URL <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk0900071> (дата обращения – сентябрь 2023 г.).
3. URL [https://nalog.gov.by/tax\\_code/](https://nalog.gov.by/tax_code/) (дата обращения - сентябрь 2023 г.).
4. URL <http://grp.nalog.gov.by/grp/> (дата обращения - сентябрь 2023 г.).
5. URL [https://tochka.by/articles/life/vk\\_sobiraetsya\\_otkryt\\_ofis\\_v\\_belarusi/](https://tochka.by/articles/life/vk_sobiraetsya_otkryt_ofis_v_belarusi/) (дата обращения – сентябрь 2023 г.).
6. URL <https://www.promowebcom.by/analytics/articles/context-advert/kak-platit-nalogi-za-priobretenie-reklamnykh-uslug/> (дата обращения - сентябрь 2023 г.).
7. URL <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202107020068> (дата обращения – сентябрь 2023 г.).
8. URL <https://vk.com/@business-zakon-o-reklame> (дата обращения – сентябрь 2023 г.).
9. URL [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=36356625#sub\\_id=190000](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36356625#sub_id=190000) (дата обращения – сентябрь 2023 г.).
10. URL <https://kloop.kg/blog/2023/07/11/v-kazahstane-bloggerov-obyazali-platit-nalogi-s-reklamy-i-vveli-administrativnyuyu-otvetstvennost-za-fejki/> (дата обращения – сентябрь 2023 г.).
11. URL <https://cosmmo.kz/nalog-s-targetirovannoj-reklamy-v-kazahstane/> (дата обращения – сентябрь 2023 г.).
12. URL <https://vc.ru/u/1155433-we-legal-law-firm/435456-v-kazahstane-deystvuet-nalog-na-google> (дата обращения – сентябрь 2023 г.).
13. URL [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=31577399](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31577399) (дата обращения – сентябрь 2023 г.).
14. URL <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375> (дата обращения – сентябрь 2023 г.).
15. URL [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=1045608](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1045608) (дата обращения – сентябрь 2023 г.).