ELEKTRON TIJORATDA (ONLAYN DO‘KONLARDA) ISTE’MOLCHILAR HUQUQLARINI HIMOYA QILISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

To‘ramirzayev Shohdiyor Abdurahim o‘g‘li
Adliya vazirligi huzuridagi Qonunchilikni tahlil qilish va tartibga solish ta’sirini baholash instituti, bosh maslahatchi

Annotatsiya: Maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida elektron tijorat sohasi, xususan, rasmiy marketpleyslar hamda ijtimoiy tarmoqlardagi onlayn do‘konlarda iste’molchilar huquqlarini himoya qilishning o‘ziga xos huquqiy va amaliy xususiyatlari tahlil qilingan. So‘nggi davr statistik ma’lumotlariga tayangan holda, sohaga oid huquqbuzarliklar tarkibi va tizimli muammolar, jumladan, ijtimoiy tarmoqlardagi “lichkada narx belgilash” (anonimlik va narxni yashirish) amaliyoti va firgarlik holatlari o‘rganilgan. Shuningdek, Yevropa Ittifoqi (DSA, UCPD), Buyuk Britaniya (DMCC) va Singapur kabi davlatlarning raqamli bozorlarni tartibga solish, iste’molchilarni chalg‘ituvchi savdo amaliyotlaridan himoya qilish hamda internet-sahifalarni tezkor bloklashga oid ilg‘or xalqaro tajribalari tahlil etilgan.
Kalit so‘zlar: Elektron tijorat, onlayn do‘kon, marketpleys, iste’molchi huquqlari, ijtimoiy tarmoqlarda savdo, lichkada narx belgilash, axborot assimetriyasi, feyk sharhlar, xalqaro tajriba.

PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS IN E-COMMERCE (ONLINE STORES): SPECIFIC FEATURES AND MODERN TRENDS

Turamirzayev Shokhdiyor Abdurakhim ugli
Senior Consultant, Institute of Legislative Analysis and Regulatory Impact Assessment under the Ministry of Justice

Abstract: The article analyzes the development of the e-commerce sector in the digital economy, specifically focusing on the legal and practical aspects of protecting consumer rights within official marketplaces and online stores on social networks. Based on recent statistical data, it examines the structure of violations and systemic issues, including the practice of hidden pricing (“pricing in direct messages”), anonymity and online fraud. Furthermore, it provides an in-depth analysis of international best practices from the European Union (DSA, UCPD), the United Kingdom (DMCC) and Singapore regarding digital market regulation, protecting consumers from deceptive trading, and swift administrative blocking of non-compliant pages.
Keywords: E-commerce, online store, marketplace, consumer rights, social media commerce, hidden pricing, information asymmetry, fake reviews, international experience.

Kirish

Raqamli texnologiyalar asrida xarid munosabatlarining an’anaviy shakldan elektron platformalarga ko‘chishi global tendensiyaga aylandi. O‘zbekistonda ham raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish va elektron tijorat bozorini kengaytirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risidagi Farmoni hamda yangi tahrirdagi “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi Qonun bu sohadagi munosabatlarni tartibga solishda mustahkam huquqiy poydevor yaratdi.

Biroq, mamlakatimizda onlayn savdo shiddat bilan o‘sayotgan bir paytda, raqamli makon iste’molchilar huquqlarini himoya qilish tizimi oldiga mutlaqo yangi va murakkab vazifalarni qo‘ymoqda. An’anaviy do‘kondan farqli o‘laroq, elektron tijorat platformalarida iste’molchi tovarni sotib olishdan oldin uni ko‘rish, ushlab ko‘rish yoki uning real sifatiga baho berish imkoniyatidan mahrum bo‘ladi. Bu holat jiddiy axborot assimetriyasini keltirib chiqaradi ва xaridorni bitimning eng zaif va himoyasiz tomoniga aylantiradi. Bugungi kunda elektron tijoratning salmoqli qismi huquqiy jihatdan to‘liq tartibga solinmagan virtual platformalar hisobiga to‘g‘ri kelayotganligi sababli, ushbu sohada iste’molchilar huquqlarini himoya qilishning o‘ziga xos xususiyatlarini va mavjud tizimli muammolarni chuqur tahlil qilish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Milliy bozordagi real holat: Tizimli muammolar va statistik tahlil

O‘zbekistonda elektron tijorat sohasidagi munosabatlar asosan “Iste’molchilarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida”gi ва “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi Qonunlar bilan tartibga solinsa-da, amaliyotda ushbu normalarning ishlash mexanizmlarida jiddiy uzilishlar ko‘zga tashlanmoqda. Bugungi kunda mamlakatimizda elektron tijoratning katta qismi rasmiy, ro‘yxatdan o‘tgan marketpleyslar (yagona onlayn savdo maydonchalari) orqali emas, balki ijtimoiy tarmoqlar (Instagram, Telegram, Facebook kabi) tarkibidagi onlayn do‘konlar va xususiy sahifalar orqali amalga oshirilmoqda. Aynan shu subsegmentda iste’molchilar huquqlari buzilishi ko‘rsatkichlari eng yuqori darajani qayd etmoqda.

Vaziyatning real holatini ko‘rish uchun rasmiy statistikaga murojaat qilamiz. **Raqobatni rivojlantirish va iste’molchilar huquqlarini himoya qilish qo‘mitasi tomonidan taqdim etilgan rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, 2026-yilning I choragi yakuniga ko‘ra, elektron tijorat platformalari (marketpleyslar va ijtimoiy tarmoqlardagi onlayn do‘konlar) faoliyati yuzasidan jami 111 ta subyektga nisbatan 1 657 ta murojaat kelib tushgan.** Ushbu murojaatlarning tarkibiy tahlili sohadagi eng og‘riqli nuqtalarni aniq ko‘rsatib beradi:

- **Tovar sifati bilan bog‘liq muammolar:** 602 ta murojaat (umumiy miqdorning 36,3 foizi) iste’molchilarga sifatsiz mahsulot sotilgani, shuningdek, nuqsonli tovarni sotuvchi tomonidan qaytarib olinmasligi yoki almashtirib berilmasligi bilan bog‘liq.
- **To‘lov munosabatlaridagi qonunbuzarliklar:** 278 ta murojaat (16,8 foiz) xaridor tomonidan oldindan pul o‘tkazib berilgandan keyin sotuvchining

mahsulotni yubormasligi, xaridorni bloklab qo‘yishi yoki to‘langan pul mablag‘larini qaytarishdan bosh tortishi kabi ochiqchasiga firgarlik holatlariga to‘g‘ri keladi.

- **Yetkazib berish jarayonidagi kamchiliklar:** 188 ta murojaat (11,3 foiz) sotib olingan tovarlarning vaqtida etib kelmasligi yoki iste’molchi buyurtma qilgan tovar o‘rniga umuman boshqa, o‘xshash bo‘lmagan mahsulot yuborilishi bilan bog‘liq.

Olib borilgan tadqiqotlar natijasida elektron tijorat va ijtimoiy tarmoqlardagi yashirin savdoda iste’molchilarni huquqiy himoyasiz qoldirayotgan quyidagi eng asosiy muammoli jihatlar guruhlashtirildi:

1. **«Lichkaga yozing» (DM – Direct Message) amaliyoti va axborot yashirilishi:** Ijtimoiy tarmoqlardagi aksariyat norasmiy sotuvchilar mahsulot yoki xizmat narxini postlarda ochiq ko‘rsatmasdan har bir xaridorni shaxsiy xabarlarga o‘tishga majburlaydi. Bu holat “Iste’molchilarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida”gi qonunning 6-moddasi (iste’molchiga mahsuolot haqida to‘g‘ri va to‘liq ma’lumot berish) talablariga to‘g‘ridan-to‘g‘ri ziddir. Biroq, virtual makonda ushbu qoidabuzarlikni aniqlash va unga nisbatan jazo qo‘llashning aniq huquqiy mexanizmi mavjud emas.
2. **Sotuvchining anonimligi va identifikatsiya muammosi:** Ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalar yuridik shaxs yoki yakka tartibdagi tadbirkor sifatida davlat ro‘yxatidan o‘tmasdan faoliyat yuritadi. Oqibatda, iste’molchining huquqlari buzilib, unga moddiy zarar yetkazilganda, vakolatli organlar huquqbuzarning real shaxsini va manzilini aniqlashda qiyinchilikka duch kelmoqda.
3. **Ijro mexanizmlarining yetishmasligi va “Eskrou” tizimining ishlamasligi:** Hozirgi kunda vakolatli davlat organlari (Raqobat qo‘mitasi yoki Istiqbolli loyihalar milliy agentligi) virtual makondagi noqonuniy savdo qilayotgan va iste’molchilarni aldayotgan shaxsiy sahifalarni sudgacha bo‘lgan tartibda tezkor bloklash vakolatiga ega emas. Shu bilan birga, “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi qonunning 24-moddasida ko‘zda tutilgan pul mablag‘larini deponentlash (Eskrou) tizimi faqat rasmiy platformalar uchun mo‘ljallangan bo‘lib, ijtimoiy tarmoqlardagi “kartadan kartaga” o‘tkaziladigan yashirin savdo aylanmasida umuman ishlamayapti.
4. **Feyk (soxta) reytinglar va chalg‘ituvchi reklama:** Onlayn sahifalarda mahsulotlarning xususiyatlarini bo‘rttirib ko‘rsatish, feyk botlar yordamida sun’iy ijobiy sharhlar yozish amaliyoti keng tarqalgan bo‘lib, bu iste’molchining to‘g‘ri va mustaqil tanlov qilish huquqini cheklamoqda.

Xalqaro tajriba: Raqamli bozorlarni tartibga solish modellari

Rivojlangan davlatlar qonunchiligida elektron tijorat va ijtimoiy tarmoqlardagi yashirin iqtisodiyotga qarshi kurashish, iste’molchilar huquqlarini kafolatlash bo‘yicha qat’iy va samarali huquqiy modellar shakllangan.

1. Yevropa Ittifoqi (EI) tajribasi: Yevropa Ittifoqida iste’molchi xavfsizligi eng yuqori darajada ta’minlangan. EI qonunchiligiga ko‘ra, internet tarmog‘ida tijorat bilan

shug‘ullanuvchi har qanday subyekt iste’molchi so‘rashidan oldin mahsulotning yakuniy narxini (barcha soliqlar va QQS bilan birgalikda) ochiq e’lon qilishi shart. Narxni yashirish yoki xaridor bilan shaxsiy yozishmalarda savdolashish “Adolatsiz tijorat amaliyoti” (Unfair Commercial Practices Directive - UCPD) deb baholanadi va yirik miqdordagi moliyaviy jarimalarga sabab bo‘ladi.

Bundan tashqari, yaqinda kuchga kirgan Yevropa Ittifoqining “Raqamli xizmatlar to‘g‘risida”gi qonuni (Digital Services Act - DSA) global platformalarga (Instagram, Facebook va b.) o‘z tarmoqlarida savdo qilayotgan onlayn do‘konlar yoki blogerlarning real shaxsini, yuridik hujjatlari va manzillarini majburiy tekshirish (KYC tamoyili) majburiyatini yuklaydi. Agar onlayn do‘kon xaridorni aldasa, platforma uning sahifasini darhol bloklaydi. Shuningdek, EI hududida onlayn xaridlarda 14 kunlik qaytarish huquqi (Right of Withdrawal) amal qiladi: xaridor masofaviy usulda sotib olingan har qanday tovardan hech qanday sababsiz 14 kun ichida voz kechib, pulini to‘liq qaytarib olishga haqli.

2. Buyuk Britaniya tajribasi: Britaniyada raqamli bozorlar maxsus qabul qilingan DMCC (“Raqamli bozorlar, raqoat va iste’molchilar to‘g‘risida”gi Qonun) orqali tartibga solinadi. Mazkur qonun internet-do‘konlarga mahsulotning asl narxini yashirishni, shuningdek, tovar savatchaga solingandan keyin xaridorga “kutilmagan qo‘shimcha to‘lovlar” (drip pricing) yuklashni qat’iyan taqiqlaydi.

Eng muhimi, Britaniyaning Raqobat va bozorlar boshqarmasi (CMA) iste’molchilarni chalg‘itgan, soxta sharhlar (fake reviews) e’lon qilgan yoki narxni yashirgan ijtimoiy tarmoq sahifalarini sud qarorisiz, to‘g‘ridan-to‘g‘ri ma’muriy tartibda tezkor bloklash va internet-provayderlardan ularning trafigini cheklashni talab qilish bo‘yicha mutlaq vakolatga ega.

3. Singapur tajribasi: Singapur Iste’molchilar assotsiatsiyasi (CASE) va Savdo vazirligi internetdagi yashirin savdoni jilovlash uchun maxsus “Majburiy ijtimoiy kod” tizimini joriy etgan. Unga ko‘ra, ijtimoiy tarmoqlar orqali biznes qilayotgan har bir shaxs Singapurning Markaziy biznes reyestridan (ACRA) ro‘yxatdan o‘tib, o‘z sahifasining bosh qismiga maxsus raqamli kodni joylashtirishi shart. Kontakt ma’lumotlari yoki tovar narxlari yashirin bo‘lgan sahifalar rasman “qonundan tashqarida” deb hisoblanadi va davlat fuqarolarga bunday manbalardan xarid qilmaslikni tavsiya etadi.

Xulosa

Elektron tijoratda, ayniqsa nazoratsiz ijtimoiy tarmoqlar segmentida iste’molchilar huquqlarini himoya qilish bugungi kunning eng dolzarb iqtisodiy-huquqiy masalalaridan biridir. Xalqaro tajriba tahlili shuni ko‘rsatadiki, internet makonida iste’molchining huquqiy xavfsizligini ta’minlash — narxlarning ochiqligi, sotuvchilarning to‘liq identifikatsiya qilinishi hamda iste’molchilarni aldovchi guruhlarga nisbatan tezkor ma’muriy choralar ko‘rish tizimining samarali ishlashiga bevosita bog‘liq. Mazkur global huquqiy tendensiyalar va milliy bozordagi tizimli muammolarni (xususan, narxlarni yashirish va firgarlik statistikasini) o‘rganish kelgusida ushbu sohadagi qonunchilik asoslarini tubdan

takomillashtirish va raqamli iqtisodiyotda iste’molchilar ishonchini oshirish uchun xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O‘zbekiston Respublikasining “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi Qonuni // Lex.uz.
2. O‘zbekiston Respublikasining “Iste’molchilarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida”gi Qonuni // Lex.uz.
3. O‘zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste’molchilar huquqlarini himoya qilish qo‘mitasining 2026-yil I chorak yakunlari bo‘yicha rasmiy hisoboti.
4. EU Digital Services Act (DSA) / Official Journal of the European Union.
5. UK Digital Markets, Competition and Consumers (DMCC) Act.