

СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ УЗБЕКИСТАНА

Ажимуратова З.Б. –

*базовый докторант Каракалтакского Государственного
Университета имени Бердаха*

Электронная коммерция представляет собой одно из ключевых направлений цифровой трансформации экономики, демонстрируя устойчивую динамику роста в Узбекистане. Несмотря на то что первые законодательные инициативы в данной сфере были предприняты еще в 2004 году, активное развитие e-commerce началось лишь в последние годы. По состоянию на 2023 год в стране зарегистрировано более 50 маркетплейсов с совокупным годовым оборотом в размере 300 млн долларов США. Прогнозируется, что к 2027 году данный показатель достигнет 1 млрд долларов США. Кроме того, 57 международных цифровых компаний, включая Meta, Google и Apple, уплатили налоги в размере 70 млрд сумов, подтверждая интеграцию Узбекистана в глобальное цифровое пространство. Объем рынка Uzum вырос с 201 млн долларов в 2021 году до 543 млн долларов в 2023 году. Параллельно наблюдается рост в секторе ритейла — с \$11,273 млн в 2021 до \$15,187 млн в 2023 году, что отражает общее ускорение цифровизации торговли и переход от традиционных форм к современным онлайн-платформам [1].

Несмотря на явные плюсы, такие как оперативность и удобство совершения покупок, бурное развитие электронной коммерции сопровождается рядом проблем. В частности, возникают конфликты между участниками сделок, особенно на фоне угроз конфиденциальности персональных данных, что усложняет процесс покупки и увеличивает риски для пользователей.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью выявления и анализа ключевых угроз и рисков, с которыми сталкиваются пользователи e-commerce, включая утечку персональных данных, мошеннические действия, отсутствие эффективных механизмов защиты прав потребителей и недостаточную цифровую грамотность населения.

Целью данного исследования является выявление основных угроз и рисков для потребителей в сфере электронной коммерции Республики Узбекистан, а также анализ разработка рекомендаций по совершенствованию системы защиты прав потребителей с учётом международного опыта.

Методология. В ходе написания данной статьи, для полного понимания темы применялись общенаучные методы как сравнительно-правовой анализ национального и зарубежного опыта, анализ нормативно-правовых актов Республики Узбекистан в сфере электронной коммерции и защиты прав потребителей, а также эмпирические методы, включая системный подход к изучению проблем правоприменения, изучение статистических данных государственных органов, анализ деятельности электронных торговых площадок и маркетплейсов.

Результаты. Анализ действующей нормативно-правовой базы Республики Узбекистан в сфере электронной коммерции показал наличие значительных достижений в законодательном обеспечении прав потребителей. В частности, в настоящее время регулирование отношений в e-commerce осуществляется посредством таких нормативных актов, как Гражданский кодекс Республики Узбекистан, Закон «О защите прав потребителей» от 26 апреля 1996 года №221-І, а также сравнительно недавно принятый Закон «Об электронной коммерции» от 29 сентября 2022 года №ЗРУ-792. Указанные документы формируют правовую основу для регулирования цифровых сделок и защиты прав участников онлайн-торговли. Однако эмпирическое исследование и анализ практики правоприменения выявили ряд существенных проблем.

Во-первых, одной из основных угроз для потребителей в сфере электронной торговли остаётся утечка персональных данных, вызванная недостаточной защищённостью информационных систем и отсутствием прозрачных процедур обработки данных. Несмотря на наличие в Законе Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» норм, касающихся конфиденциальности, в нём оццтвуют конкретные механизмы мониторинга и ответственности за нарушения. Особенно ярко эта проблема проявилась 18 октября 2023 года, когда ГУП «Центр кибербезопасности» выявил утечку более 200 000 пользовательских учётных записей, размещённых в Telegram. Большая часть информации оставалась актуальной и представляла угрозу для информационных систем государственных и частных структур. Причинами инцидента стали слабая парольная политика, использование устаревшего ПО, фишинг и действия инсайдеров[2]. Закон «О персональных данных» требует от операторов внедрения технических и организационных мер защиты. Однако без реального контроля и санкций эффективность таких мер остаётся ограниченной.

Во-вторых, с развитием цифровых технологий мошеннические действия в интернете, такие как фишинговые сайты, поддельные онлайн-магазины и схемы с предоплатой без последующей доставки товара, остаётся одной из наиболее острых проблем в электронной торговле. Несмотря на наличие базовых норм в Законе Республики Узбекистан «Об электронной коммерции»[3], действующее регулирование не учитывает всех особенностей цифровой среды. Анализ статей 12 и 13 закона показывает, что на операторов электронных торговых площадок не возлагается универсальная обязанность по верификации всех продавцов, за исключением тех, чья деятельность подлежит лицензированию. Более того, освобождение операторов от ответственности за содержание электронных документов, передаваемых продавцами, значительно снижает уровень потребительской защиты.

Дополнительную угрозу представляет правовая неопределённость торговых операций, совершаемых через социальные сети, такие как Telegram и Instagram. Эти каналы не признаются официальными средствами дистанционной торговли, что позволяет недобросовестным продавцам действовать вне правового поля — без регистрации, без налоговой отчётности и без предоставления информации, обязательной для потребителя. Совершенствование законодательства требует внедрения механизмов идентификации продавцов и усиления ответственности операторов платформ за безопасность цифровой торговли.

В-третьих, **низкий уровень цифровой грамотности** населения Узбекистана ограничивает способность потребителей адекватно оценивать риски и пользоваться своими правами. Многие пользователи не знакомы с базовыми принципами безопасного интернет-поведения, что делает их уязвимыми перед недобросовестными продавцами и злоумышленниками.

В-четвертых, в действующем законодательстве **оццтвуют четко прописанные нормы, регулирующие деятельность маркетплейсов**, а также их ответственность за нарушения прав потребителей. Это создает правовой вакуум, в рамках которого пользователи зачастую не имеют эффективных инструментов для защиты своих интересов в случае спора с продавцом, особенно если последний зарегистрирован за пределами страны.

На международном уровне активно применяются модели саморегулирования, цифровые омбудсмены, а также интеграция алгоритмов искусственного интеллекта для мониторинга качества услуг. Например, в ЕС действует механизм разрешения потребительских споров онлайн (ODR), который может служить ориентиром для адаптации в узбекских реалиях. Узбекистану важно учитывать данный опыт при разработке и модернизации национальной системы защиты прав потребителей в цифровой среде.

Заключение. Развитие электронной коммерции в Республике Узбекистан демонстрирует высокий потенциал для укрепления цифровой экономики и интеграции страны в глобальное информационное пространство. Однако стремительный рост e-commerce сопровождается существенными вызовами, связанными с обеспечением

безопасности персональных данных, противодействием мошенничеству, низкой цифровой грамотностью населения и недостаточным уровнем правового регулирования.

Анализ действующего законодательства показал, что, несмотря на наличие нормативных актов — таких как Закон «О защите прав потребителей», Закон «Об электронной коммерции» и Закон «О персональных данных», — правоприменительная практика выявляет пробелы, препятствующие эффективной защите интересов пользователей. Особенно остро стоит вопрос об ответственности операторов маркетплейсов, необходимости регулирования торговли через социальные сети и создании прозрачных механизмов контроля за обработкой данных.

Для решения выявленных проблем представляется целесообразным принять следующие меры и рекомендации:

Во-первых, совершенствование нормативно-правовой базы, **внести изменения в Закон «Об электронной коммерции»**. Необходимо закрепить в законе обязанность всех продавцов, осуществляющих торговлю через интернет, проходить **обязательную верификацию** (подтверждение личности и регистрации бизнеса). Это позволит: предотвратить деятельность анонимных и мошеннических продавцов; повысить доверие покупателей к онлайн-платформам; установить ответственность операторов маркетплейсов за размещение недостоверной информации о товарах и продавцах.

Во-вторых, **урегулировать торговлю через социальные сети (Instagram, Telegram и др.)**. Необходимо внести поправки в законодательство, признающие такие каналы **официальными средствами дистанционной торговли**, при условии: регистрации продавца в налоговых органах; предоставления покупателю информации о товаре, цене, условиях возврата; возможности оцелиживания и фиксации сделки. Это позволит вывести «теневую онлайн-торговлю» в правовое поле.

В-третьих, одним из ключевых направлений совершенствования системы защиты прав потребителей в сфере электронной коммерции является усиление защиты персональных данных. Для этого необходимо внедрить механизм государственного мониторинга и аудита информационной безопасности интернет-магазинов и маркетплейсов, обеспечивающий регулярную проверку хранения, шифрования и защиты пользовательской информации. Важным шагом также является установление строгих административных и уголовных санкций за утечку данных, что повысит уровень ответственности операторов e-commerce. Кроме того, целесообразно создать национальную платформу уведомлений о киберинцидентах, позволяющую оперативно информировать пользователей о случаях утечки или мошенничества и предоставлять рекомендации по защите данных. Аналогичные системы успешно функционируют в ЕС[4] и США[5], где компании обязаны уведомлять о нарушениях конфиденциальности в течение 72 часов, что может служить эффективным ориентиром для Узбекистана.

Таким образом, обеспечение прав потребителей в сфере электронной коммерции требует комплексного подхода, объединяющего законодательное совершенствование, институциональное развитие, повышение цифровой культуры и международное сотрудничество. Только системное внедрение этих мер позволит Узбекистану не только минимизировать цифровые риски, но и создать безопасную, прозрачную и устойчивую экосистему электронной торговли.

ЛИТЕРАТУРЫ:

1. <https://gov.uz/ru/miit/news/view/10847>
2. <https://csec.uz/ru/news/vyyavlena-publikatsiya-bazy-uchetnykh-zapisey-polzovateley-razlichnykh-informatsionnykh-resursov/>
3. Закон Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» от 29.09.2022г. №ЗРУ-792, <https://lex.uz/ru/docs/6213428>
4. Regulation (EU) 2016/679 (Общий регламент по защите данных — GDPR), ст. 33. <https://gdpr-info.eu>

5. Cyber Incident Reporting for Critical Infrastructure Act of 2022. <https://www.dwt.com>

REZYUME:

Maqolada Ўzbekistondagi elektron tijorat tahdidlari va xavflari, jumladan, shaxsiy maʼlumotlarning sizib chiqishi, internet firibgarligi va huquqiy boʻshliq oʻrganilib, isteʼmolchilar huquqlarini himoya qilish tizimini takomillashtirish choralari taklif etilgan.

Kalit soʻzlar: elektron tijorat, isteʼmolchilar huquqlarini himoya qilish, shaxsiy maʼlumotlar, kiberxavfsizlik, firibgarlik, marketpleys, qonunchilik, Ўzbekiston.

РЕЗЮМЕ:

В статье исследуются угрозы и риски электронной коммерции в Узбекистане, включая утечку персональных данных, интернет-мошенничество и правовой вакуум, а также предлагаются меры по совершенствованию системы защиты прав потребителей.

Ключевые слова: электронная коммерция, защита прав потребителей, персональные данные, кибербезопасность, мошенничество, маркетплейс, законодательство, Узбекистан.

RESUME:

The article examines the threats and risks of e-commerce in Uzbekistan, including personal data leakage, internet fraud, and legal vacuum, and proposes measures to improve the consumer rights protection system.

Keywords: e-commerce, consumer rights protection, personal data, cybersecurity, fraud, marketplace, legislation, Uzbekistan.