



Legal protection of consumers in e-commerce: modern challenges and development prospects

Zulfira AJIMURATOVA¹

Berdakh Karakalpak State University

ARTICLE INFO

Article history:

Received May 2025

Received in revised form

15 June 2025

Accepted 25 June 2025

Available online

15 July 2025

Keywords:

e-commerce,
consumer rights protection,
digital environment,
legislative regulation,
online trade,
consumer rights.

ABSTRACT

The article addresses pressing issues of consumer legal protection in the context of rapidly developing e-commerce. The author analyzes modern challenges, including insufficient legal protection, payment recovery problems, and personal data vulnerabilities. The research is based on a comparative analysis of national and foreign experience, regulatory legal acts, and scientific literature. Special attention was paid to the need to adapt legislation to the new realities of digital trade. As a result, the main problems were formulated, and directions for improving legal regulation in this area were proposed.

2181-1415/© 2025 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol6-iss6/S-pp10-15>

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Elektron tijoratda iste'molchilarni huquqiy himoya qilish: zamonaviy muammolar va rivojlanish istiqbollari

ANNOTATSIYA

Kalit so'zlar:

elektron tijorat,
iste'molchilar huquqlarini
himoya qilish,
raqamli muhit,
qonuniy tartibga solish,
onlayn savdo,
iste'molchilar huquqlari.

Maqolada elektron tijoratning jadal rivojlanishi sharoitida iste'molchilarni huquqiy himoya qilishning dolzarb masalalari ko'rib chiqiladi. Muallif zamonaviy muammolarni, jumladan, huquqiy himoyaning yetarli emasligi, to'lovlarni qaytarish muammolari va shaxsiy ma'lumotlarning zaifligini tahlil qiladi. Tadqiqotda milliy va xorijiy tajriba, normativ-huquqiy hujjatlar hamda ilmiy adabiyotlarning qiyosiy tahliliga asoslanilgan. Qonunchilikni raqamli savdoning yangi voqeliklariga moslashtirish zarurligiga alohida e'tibor qaratildi. Natijada mazkur sohadagi asosiy muammolar shakllantirilgan va huquqiy tartibga solishni takomillashtirish yo'nalishlari taklif etilgan.

¹ Doctoral Student, Berdakh Karakalpak State University.

Правовая защита потребителей в электронной коммерции: современные вызовы и перспективы развития

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

электронная коммерция,
защита прав
потребителей,
цифровая среда,
законодательное
регулирование,
онлайн-торговля,
права потребителей.

В статье рассматриваются актуальные вопросы правовой защиты потребителей в условиях стремительного развития электронной коммерции. Автор анализирует современные вызовы, включая недостаточную правовую защищённость, проблемы возврата платежей и уязвимость персональных данных. Исследование основано на сравнительном анализе национального и зарубежного опыта, нормативно-правовых актов и научной литературы. Особое внимание уделено необходимости адаптации законодательства к новым реалиям цифровой торговли. В результате сформулированы основные проблемы и предложены направления совершенствования правового регулирования в данной сфере.

ВВЕДЕНИЕ

Современные рыночные условия, характеризующиеся избытком предложения, постоянной модификацией товаров и появлением новых продуктов, широкими возможностями для ценового мониторинга в сети Интернет, а также развитой инфраструктурой сервисного обслуживания (включающей доставку, ремонт и замену), формируют благоприятные условия для реализации потребительских предпочтений. Ключевым фактором, усиливающим позицию потребителя на рынке, остаётся высокая степень конкуренции между поставщиками товаров и услуг. Даже наиболее сдержанный и пассивный потребитель обладает определённой степенью рыночной власти по отношению к продавцу.

Как подчёркивают Т. Квятковская и Г. Осипова в книге «Защити себя сам», потребитель – не просто претендент на звание покупателя или заказчика услуг. Его гражданско-правовой статус свидетельствует о том, что в условиях рынка он первая и главная фигура. Защита его прав начинается со знания этих прав. Наши права потребителя нарушаются на каждом шагу, мы все по этому поводу сетуем, жалуемся друг другу, ругаем власть или какие-то государственные органы, но от этого мало что меняется. А знаете почему? Потому что главный и первый виновник нарушения прав потребителей – сам потребитель. Ведь потребительские права никогда не будут реализованы, если на них нет спроса. А откуда возьмётся этот спрос, если вы эти права не знаете либо знаете о них чуть-чуть, понаслышке?

Не каждый субъект выступает в роли продавца, однако каждый в той или иной степени является потребителем товаров и (или) услуг, тем самым вступая в гражданско-правовые отношения, регулируемые нормами купли-продажи. Качественные характеристики приобретаемых товаров и оказываемых услуг являются определяющим фактором обеспечения надлежащего уровня жизнедеятельности, а также гарантией охраны здоровья и безопасности потребителя. В то же время реализация продукции и предоставление услуг, не соответствующих установленным законодательством требованиям, представляет собой потенциальную угрозу общественной безопасности и благополучию.

Потребитель должен знать свои права и уметь защищать свои права. А кто такой потребитель? Какие права есть у потребителя?

Согласно нормам Закона Республики Узбекистан «О защите прав потребителей» (далее – Закон № 221-I) от 17 мая 1996 года, где установлены общие правила потребителей.

Так, соответствии статьи 1 Закона № 221-I даётся законное толкование к понятию потребитель.

Потребитель – гражданин (физическое лицо), приобретающий, заказывающий либо имеющий намерение приобрести или заказать товар, или работу, услугу в целях личного потребления или иных целях, не связанных с извлечением прибыли.

В статье 4 Закона №221-I установлены основные права потребителей такие, как:

- получение достоверной и полной информации о товаре (работе, услуге), а также изготовителе (исполнителе, продавце);

- свободный выбор и надлежащее качество товара (работы, услуги);

- безопасность товара (работы, услуги);

- возмещение в полном объеме материальных убытков, морального вреда, причиненных товаром (работой, услугой) с недостатками, опасными для жизни, здоровья и имущества, а также неправомерным действием (бездействием) изготовителя (исполнителя, продавца);

- обращение в суд, другие уполномоченные государственные органы за защитой нарушенных прав или охраняемых законом интересов;

- создание общественных объединений потребителей;

Конституция Республики Узбекистан закрепляет приоритетность прав потребителей как один из ключевых принципов социально-экономической политики государства. Статья 65 Основного закона гласит, что «Основу экономики Узбекистана, направленной на повышение благосостояния граждан, составляет собственность в ее различных формах. Государство создает условия для развития рыночных отношений и добросовестной конкуренции, гарантирует свободу экономической деятельности предпринимательства и труда **с учетом приоритетности прав потребителей**».

Наряду с традиционными формами торговли, осуществляемыми на рынках и в розничных магазинах, где потребитель имеет возможность непосредственного взаимодействия с продавцом, в последние годы стремительно развивается электронная коммерция, основанная на использовании интернет-технологий и возможности осуществления онлайн-оплаты. Цифровизация различных сфер общественной жизни способствовала значительному упрощению доступа к онлайн-покупкам, что привело к их интеграции в повседневную практику потребителей. Существенным фактором, ускорившим рост электронной торговли, стали ограничительные меры, введенные в период глобальной пандемии COVID-19, включая запрет на выход из дома и установление режима комендантского часа, что обусловило переход значительной части торговли в цифровую среду.

МЕТОДОЛОГИЯ

В ходе написания данной статьи, для полного понимания темы, а также возможности совершения сравнительного анализа национального и зарубежного опыта, были изучены научные работы таких постсоветских теоретиков и

практиков, как А.А. Коваль и А.Д. Левашенко, авторы научной статьи «Защита потребителей в электронной торговле», автор статьи Налетова М.М. «Электронная торговля и защита прав потребителей-участников электронной торговли», автор научной статьи А.Н. Королева «Защита прав потребителей в условиях формирования цифрового товарного рынка», а также рассмотрены научные труды и публикации национальных авторов, таких как автор статьи Джураева Н. «Потребитель в цифровом пространстве; правовые механизмы защиты при онлайн-покупках», автор научной статьи Иноятова С. «Особенности регулирования защиты прав потребителей в Узбекистане». В ходе изучения вышеперечисленных научных работ, автором данной статьи, на основе национального и зарубежного опыта был проведен анализ особенности такого нововведения, как электронная торговля, изучена история защиты прав потребителей, события ставшие основой для развития электронной торговли, преимущества и недостатки, а также новые возможности и риски, связанные с защитой потребителей в электронной коммерции. Стоит добавить, что в вышеупомянутых работах были замечены некоторые противоречия насчет преимуществ и недостатков данного нововведения, а также вопросы, на которые они не могли ответить.

Помимо изучения научной литературы, также были изучены касающиеся данной сферы нормативно-правовые акты, так как именно они являются базовой основой любого нововведения, независимо от того, какие правоотношения оно затрагивает. Базой послужили нормативные акты Республики Узбекистан:

- Закон «О защите прав потребителей»,
- Закон «Об электронной коммерции»,
- Гражданский кодекс Республики Узбекистан, а также международные документы:
- Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по эффективной организации государственного управления в сфере развития конкуренции и защиты прав потребителей в рамках административных реформ»
- Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по усилению защиты прав потребителей цифровой продукции (услуг) и борьбы с правонарушениями, совершаемыми посредством цифровых технологий»
- Руководящие принципы ООН для защиты прав потребителей,
- Регламент ЕС № 2017/2394.

Для понимания текста нормативно-правовых актов и научной литературы были использованы методы критического, сравнительного и юридического анализа, а также общенаучные и специфические, исследовательские и когнитивные методы, такие как метод анализа и синтеза. Препятствием в изучении национального опыта в полном объеме выступило лишь ограниченное количество научных статей, опубликованных теоретиками и практиками Республики Узбекистан.

ОБСУЖДЕНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Цифровая экономика признана одним из ключевых приоритетов стратегического развития Республики Узбекистан. Согласно Указу Президента Республики Узбекистан от 5 октября 2020 года №УП-6079, утвердившему Стратегию «Цифровой Узбекистан – 2030», важнейшей задачей определено создание современной правовой и регуляторной среды, способствующей внедрению и развитию цифровых технологий, а также ведению экономической деятельности с их применением. В рамках становления цифровой экономики особое значение

приобретает цифровой товарный рынок, который представляет собой систему электронной коммерции. Участники этой системы осуществляют взаимодействие посредством электронного документооборота, обмена цифровыми данными и заключения сделок в электронной форме. Регулирование цифровых рынков осуществляется как на уровне национального законодательства, так и в рамках международных и транснациональных норм, что подчеркивает необходимость комплексного подхода к правовому обеспечению цифровой торговли.

В результате анализа выделены следующие ключевые проблемы, характерные для потребительского взаимодействия в цифровой среде:

- **Недостаточная правовая защищённость потребителей.**

Стремительное развитие цифровой экономики и рост онлайн-торговли обострили проблему правовой защищённости потребителей. Современные законодательные механизмы, ориентированные на офлайн-сделки, оказываются неэффективными в условиях цифровых платформ, где агрегаторы и маркетплейсы зачастую избегают ответственности за качество товаров и достоверность информации. Это способствует росту нарушений прав потребителей, включая продажу некачественной продукции, несоблюдение сроков доставки и отказ в возврате средств. Дополнительные риски создаёт дистанционный характер сделок и сложность идентификации продавца. Отсутствие чёткой правовой регламентации цифровых посредников требует пересмотра нормативной базы и адаптации к новым реалиям.

- **Отсутствие надёжных механизмов возврата платежей.**

В условиях стремительного роста электронной коммерции одной из ключевых проблем остаётся отсутствие надёжных механизмов возврата потребительских платежей. На практике нередко возникают сложности при реализации права потребителя на отказ от товара, особенно в случаях, когда продавец уклоняется от возврата денежных средств. Это обусловлено не только техническими препятствиями, но и правовой неопределённостью: действующее законодательство не предусматривает чётко регламентированных процедур, обеспечивающих возврат платежей в дистанционной торговле. В ряде стран, таких как Китай, успешно реализованы механизмы депонирования (эскроу), при которых оплата временно удерживается третьей стороной и передаётся продавцу только после подтверждения получения и качества товара. В национальной правоподобной аналогичные конструкции отсутствуют, что делает потребителя уязвимым в случае недобросовестного исполнения обязательств со стороны продавца.

- **Уязвимость персональных данных.**

Одновременно с этим встает острая проблема защиты персональных данных потребителей в цифровом пространстве. Электронные платформы, включая агрегаторы, активно собирают и обрабатывают большие объёмы информации о пользователях, включая поведенческие алгоритмы, предпочтения, историю покупок и иные конфиденциальные сведения. Эти данные используются как в коммерческих целях, так и в рамках персонализированной рекламы. Однако при отсутствии прозрачных правил и механизмов контроля возникает реальный риск несанкционированного доступа, утечки или злоупотребления информацией. Законодательство в данной сфере носит фрагментарный характер, а правовой статус алгоритмов обработки данных и объём ответственности платформ остаются неурегулированными.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ нормативно-правовой базы, а также научных подходов к защите прав потребителей в условиях электронной коммерции выявил наличие существенных проблем, требующих системного решения. В целях повышения уровня правовой защищённости потребителей в цифровом пространстве необходимо внедрение комплексных реформ, направленных на адаптацию действующего законодательства к специфике электронных торговых отношений.

Во-первых, требуется правовая регламентация статуса цифровых платформ и посредников (агрегаторов, маркетплейсов), с установлением их ответственности за качество предоставляемой информации и товаров. Это позволит устранить правовой вакуум, в котором действуют многие участники электронной торговли, избегая обязательств перед потребителями.

Во-вторых, целесообразно разработать и внедрить в национальное законодательство механизм гарантированного возврата платежей, аналогичный системе эскроу, применяемой в международной практике. Такой механизм позволит обеспечить финансовую безопасность потребителей и минимизировать риск недобросовестного поведения продавцов.

В-третьих, актуальным остаётся вопрос эффективной защиты персональных данных. Необходима разработка специализированного нормативного акта, устанавливающего требования к обработке и хранению данных в электронной торговле, включая алгоритмы искусственного интеллекта, применяемые платформами. Также следует ввести обязательный аудит и сертификацию цифровых платформ в части соблюдения стандартов информационной безопасности.

Таким образом, решение обозначенных проблем требует не только совершенствования законодательства, но и формирования институциональных механизмов контроля, правоприменительной практики, а также повышения уровня правовой грамотности потребителей. Только комплексный подход позволит обеспечить надёжную защиту прав потребителей в условиях стремительно развивающейся цифровой экономики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ:

1. Конституция Республики Узбекистан. Национальная база данных законодательства, от 01.05.2023, <https://lex.uz/docs/6445147>
2. Закон Республики Узбекистан «О защите прав потребителей» от 26.04.1996г. №221-I. <https://lex.uz/ru/docs/14643>
3. Закон Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» от 29.09.2022г. №ЗРУ-792, <https://lex.uz/ru/docs/6213428>
4. Указ Президента Республики Узбекистан Об утверждении стратегии «Цифровой Узбекистан-2030» и мерах по её эффективной реализации от 05.10.2020г. №УП-6079, <https://lex.uz/docs/5031048>
5. Научная статья А.А.Коваль, А.Д.Левашенко «Защита потребителей в электронной торговле», Российский Внешнеэкономический Вестник 7-2018, стр. 99, <https://cyberleninka.ru/article/n/zaschita-potrebiteley-v-elektronnoy-torgovle>
6. Налетова М.М. «Электронная торговля и защита прав потребителей-участников электронной торговли», Журнал «Право и практика» 4-2024, стр. 75, <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-torgovlya-i-zaschita-prav-potrebiteley-uchastnikov-elektronnoy-torgovli>