

ELEKTRON TIJORATDA SOTUVCHI MANFAATLARINI HUQUQIY HIMOYA QILISH

Abdihakimov Farhod Zafar o'g'li

Toshkent davlat yuridik universiteti magistranti

fabdihakimov@gmail.com

Annotatsiya. Har bir davlatda tadbirkorlar huquq va manfaatlarini himoya qilish masalasi alohida ahamiyat kasb etadi. Ularning manfaatlarini himoya qilish, huquqlaridan foydalanishga keng yo'l ochib berish, nafaqat ularning manfaatiga, balki xalq manfaatiga ham xizmat qiladi. Shu o'rinda elektron tijorat sohasida ham sotuvchi manfaatlarining himoyasi, ayniqsa bugungi kunda har bir inson elektron tijoratda faoliyat yuritish imkoniyatiga ega bo'layotganida juda muhim hisoblanadi. Zero, har bir tadbirkor qonun himoyasi ostida ekanligini his etmog'i lozim.

Kalit so'zlar: elektron tijorat, ishtirokchilar, ommaviy oferta, sotuvchi

LEGAL PROTECTION OF THE SELLER'S INTERESTS IN ELECTRONIC COMMERCE

Abdihakimov Farhod Zafar ugli

Master's degree student of Tashkent State University of Law

fabdihakimov@gmail.com

Abstract. The issue of protecting the rights and interests of entrepreneurs is of particular importance in every country. Protecting their interests, opening a wide way to exercise their rights, serves not only their interests, but also the interests of the people. At this point, the protection of the seller's interests in the field of e-commerce is very important, especially today, when everyone has the opportunity to operate in e-commerce. After all, every entrepreneur should feel that he is under the protection of the law.

Key words: e-commerce, participants, public offer, seller

Internet va zamonaviy texnologiyalarning rivojlanishi nafaqat insonlar hayotiga, balki mamlakat iqtisodiyotiga ham o'z ta'sirini ko'rsatmoqda. Bugungi kunda elektron savdo platformalarida savdo qilish tadbirkorlik subyektlariga va o'zini-o'zi band qilgan shaxslarga qator qulayliklar yaratmoqda, bu esa aholini bandligini ta'minlashga va kichik tadbirkorlik subyektlarining rivojlanishiga xizmat qilmoqda. Hatto an'anaviy savdo bilan band bo'lgan tadbirkorlik subyektlari ham savdo bilan shug'ullanish uchun elektron savdo maydonlarini tanlayotgani so'zimizning isbotidir. Chunki, elektron tijorat an'anaviy savdoga nisbatan bir qator qulayliklarga ega hisoblanib, bular:

- tijorat faoliyatini Internet tarmog'i orqali o'ziga xos muhitda amalga oshirilishi;
- tovar (ish, xizmat)larni sotib oluvchilarga onlayn taqdim etish imkoniyati;
- sotib olingan tovar (ish, xizmat)lar uchun hisob-kitoblarni amalga oshirishda to'lov tizimlaridan foydalanish imkoniyatining mavjudligi;
- sotib olingan tovar (ish, xizmat)lar haqini elektron pullar bilan to'lash;
- elektron tijorat ishtirokchilarini firibgarlikdan himoya qilish maqsadida maxsus dasturlardan foydalanilishi (bunda shaxsga doir ma'lumotlar xususidagi qonunchilik normalariga rioya qilinishi kafolatlari mavjudligi);
- sotib oluvchilarga o'zlariga zarur bo'lgan tovar (ish, xizmat)larni tezkor qidirish imkoniyatining mavjudligi;
- elektron savdo maydonlarining sotuvchilar uchun xalqaro bozorlarga chiqish imkonini berishi, sotib oluvchilar uchun esa xalqaro bozorlardan mahsulot xarid qilish imkoniyatining mavjudligi. [1]

Elektron tijoratning o'sish sur'atlari yuqoriligi nafaqat kichik va o'rta tadbirkorlik subyektlarini, balki yirik tadbirkorlik subyektlarini ham ushbu sohaga kirishga undamoqda. Bu o'z o'rnida elektron tijoratda ishtirokchisi hisoblanmish sotuvchilar sonining ortishiga sabab bo'ladi. Masalan, bugungi kunda Uzum Market marketpleysida 5000 dan ortiq kompaniya va sotuvchilar o'z mahsulotlarini sotmoqdalar. [3]

O'zbekiston Respublikasi "Elektron tijorat to'g'risida"gi Qonuni bevosita elektron tijorat sohasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi normativ-huquqiy hujjatlardan biri bo'lib, mazkur normativ-huquqiy hujjatda elektron tijorat munosabatlari ishtirokchilarining huquq va majburiyatlari aniq qilib belgilab

berilgan. Mazkur Qonunning 8-moddasiga asosan elektron tijoratda tovarlarni sotuvchi, xizmatlarni yetkazib beruvchi yoki ishlarni bajaruvchi sifatida ishtirok etuvchi yuridik va jismoniy shaxslar, shuningdek, elektron tijoratda tovarlarning (ishlarning, xizmatlarning) xaridori, iste'molchisi sifatida ishtirok etuvchi yuridik yoki jismoniy shaxslar elektron tijorat ishtirokchisi ekanligi belgilab qo'yilgan.

Ushbu huquq normasidan kelib chiqib, ishtirokchilar o'rtasidagi munosabatlarni ham 3 guruhga bo'lishimiz mumkin, bular:

- sotuvchi va elektron savdo maydonchasi operatori o'rtasidagi ijtimoiy munosabatlar;
- elektron savdo maydonchasi operatori va xaridor o'rtasidagi ijtimoiy munosabatlar;
- sotuvchi va xaridor o'rtasidagi ijtimoiy munosabatlar.

Elektron tijorat sotuvchilar sonining ortishi bugungi kunda ularning elektron tijorat operatorlari bilan munosabatlarida bir qator huquqiy tartibga solinmagan munosabatlarni yuzaga chiqarmoqda. Chunki, elektron tijoratda tovar (mahsulotlar) aylanish jarayonini elektron savdo maydonlarida sotish tomonidan qaraydigan bo'lsak, mazkur tovatlarni elektron savdo platformalarining omborlariga yetkazish, ularni qabul qilib olish, elektron savdo maydonchasiga sotuvga chiqarish, sotuv jarayonida raqobat qoidalariga rioya etilishi, sotilgan tovarni but va lozim darajada sifatli holatda xaridorga yetkazib berish masalalarida tadbirkorlik subyektlarining huquq va manfaatlari himoya qilish huquqiy tartibga solinmaganligi tadqiqot mavzusining dolzarbligini tashkil qiladi. Bu o'z o'rnida yuqorida ta'kidlaganimizdek, sotuvchi va elektron savdo maydonchasi operatorlari o'rtasidagi ijtimoiy munasabatlardir.

Mazkur ijtimoiy munosabatdan kelib chiqib quyidagi muammolarni tadqiq etish lozim bo'ladi, bular:

birinchidan, mamlakatimiz aholisi o'rtasida o'tkazilgan so'rovnomada ishtirok etgan har ikkinchi o'zbekistonlik elektron marketpleyslarda xarid amalga oshirayotgan bir paytda, ushbu marketpleyslarda tadbirkorlik subyektlari o'rtasida raqobat qonunchiligiga oid huquq normalarini aylanib o'tish holatlari kuzatilayotganligi. Bu holatning yuzaga kelishiga elektron savdo maydonchalarining imkoniyatlaridan noto'g'ri maqsadlarda foydalanilishi sabab bo'lmoqda. Masalan, sotuvchi tomonidan sotuvga qo'yilgan 50 dona mahsulotning uzoq manzilga xuddi shu mahsulotni sotayotgan boshqa sotuvchi tomonidan xaridor sifatida buyurtma qilinishi, ammo mahsulot aytilgan manzilga

yetib borganida mahsulotni mahsulot qabul qilish punktlaridan olib ketilmasligi va mahsulot yana omborga qaytib kelishini aytishimiz mumkin. Mahsulotning uzoq manzilga yetib borishi va omborga qayta olib kelinishi ma'lum bir vaqtni talab qilishi hech kimga sir emas. Bu holatda sotuvchining ushbu mahsuloti haqiqiy xaridorlar tomonidan sotib olinishi va unga daromad keltirishi mumkin edi.

Ikkinchidan, sotuvchi tomonidan elektron savdo maydonchasining operatoriga yetkazib berilgan berilgan tovar va mahsulotlarning o'z vaqtida sotib oluvchiga yetkazib berilmayotganligi masalasidir. Ushbu holatdagi muammo tovar va mahsulotlarning elektron savdo maydonchasi operatorlarining omborlarida yo'qolib qolishi yoki ombor xodimlarining e'tiborsizligi natijasida tovar va mahsulotga buyurtma tushgan paytida topib bera olmasliklari natijasida yuzaga kelayotganligi elektron savdo maydonchasi operatorlarining majburiyatlari lozim darajada bajarilmayotganligining isbotidir. Bu esa o'z o'rnida mazkur muammoni huquqiy tartibga solish zaruriyatini vujudga keltirmoqda.

Uchinchidan, elektron tijoratda mahsulotlarini sotish orqali daromad ko'rayotgan har bir tadbirkorlik subyekti bugungi kunda soliq qonunchiligi normalari doirasida soliq to'lovlarini amalga oshirmoqda, biroq ushbu to'lovlar natijasida yuzaga kelayotgan muammolar tadbirkorlarda mamlakatning ochiq hamda erkin tadbirkorlik muhitini yaratishni oldiga maqsad qilib qo'ygan davlat siyosatini shubha ostiga olmoqda. Bunga yorqin misol sifatida har oy tovar aylanmasining ma'lum bir foizi miqdorida soliq to'lovini amalga oshirayotganda sotilgan tovarning nuqsoni uchun qaytarilganligi va mazkur tovar uchun to'langan pul miqdori sotib oluvchiga qaytarilganligi tovar aylanmasini hisoblanishida inobatga olinmayotganligi, ya'ni mazkur tovarning bahosi ham tovar aylanmasini ichida qolayotganligi holatini aytishimiz mumkin.

Tadqiqotimiz maqsadi sifatida *birinchidan*, tadbirkorlik subyektlari o'rtasida raqobat qonunchiligi qoidalariga rioya etilishiga erishish uchun elektron tijoratda vujudga kelayotgan, ya'ni yuqoridagi kabi raqobat qonunchiligini aylanib o'tish holatlarini huquqiy tartibga solish uchun raqobat qonunchiligi normalarini takomillashtirgan holda zamon talablariga mos huquq normalarini ishlab chiqish, *ikkinchidan*, elektron savdo maydonchalari operatorlarining huquq va majburiyatlarini qayta ko'rib chiqqan holda uning javobgarlik chegarasini aniqlash, *uchinchidan*, soliq qonunchiligi normalariga muvofiq soliq

hisoblash davrida tadbirkorlik subyektlariga tovar aylanmasini hisoblashda qaytarilgan tovarlar bahosini chiqarish yoki chegirib tashlash imkoniyatini yaratish uchun taklif va tavsiyalar ishlab chiqishni ko'rsatamiz.

Xulosa qilar ekanmiz, fikrimizcha tadqiqot mavzuumizning dolzarbligi bugungi kunda elektron savdo rivojlanishining tezlashganligi, unda band bo'lgan aholi qatlamining ko'payib borayotganligi, elektron tijoratda faoliyat yuritish uchun yaratilgan sharoitlar aholining katta qismini o'ziga jalb etayotganligi fonida elektron tijoratda ham qator mumoli ijtimoiy munosabatlar vujudga kelayotganligi, ushbu muammoli vaziyatlar esa huquqiy tadqiq qilinishi va taklif va tavsiyalar ishlab chiqilishi lozimligida ifodalanadi. Ta'kidlash lozimki, oldimizga qo'ygan maqsadlarimizga erishish orqali elektron tijoratda sotuvchining huquq va manfaatlarini yanada mustahkamlashga, ularda qonun normalariga tayangan holda erkin tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishiga erishgan bo'lamiz.

References:

1. M.M.Yuldashev "Jahon iqtisodiyotiga kirish sharoitida O'zbekistonda elektron tijorat tizimining rivojlanishi" dissertatsiyasi. T.: 2005. 17-bet
2. Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi – <https://lex.uz/docs/-6213382>
3. <https://daryo.uz/2023/07/07/uzum-market-marketpleys-sotuvchilari-uchun-mamlakatdagi-eng-yirik-logistika-majmuasini-qurmoqda>