

ИНТЕРНЕТ ТАРМОҒИДА ИСТЕЪМОЛЧИ БИЛАН ШАРТНОМА ТУЗИШ ВА УНИНГ БАЖАРИЛИШИНИ ТАЪМИНЛАШ

ю.ф.д. Д.Бабаев

Тошкент давлат юридик университети
Фуқаролик ҳуқуқи кафедраси профессори

АННОТАЦИЯ

Бугунги кунда ҳаётни Интернет тармоғисиз тасаввур қилиш қийин. Ахборот-телекоммуникация технологиялари ва Интернет тармоғининг ривожланиши айни пайтда электрон тижорат шаклланиши ва амал қилишига кенг имкон яратди. Бу истеъмолчига жуда қулай, турли расмиятчиликлар ва ортиқча вақт сарфламасдан, уйдан ёки йўлда кета туриб оила аъзолари учун товар(иш, хизмат)ни харид (буюртма) қилиш ва қўлга киритиш имконини тақдим этди. Бироқ бу ўринда масофавий савдо ёки хизмат кўрсатишни анъанавий чакана савдо шохобчалари ва маиший хизмат кўрсатиш ташиқлотларида амалга оширилаётган савдо ва хизматдан фарқли жиҳатларга эга эканини ҳисобга олиш лозим.

Қайд этиш лозимки, Интернет тармоғидаги фуқаролик-ҳуқуқий муносабатлар бир қатор жиҳатлари билан анъанавий реал маконда юзага келадиган муносабатлардан фарқланади. Шу сабабли ҳам Интернет тармоғида вужудга келадиган фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларни ҳуқуқий тартибга солишда, ушбу муносабатларнинг субъектлари, шу жумладан, заиф тараф бўлган истеъмолчи ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ва таъминлашга нисбатан ҳам алоҳида ёндашув талаб этилади.

***Калим сўзлар:** истеъмолчи, шартномавий муносабатлар, интернетда шартнома тузиш, электрон савдо майдончалари.*

CONCLUDING CONTRACTS WITH THE CONSUMER ON THE INTERNET AND ENSURING ITS PERFORMANCE

D. Babaev

Professor at the Department of Civil Law of
Tashkent State Law University

ABSTRACT

Today it is difficult to imagine life without the Internet. The development of information and telecommunication technologies and the Internet network has created a wide opportunity for the formation and implementation of electronic commerce. It made it very convenient for the consumer to buy (order) goods (work,

service) for family members from home or on the road without spending too much time and various formalities. However, it should be taken into account that remote sales or service delivery has different aspects than sales and service carried out in traditional retail outlets and household service organizations.

It should be noted that the civil-legal relations on the Internet differ in a number of aspects from the relations that occur in the traditional real space. For this reason, a special approach is required in the legal regulation of civil-legal relations that arise on the Internet, in relation to the protection and provision of the rights of the subjects of these relations, including the consumer, who is a vulnerable party.

Key words: consumer, contractual relations, concluding a contract on the Internet, electronic trading platforms.

КИРИШ

Бугунги кунда ҳаётни Интернет тармоғисиз тасаввур қилиш қийин. Ахборот-телекоммуникация технологиялари ва Интернет тармоғининг ривожланиши айни пайтда электрон тижорат шаклланиши ва амал қилишига кенг имкон яратди. Бу истеъмолчига жуда қулай, турли расмиятчиликлар ва ортиқча вақт сарфламасдан, уйдан ёки йўлда кета туриб оила аъзолари учун товар(иш, хизмат)ни харид (буюртма) қилиш ва қўлга киритиш имконини тақдим этди. Бироқ бу ўринда масофавий савдо ёки хизмат кўрсатишни анъанавий чакана савдо шохобчалари ва маиший хизмат кўрсатиш ташкилотларида амалга оширилаётган савдо ва хизматдан фарқли жиҳатларга эга эканини ҳисобга олиш лозим. Интернет орқали истеъмолчиларга йўналтирилган реклама ёки оммавий офертанинг вертуал шаклда жойлаштиришдан бошланади. Ушбу савдо ва хизмат кўрсатиш фаолиятини амалга ошираётган тадбиркорлик субъекти, бунда тегишли шартномани тузиш, аввало, тегишли маълумотларни тақдим этишдан бошлангани яхши англаб етади ва эътиборини унга қаратади. Сотувчи ёки хизмат кўрсатувчи товарларни масофавий сотиш шартномасини тузишдан олдин товар тавсифини каталоглар, флайерлар, буклетларда ёки фотосуръатларни тақдим этиш йўли билан ёхуд почта, электрон алоқа воситалари, шунингдек Интернет тармоғи орқали истеъмолчига етказди. Бундан ташқари, масофавий савдо ва хизмат кўрсатишда телеканаллар орқали товарнинг ишлаши, хусусиятлари, фойдаланиш қоидаларини кўрсатиш йўли билан ҳам истеъмолчиларга товар ва унинг ишлаб чиқарувчиси ҳақида маълумот бериб, телефон орқали буюртмани қабул қилиш йўли билан шартнома тузилиши мумкин. Бундай савдо ва хизмат кўрсатишнинг муҳим хусусияти истеъмолчининг бевосита товарни уни олгунга қадар кўздан кечириш имконига эга бўлмаслиги саналади. Битим тузиш

жараёнида, истеъmolчи ҳам, сотувчи ҳам бевосита “жонли” учрашмайди ва бир-бирлари билан “кўришмайди”. Битим тузиш электрон шаклда, қоидага кўра, сотувчининг махсус интерфаол веб-сайти (Интернет магазини) жойлаштирилган оммавий офертани акцептлаш йўли билан амалга оширилади. Масалан, истеъmolчи курсор ёрдамида сотувчининг сайтида кнопка кўринишида расмийлаштирилган зарурий зонани босиш орқали офертани қабул қилади ва очилган электрон аризани қабул қилади. Бунда сотиб олинadиган товар ҳақи электрон тарзда тегишли электрон тизимлар орқали ёки тегишли Интернет тармоғи ҳудуди учун қабул қилинган электрон пуллар орқали тўланиши мумкин. Масофавий олди-сотдида сотиб олувчи ноқулай, салбий таъсирга барқарор бўлмаган ҳолатда бўлади, шу боис қонунчиликда масофавий савдо муносабатларида истеъmolчига ҳуқуқлар устунлигини таъминлаш ва имтиёзли ҳуқуқларни бериш мақсадга мувофиқ бўлади.

МУҲОКАМА ВА НАТИЖАЛАР

Қайд этиш лозимки, Интернет тармоғидаги фуқаролик-ҳуқуқий муносабатлар бир қатор жиҳатлари билан анъанавий реал маконда юзага келадиган муносабатлардан фарқланади. Шу сабабли ҳам Интернет тармоғида вужудга келадиган фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларни ҳуқуқий тартибга солишда, ушбу муносабатларнинг субъектлари, шу жумладан, заиф тараф бўлган истеъmolчи ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ва таъминлашга нисбатан ҳам алоҳида ёндашув талаб этилади. И.Р.Рустамбеков интернет тармоғидаги фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларни тартибга солиш масалаларини тадқиқ қилар экан, бу шартномаларда эътибор қаратилиши лозим бўлган асосий жиҳатлар сифатида тарафларни идентификация қилиш, битимларга оид ахборотни сақлаш муҳимлигини кўрсатади ва бу айни пайтда мажбуриятлар бажарилишини таъминлаш учун аҳамиятли эканини қайд этади¹.

М.Е.Грабилинининг ёзишича, амалиётда “Интернет” тармоғида фуқаролик-ҳуқуқий шартнома тузишнинг турли хилдаги механизмлари мавжуд. Шунга қарамасдан, заиф тараф учун “Интернет” тармоғида шартнома тузиш учун бир хилдаги қоидалар ва аниқлик бўлишини талаб қилади².

Т.Ю.Куликнинг фикрича, электрон воситалардан фойдаланиб шартнома тузишда электрон шаклда мустаҳкамланган маълумотлар алмашилиши содир бўлади. Шу боис, шартнома тарафлари электрон ахборот (ўтказиш ва сақлашда ахборотни ҳимоя қилиш хусусиятлари, электрон ҳужжатни яратган шахсни

¹Рустамбеков И.Р. Интернет тармоғидаги фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларни тартибга солиш: Юрид. фан. докт. дис. ...автореф. – Тошкент: 2017. 19-б.

²Граблина М.Е. Совершенствование правового регулирования механизмов заключения договоров в сети «Интернет» // Пробелы в российском законодательстве. 2017. –№5. 75-с.

аниқлаш усули, электрон ҳужжат нусхасини қоғозда сақлаш имкони)ни ифодалаш хусусиятларини назарда тутишлари лозим³.

Фикримизча, Интернет орқали истеъмолчиларга товар (иш, хизмат) сотиш шартномасини тузишда контрагентни аниқлашнинг тўлиқ имкони тақдим этилиши зарур омил саналиши зарур. Қолаверса, электрон савдода талаб этиладиган бошқа қоидалар ҳам мавжуд бўлиши талаб этилади. Ўзбекистон Республикасининг 2022 йил 29 сентябрдаги “Электрон тижорат тўғрисида”ги⁴ ЎРҚ–792-сон Қонуни 14-моддасининг иккинчи қисмига мувофиқ Электрон тижоратда шартнома тарафлар ўртасида шартноманинг шартларини электрон ҳужжатлар ва (ёки) хабарларни тасдиқлаш йўли билан келишиш орқали электрон ҳужжат шаклида расмийлаштирилади электрон тижоратдаги акцепт электрон ҳужжат, хабар ва бошқа ҳаракатларни амалга ошириш билан берилади ва шартнома тузилади.

Мамлакатнинг рақамли иқтисодиётини фаоллаштиришда савдо корхоналарининг(тадбиркорлик субъектларининг) махсус электрон майдончаларидан фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади. Ушбу майдончалар ўз навбатида рақамли дунё имкониятлари фойдаланиш учун унга кириш, уланиш ва фойдаланиш учун тегишли инфратузилмани яратади. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5 октябрдаги ПФ–6079-сон Фармони билан тасдиқланган “Рақамли Ўзбекистон – 2030” стратегиясида⁵ истеъмолчиларга рақамли технология хизматларини кўрсатиш сифатини ошириш ҳамда коммунал ва электр энергияси соҳасидаги ҳисоблагичларни рақамли тизимга ўтказиш вазифалари назарда тутилган. Бу эса, ўз навбатида, истеъмолчиларга масофавий савдо ва хизмат кўрсатишга оид махсус қоидаларни ишлаб чиқиш ва қабул қилиш заруратини кўрсатади. Чунки, амалдаги қонунчилик тизими масофавий савдо ва хизмат кўрсатишнинг ўзига хос жиҳатларини, сотувчи ва ижрочининг асосий мажбуриятлари ва жавобгарлик доирасини, мазкур соҳадаги истеъмолчилар қатламини ҳимоя қилишнинг махсус усулларини назарда тутмайди. Бу эса, айти пайтда ривожланиб бораётган масофавий савдо ва хизмат кўрсатиш соҳасида истеъмолчилар ҳуқуқларини таъминлаш ва ҳимоя қилиш билан боғлиқ қатор муаммоларни юзага келтириши мумкин.

³Кулик Т.Ю. Особенности правового регулирования договоров, заключаемых в электронной форме: Автореф. дис. ...канд. юрид. наук. – Краснодар: 2007. 8-с.

⁴// Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2015 йил, 20-сон, 250-модда.

⁵// Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 06.10.2020 йил, 06/20/6079/1349-сон.

Таъкидлаш лозимки, бугунги кунда ОЭРСнинг “Интернет воситачиларининг иқтисодий ва ижтимоий роли” номли нашрида бу соҳадаги воситачиларнинг қуйидаги икки тури ажратилади:

1) интернет провайдерлар – уй хўжаликлари, бизнес ва давлат органларининг Интернетга киришлари учун техник имкониятни таъминлашни амалга оширади;

2) веб-хостинг – маълумотларни узатиш учун шароит яратади.

Шунингдек, интернет воситачилари фойдаланувчилар ва истеъмолчиларга контент, маҳсулот ёки хизматларни тақдим этади, ахборотни қидириш, электрон тижорат компаниялари учун воситачилик қилиш (маркетплейслар), тўлов тизимлари, ижтимоий тармоқларни ташкил этиш каби хизматларни амалга оширади⁶.

Уларнинг барчаси рақамли иқтисодиётнинг инфратузилмасини шакллантирувчиси бўлиб, Интернет тармоғи иштирокчиларининг фаолиятини у сиз тасаввур этиб бўлмайд. Йирик платформаларнинг эгаси бўлган фирмаларнинг бозор капитализацияси 2,6 триллион долларни ташкил этади ва улар бутун дунё бўйича йирик инвестицияларни жалб этишда давом этмоқда⁷. Ахборот воситачилари рақамли иқтисодиётнинг мустақил иштирокчиларига айланадилар ва нафақат контрагентларни излаш учун имкон тақдим этадилар, балки бевосита ўзини қоидаларини белгилаш имконига ҳам эга саналадилар. Электрон савдодаги бир қатор фирмалар, хусусан, eBay, Amazon, Aliexpress транзакциявий чиқимларни камайтиради ҳамда савдони енгиллаштирувчи бир қатор воситаларни тақдим этади ва шу орқали кичик фирмаларнинг бозорга чиқишига кўмаклашади. Электрон савдо фирмалари савдо майдонларидан фойдаланиш транзакциявий чиқимларни камайтириш билан бирга, савдони етакловчи вазифани бажаради ҳамда бутун дунё бўйлаб маҳсулот етказиб берувчилар ва сотиб олувчиларни боғлашга хизмат қилади. Бизнес учун электрон тижоратнинг аҳамияти юқори баҳоланмаслигининг имкони мавжуд эмас. Чунки, ушбу савдо компаниялари истеъмолчи эҳтиёжларини тушунишларини яхшилади ва глобал бозор учун маҳсулот ва хизматлар очиқлигини таъминлайди⁸. Истеъмол товарлари халқаро савдосининг 12 % дан кўпроғи халқаро электрон тижорат доирасида амалга оширилади. Мазкур кўрсаткич пандемия ва карантин шароитида янада ортди ва ортиб боришда

⁶ ОЕHSR. ЕНkonomicheeskayaisocial'nayarol' internet-posrednikov, 2010. - <https://www.oecd.org/internet/ieconomy/44949023.pdf>.

⁷Accenture Technology R&D. Platformnayaehkonomika: innovacionnayaabiznesmodel',osnovannayanatekhnologiyah, 2016. <https://www.accenture.com/fr-fr/acnmedia/PDF-2/Accenture-Platform-Economy-Technology-Vision-2016-france.pdf>.

⁸E-Retailing Challenges and Opportunities in the Global Marketplace <https://books.google>.

давом этмоқда. Бу борада Европа комиссиясининг тадқиқотида “рақамли кадриятлар”ни яратишда онлайн-платформалар етакчи роль ўйнаши ва улар келгусида иқтисодий ўсишнинг асосини ташкил этиши қайд этилган⁹.

Электрон савдо майдончалари маълумотларнинг йирик оқимини йиғади ва уларни сифатли таҳлил қилиш бизнеснинг моделини такомиллаштириш, электрон тижорат оқимларини таҳлил қилиш, шунингдек истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишнинг заиф томонларини аниқлаш имконини беради. Шу билан бирга, электрон тижорат истеъмолчилар учун кўплаб имкониятлар ва фойда, товарлар ва хизматларга кенг танловни, бир турдаги товарлар ва хизматларнинг турли сотувчиларда баҳоси қанча эканини солиштириш, тўлов усулларининг турларини танлаш имконини беради. Шунга қарамасдан, электрон тижорат истеъмолчилар учун рақамли муҳитнинг технологик хусусиятлари билан боғлиқ сезиларли хавфларни юзага келтиради. Бунда истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишда рақамли контентни ифодаловчи маҳсулотларни сотиб олиш, мобил иловалардан фойдаланиш, турли чақириқларнинг хавфсизлиги ва хусусиятлари, ҳаёт дахлсизлигининг бузилиши, тўловларни ҳимоя қилиш ва тақдим этилаётган маҳсулотнинг хавфсизлигидан келиб чиқиши лозим бўлади.

Электрон тижоратни амалга оширишда товарларга (товар турининг хусусиятларини инобатга олиб) нисбатан истеъмолчига қуйидагилар тақдим этилиши керак: товарнинг асосий тайинланиш мақсадига кўра имкониятлари ва хусусиятлари; истеъмолчи томонидан товарни кўлга киритиш, унга нисбатан ҳуқуқларни амалга ошириш ёки фойдаланишга оид асосий техник ва шартномада белгиланган талаблар, чеклашлар ёки шартлар; ҳар қандай ёшдан товарнинг истеъмолчи ҳаёти ва соғлиғи учун хавфсизлигига оид ахборотлар. Электрон тижорат соҳасида банд бўлган компаниялар истеъмолчи учун битим тўғрисида асосли қарор қабул қилиш имконини берадиган муддатлар, шартлар ва чиқимлар тўғрисида ахборотни тақдим этишлари лозим. Истеъмолчилар ушбу ахборотни битимнинг исталган босқичида осон олиш имконига эга бўлишлари лозим. Компаниялар товарлар ёки хизматлар тўғрисида, шунингдек етказиб бериш шартлари ёки баҳо тўғрисидаги умумлашган ахборот билан истеъмолчилар танишиши учун улар битим ҳақида сўрашидан олдин тақдим этишлари лозим. ОЭСРда рақамли контентни ифода этадиган товарлар, онлайн-тўлов, мобил тижорат, қайд этилган ёзувлардан ноқонуний фойдаланишни

⁹EvropskayaKomissiya. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and socialcommittee and the committee of the regions Online Platforms and the DigitalSingle Market Opportunities and Challenges for Europe URL: <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?qid=1466514160026&uri=CELEX:52016DC0288>.

камайтиришга нисбатан электрон тижоратда истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш механизмларини такомиллаштиришга қаратилган раҳбарий принципларни ҳам ишлаб чиққан. ОЭСР стандартлари нафақат давлатларга, балки бугунги кунда мустақил тартибга солиш объектига айланган электрон савдо майдончаларига ҳам йўналтирилган. Онлайн-платформа ишининг юқори стандартлари – истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишнинг амалий механизмлари ва умуман электрон тижорат ривожланиши калитидир. Бунда шаклланган яхши амалиёт – электрон тижорат фирмаларига истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишга оид провайдерлар хизмати учун раҳбарий кўрсатмалар ва тавсияларни ишлаб чиқишдир. Масалан, Австралияда ноқонуний савдонинг олдини олиш учун сотувчиларга нисбатан идентификация ва ишончлилик талаблари белгиланган. Америкадаги E-bay компанияси томонидан электрон савдо майдончаларидаги сотувчиларни баҳолаш ва рейтингини белгилаш тизими жорий этилган. Францияда рақамли иқтисодиёт тўғрисидаги қонун лойиҳасини тайёрлаш доирасида платформаларга фойдаланувчилар учун амалий маслаҳатлар бериш мажбуриятларини, профессионал ва непрофессионал етказиб берувчиларни ажратиш вазифасини юклаш имкони муҳокама қилинган. Электрон тижоратга бўлган ишончни мустаҳкамлашнинг муҳим жиҳати истеъмолчиларга хизмат кўрсатувчи онлайн-платформалар фаолиятини ўзини ўзи тартибга солишни ривожлантириш ҳисобланади ¹⁰. Масалан, ЕИда “Ecommerce Europe” ассоциацияси ташкил этилган бўлиб, бу ассоциация Европа истеъмолчилари учун онлайн товарлар ёки хизматларни сотаётган компанияларни умумлаштиради. Ассоциация Европа истеъмолчиларининг электрон тижоратга бўлган ишончини таъминлайди, ЕИ ва аъзо-мамлакатларнинг тартибга солувчи органлари мулоқотини йўлга қўяди. Мазкур ёндашувдан келиб чиқиб, Ўзбекистонда Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш агентлиги ва бошқа тартибга солувчи органлар билан биргаликда электрон савдо майдончалари учун истеъмолчи ҳуқуқларини ҳимоя қилиш бўйича услубий тавсиялар ва раҳбарий кўрсатмаларни ишлаб чиқиш зарур бўлади. Бундай кўрсатмалар ўзида қуйидаги жиҳатларни қамраб олиши зарур: истеъмолчиларни уларнинг ҳуқуқлари ва ушбу ҳуқуқларини ҳимоя қилиш усуллари тўғрисида хабардор қилиш; истеъмолчиларнинг шахсга доир маълумотлари хавфсизлигини таъминлаш вазифаларини белгилаш; сотувчиларни идентификация қилиш ва уларга бўлган ишончни ошириш, низоларни муқобил ҳал қилиш усулларини

¹⁰ Коваль А.А., Левашенко А.Д. Защита потребителей в электронной торговле // <https://cyberleninka.ru/article/n/zaschita-potrebiteley-v-elektronnoy-torgovle>

қўллаш имконини тақдим этиш; фойдаланувчиларнинг фикри ва изоҳлари ҳисобини юритишнинг очиклигини таъминлашда ўзини ўзи тартибга солиш вазифаларини белгилаш; контрафакт маҳсулотни, шу жумладан, маҳсулотни маркировка талабларини белгилаш ҳисобидан сотишга қарши йўналтирилган чораларни кўриш¹¹.

Қоидага кўра, электрон савдо, Интернет орқали шартнома тузиш йўли билан товар ва хизматларни сотиш соҳасида истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишни учта босқичга бўлиш мумкин: маҳсулотни сотишдан олдинги босқич, сотиш жараёни босқичи ва сотишдан кейинги босқич. Бугунги кунда Интернет орқали истеъмолчиларга товар ва хизматларни сотиш бўйича шартнома тузиш ва бажаришнинг барча босқичларида истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишда қуйидаги муаммолар юзага келмоқда: Интернет тузилмасининг кучсизлиги, шу жумладан тезлиги ва ишончилиги жиҳатидан; тармоқ алоқаларининг нобарқарорлиги; Интернетга уланиш сифатининг пастлиги ва электр таъминотининг етарли эмаслиги; хорижий тилни билмаслик тўсиғи; товар ва хизматлар борасида, шунингдек уларнинг баҳоси бўйича ёлғон ахборот ва ноҳалол маркетинг амалиёти; чалғитадиган ва адаштирадиган ахборот; сотувчининг кимлиги ва жойлашган жойи, шунингдек товарлар ва хизматлар, уларнинг баҳоси ва тақдим этиладиган кафолатлар тўғрисидаги аниқ ва ишончли ахборотнинг мавжуд эмаслиги; аноним сотувчилардан электрон савдо тўғрисидаги таклифларнинг мавжудлиги; сотиш жараёни тўлиқ тугагунига қадар тўланиши лозим бўлган якуний баҳо номаълумлиги сабабли, баҳо “кўтариш” амалиёти; маҳсулотнинг товар хусусиятларига нисбатан ноаниқлик; сифати етарли бўлмаган товарлар учун пул маблағлари қайтарилишидаги муаммолар; сотувчининг веб-сайтида кўрсатилган пул маблағларини қайтариш ёки қоплаш сиёсатида риоя этмаслик; пулни қайтариш жараёнининг узок ва чарчатадиган жараён экани; товарларни қайтариш билан боғлиқ харажатлар истеъмолчи томонидан қопланиши лозимлиги; маълумотлар хавфсизлигининг тўлиқ таъминланмагани ва онлайн фирибгарлик, шахсий маълумотларни ўғирлаш ва уларни фирибгарлик мақсадларида фойдаланилиши; электрон тўловларни бекор қилишнинг имкони йўқлиги; қайтариладиган тўловлар ва маблағларни ўчириш ҳақидаги ахборотнинг ноаниқлиги; банклар ёки тўлов тизимлари томонидан блокланадиган онлайн тўловларга оид электрон савдо веб-сайтлар жавобгарликдан воз кечиши; истеъмолчилардан пулни олиб товар ёки хизматни тақдим этмайдиган фирибгар-сотувчилар ва

¹¹ Коваль А.А., Левашенко А.Д. Защита потребителей в электронной торговле // <https://cyberleninka.ru/article/n/zaschita-potrebiteley-v-elektronnoy-torgovle>

“бир кунлик-сотувчилар” мавжудлиги; трансчегаравий электрон савдо операцияларига оид низоли ҳолатга нисбатан юрисдикция ваколатлари ва қўлланиладиган қонунчилик масаласи.

Интернет орқали истеъмолчиларга товар ва хизматларни сотиш шартномасини тузиш жараёни бир қадар осон ва қулай бўлиши билан бирга, мазкур шартномалар бажарилишини таъминлаш масаласи бирмунча мураккаб, ва айтиш мумкинки, қийин ҳисобланади. Бунда анъанавий мажбуриятлар ижросини таъминлаш усуллари ҳисобланган неустойка, гаров, ушлаб қолиш, кафиллик, кафолат, закат билан бирга, бошқа усуллар, масалан, суғурта, ҳолатлар ҳақида кафолатлар, кутилмаган зарарларни қоплаш тўғрисида шартномага шарт киритиш кабиларни қўллаш мақсадга мувофиқдир. Бундан ташқари, интернет орқали истеъмолчи билан тузилган шартномада сотувчи ва хизмат кўрсатувчи томонидан мажбурият бажарилишини энг муҳим усули сифатида истеъмолчи томонидан ҳақни товар топширилгани ва хизмат кўрсатилганидан кейин тўланиши ҳисобланади. Мазкур усул сотувчи ва истеъмолчининг энг асосий мажбурияти – товарни топшириш ва хизмат кўрсатиш якунланганидан кейин амал қилади ҳамда бу ҳолат интернет орқали шартнома тузаётган истеъмолчи учун ўзига хос кафолат бўлиб хизмат қилади.

Интернет орқали тузилган шартномани сотувчи ва ижрочи томонидан бажарилишини таъминловчи яна бир восита сифатида товарни синаш шarti билан сотиш саналади. Кўплаб ривожланган давлатларда муайян маиший эҳтиёжни таъминлашга қаратилган буюмлар (масалан, маиший техника воситалари, қўл телефонлари, ноутбуклар каби) товарни синаб кўриш муддати билан сотиш амалиёти йўлга қўйилган. Хусусан, Хитойнинг 2021 йил 1 январдан бошлаб кучга кирган Фуқаролик кодексида товарларни синов муддати билан сотишга оид қоидалар назарда тутилган бўлиб, унга кўра, белгиланган синов муддати мобайнида сотиб олувчи товарни сотувчига қайтариб топширишга ҳақли саналади. Қоидага кўра, бу ҳолатда товарларни ҳақи тўланмасдан, ундан тарафларнинг келишувида белгиланган муддатга қадар сотиб олувчи фойдаланади ва товар синов муддатидан муваффақиятли ўтганидан сўнг, унинг ҳақи тўлиқ тўланади. Агар синов муддати мобайнида товарнинг нуқсонлари аниқланса ёки унинг техник тузилишидаги хатоликлар туфайли ишламай қолса, сотувчи бу товарни қайтариб олади ва сотиб олувчи синов муддати мобайнида ундан фойдалангани учун ҳақ тўламайди. Албатта, бу вазиятда сотиб олувчининг ФКнинг 9-моддасида белгиланган ҳалол ва оқилона ҳаракат қилганлиги тахмин қилинади. Қолаверса, синов муддати мобайнида товар сотилганда сотиб олувчи товардан фойдаланишнинг муайян

қоидаларига амал қилиши лозим бўлади. Синов муддати мобайнида товарда нуқсонлар аниқланмаса ҳамда у шартномада ва ишлаб чиқариш ҳужжатларида белгиланган талабларга жавоб берса, тарафлар ўртасидаги келишувга кўра сотиб олувчи унинг ҳақини тўлиқ тўлаши ва товарни қўлга киритиши лозим бўлади. Бу ҳолатда сотиб олувчининг товар ҳақини тўлаш ва шартномадан бир тарафлама бош тортишига йўл қўйилмайди. Акс ҳолда, сотиб олувчи сотувчига етказилган зарарни тўлиқ тўлаши зарур. Умуман олганда, товарни синов муддати билан сотиш реал ва виртуал муҳитда истеъмолчи билан тузилган шартномалар бажарилишини таъминлашда алоҳида ўрин тутади.

Интернетда истеъмолчиларга товар сотиш ва хизмат кўрсатиш шартномалари бажарилишини таъминлашнинг яна бир усули сифатида неустойкани ҳам келтириш мумкин. Албатта, неустойканинг белгиланиши орқали сотувчи ёки ижрочи зиммасидаги мажбуриятни бажармаганда ёки бажаришни кечиктирганда ундириладиган пул суммаси назарда тутилади. Бироқ истеъмолчилик муносабатларида неустойка, қоида тариқасида, сотувчи ва ижрочи зиммасидаги мажбуриятни ўз муддатида ва лозим даражада бажаришга ундаши билан аҳамиятли саналади. Шу боис, истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишга оид қонунчиликда неустойкага оид қоидалар ҳам назарда тутилган. Хусусан, “Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Қонуннинг 19-моддаси тўққизинчи қисмидан англашилишича, ижрочи мажбуриятни бажармаганлиги учун неустойка тўлаши уни мажбуриятни асл ҳолида бажаришдан озод қилмайди.

Хулоса сифатида айтганда, Интернет тармоғида истеъмолчига товарлар сотиш ва хизмат кўрсатиш шартномаларини тузиш ва бажаришда сотувчи ва хизмат кўрсатувчини идентификация қилиш, товар ҳақи товар топширилганидан кейин тўланиши, нуқсонли товарни алмаштириб беришга нисбатан кафолатлар, товарни синов муддати билан бирга сотиш каби ҳуқуқий механизмлар орқали таъминланиши мақсадга мувофиқ. Мазкур ҳуқуқий механизмларнинг амал қилиши Интернетда тузилаётган шартномаларга нисбатан ишончни орттириш билан бирга, истеъмолчилар ҳуқуқларини самарали ҳимоя қилади.

Бундан ташқари, истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишнинг янги асри (онлайн, ўзини ўзи тартибга солиш ва шу кабилар) бошланганлигини инобатга олиш зарур. Ушбу принципал нуқтаи назардан келиб чиқиб мавжуд қонунчиликни такомиллаштириш ва янги қонунларни қабул қилиш лозим. Жумладан, масофавий савдо ва хизмат кўрсатиш, телевизион дўкон, электрон шартнома орқали истеъмол мақсадлари учун товар (хизмат)лар харид қилиш

соҳасида истеъмолчи ва сотувчи (хизмат кўрсатувчи) ўртасидаги муносабатларни тартибга солишга оид қонунчиликни яратиш зарурати мавжуд. Бунда онлайн савдонинг ҳуқуқий асосларига бағишланган Ҳукумат даражасидаги Низомни қабул қилиш зарур. Ушбу Низомда онлайн савдоларда истеъмолчи ҳуқуқларининг кафолатлари, мазкур савдо билан шуғулланувчиларга нисбатан қўйиладиган талаблар, истеъмолчи ҳуқуқларини бузганлик учун аниқ жавобгарлик чоралари акс этиши ўринлидир.

REFERENCES

1. Рустамбеков И.Р. Интернет тармоғидаги фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларни тартибга солиш: Юрид. фан. докт. дис. ...автореф. – Тошкент: 2017. 19-б.
2. Грабилина М.Е. Совершенствование правового регулирования механизмов заключения договоров в сети «Интернет» // Пробелы в российском законодательстве. 2017. –№5. 75-с.
3. Бабаев, Д. И. (2021). ИСТЕЪМОЛЧИЛАР ҲУҚУҚЛАРИНИ БУЗГАНЛИК УЧУН ФУҚАРОЛИК-ҲУҚУҚИЙ ЖАВОБГАРЛИКНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ. *ЖУРНАЛ ПРАВОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ*, 6(8).
4. Кулик Т.Ю. Особенности правового регулирования договоров, заключаемых в электронной форме: Автореф. дис. ...канд. юрид. наук. – Краснодар: 2007. 8-с.
5. Gafurova, N., & Babaev, J. (2019). Review protecting the rights of the patient as a consumer of health services: International standards and national legislation. *Journal of Critical Reviews*, 7(1), 2020.
6. ОЕНСР. ЕНkonomichekayaisocial'nayarol' internet-posrednikov, 2010. - <https://www.oecd.org/internet/ieconomy/44949023.pdf>.
7. Бабаев, Д. (2021). Истеъмолчининг ҳуқуқ ва манфаатларини таъминлашда тадбиркорлик фаолиятини ҳуқуқий тартибга солишнинг ўзига хос жиҳатлари. *Общество и инновации*, 2(4), 79-87.
8. Accenture Technology R&D. Platformennayaehkonomika: innovacionnayaabiznesmodel',osnovannayanatekhnologiyah, 2016. <https://www.accenture.com/fr-fr/acnmedia/PDF-2/Accenture-Platform-Economy-Technology-Vision-2016-france.pdf>.
9. Бабаев, Д. И. (2021). ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВЫЕ СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ ПО ОБЯЗАТЕЛЬСТВАМ ВСЛЕДСТВИЕ ПРИЧИНЕНИЯ ВРЕДА. *АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ПРАВОВОЙ*

ИНФОРМАТИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ
ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА, 11-16.

10. E-Retailing Challenges and Opportunities in the Global Marketplace
<https://books.google>.

11. Babayev, D. (2021). Problems Of Compensation For Moral Damage Caused To The Consumer. *The American Journal of Political Science Law and Criminology*, 3(06), 6-12.

12. Бабаев, Д. И. (2021). ИНТЕРНЕТ ТАРМОҒИДА ТУЗИЛГАН ШАРТНОМАЛАР ОРҚАЛИ ИСТЕЪМОЛЧИГА ЕТКАЗИЛГАН ЗАРАРНИ ҚОПЛАШНИ ФУҚАРОЛИК-ҲУҚУҚИЙ ТАРТИБГА СОЛИШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ. *ЖУРНАЛ ПРАВОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ*, 6(4).

13. EvropejskayaKomissiya. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions Online Platforms and the Digital Single Market Opportunities and Challenges for Europe URL: <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?qid=1466514160026&uri=CELEX:52016DC0288>.

14. Babaev, D. (2021). THE CONCEPT OF PRIVATE PROPERTY: THE CURRENT STATE OF THE LEGAL FRAMEWORK AND SCIENTIFIC AND PRACTICAL PROBLEMS (COMPARATIVE LEGAL ANALYSIS). *Berlin Studies Transnational Journal of Science and Humanities*, 1(1.4 Legal sciences).

15. Babaev, D. I. (2020). The Protection Of Consumer Rights In Retail Trade In Accordance With The Laws Of The Republic Of Uzbekistan. *The American Journal of Political Science Law and Criminology*, 2(12), 67-74.

16. Коваль А.А., Левашенко А.Д. Защита потребителей в электронной торговле // <https://cyberleninka.ru/article/n/zaschita-potrebiteley-v-elektronnoy-torgovle>