

# elita<sup>uz</sup>

Elektron Ilmiy  
Jurnal

No.1 (2)  
**2024**

## 12.00.00 – ЮРИДИК ФАНЛАР

<i>Abdihakimov Farhod Zafar o'g'li</i> ELEKTRON TIJORATNING MOHIYATI, RIVOJLANISH TARIXI VA MUAMMOLAR .....	3-11
<i>Olimjonova Hulkar To'liqin qizi</i> SUG'URTA KOMPANIYALARINING MILLIY FOND BOZORIDAGI FAOL ISHTIROKINI RAG'BATLANTIRUVCHI HUQUQIY MEXANIZMLAR .....	12-20
<i>Salimov Islombek Bobir o'g'li</i> O'ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATDA INTERNET-REKLAMA FAOLIYATINI HUQUQIY TARTIBGA SOLISHDAGI MUAMMOLAR. ILMIY TAHLIL .....	21-27
<i>Xudoyorov Fayzullo Sayfulla o'g'li</i> MUSHARAKA VA MUDORABA: ISLOMIY MOLIYA VOSITALARI VA ULARNING O'ZBEKISTON QONUNCHILIGIDAGI ODDIY SHIRKAT SHARTNOMASIGA INTEGRATSIYASI .....	28-37
<i>G'ulomov Shohruh Islomjon o'g'li</i> METAVERSE PLATFORMALARINI HUQUQIY TARTIBGA SOLISHNING GLOBAL STANDARTI VA XALQARO HAMKORLIK .....	38-47
<i>Razzaqova E'zoza Yusup qizi</i> RAQOBAT HUQUQIDA USTUN MAVQE TUSHUNCHASI .....	48-56
<i>Allanazarova Xavajon Axmedovna</i> DAVLAT ISHTIROKIDAGI KORXONALAR TUSHUNCHASI VA ULARNING YURIDIK SHAXSLAR TIZIMIDA TUTGAN O'RNI .....	57-64
<i>Isoqov Ahmadali Komiljon o'g'li</i> FUQAROLIK VA IQTISODIY PROTSESSDA SHAFFOFLIK MUAMMOLARI .....	65-77

## **O'ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATDA INTERNET-REKLAMA FAOLIYATINI HUQUQIY TARTIBGA SOLISHDAGI MUAMMOLAR. ILMIIY TAHLIL**

**Salimov Islombek Bobir o'g'li** | [islombek.salimov2000@gmail.com](mailto:islombek.salimov2000@gmail.com)

*Toshkent davlat yuridik universiteti magistranti*

**Annotatsiya.** O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanib borishi uning asosiy qismi sanalgan internet-reklama faoliyatining ham rivojlanib, yangi bosqichga kirishiga sabab bo'ldi. Ammo mazkur sohani tartibga solishga doir aniq belgilangan qonunchilik normalarining mavjud emasligi internet-reklama faoliyatida muayyan muammolarni tug'dirmoqda. Mazkur ilmiy maqolada O'zbekistonda internet-reklama faoliyatini tartibga soluvchi normativ-huquqiy hujjatlar muhokama qilinib, mazkur sohadagi muammolar hamda kamchiliklar tahlil qilingan. Ushbu tahlillar pirovardida esa O'zbekistonda elektron tijoratda internet-reklama faoliyatini tartibga solish yuzasidan bir qator taklif va yechimlar keltirib o'tilgan.

**Kalit so'zlar:** elektron tijorat, reklama faoliyati, internet-reklama faoliyati, onlayn savdo

---

## **PROBLEMS IN LEGAL REGULATION OF INTERNET ADVERTISING ACTIVITY IN ELECTRONIC COMMERCE IN UZBEKISTAN. SCIENTIFIC ANALYSIS**

**Salimov Islombek Bobir o'g'li**

*Master's degree student of Tashkent State University of Law*

**Abstract.** The development of e-commerce in Uzbekistan led to the development and entry into a new stage of Internet advertising, which is the main part of it. However, the absence of clearly defined legal norms for the regulation of this field creates certain problems in the activity of Internet advertising. In this scientific article, normative legal documents regulating internet advertising activities in Uzbekistan are discussed, problems and shortcomings in this field are

analyzed. At the end of these analyses, a number of proposals and solutions were brought forward in connection with the regulation of Internet advertising activities in electronic commerce in Uzbekistan.

**Key words:** e-commerce, advertising activity, internet advertising activity, online trade

---

## **ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ В УЗБЕКИСТАНЕ. НАУЧНЫЙ АНАЛИЗ**

**Салимов Исломбек Бобир угли**

*Магистрант Ташкентского государственного юридического университета*

**Аннотация.** Развитие электронной коммерции в Узбекистане привело к развитию и выходу на новый этап интернет-рекламы, которая является основной ее частью. Однако отсутствие четко определенных правовых норм регулирования этой сферы создает определенные проблемы в деятельности интернет-рекламы. В данной научной статье рассматриваются нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность интернет-рекламы в Узбекистане, анализируются проблемы и недостатки в этой сфере. По итогам этих анализов был выдвинут ряд предложений и решений в связи с регулированием деятельности интернет-рекламы в электронной коммерции в Узбекистане.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, рекламная деятельность, интернет-рекламная деятельность, интернет-торговля.

---

**Kirish.** Biz, insonlar, bugungi hayotimizni internetsiz tasavvur qilolmaganimizdek hozirgi zamonda davlatlar ham o'z iqtisodiy farovonligiga elektron tijoratsiz erishishi mushkuldir. Chunki axborot texnologiyalarining rivojlanishi tufayli elektron tijorat jahon iqtisodiyotida shu qadar kuchli o'rin egalladiki, hozirda ushbu texnologik kashfiyot orqali kuniga milliardlab dollarlik savdo shartnomalari tuzilmoqda. Birgina raqamlarga e'tiborimizni qaratadigan

bo'lsak, 2022-yilda elektron tijoratning Amerika Qo'shma Shtatlari iqtisodiyotidagi ulushi 905 milliard, ya'ni qariyb 1 trillion dollarni tashkil etdi[1]. Yevropa mamlakatlariga murojaat qiladigan bo'lsak, Yevropa Komissiyasi ma'lumotlariga ko'ra 2022-yilda Yevropa Ittifoqida elektron tijatdan keladigan daromadlar 625 mlrd dollarni tashkil qildi. Bundan birgina Fransiyaning ulushi 147 mlrd yevrodan iborat bo'lsa, Germaniya eng ko'p elektron tijorat ishtirokchilariga ega mamlakat (67,9 mln kishi) bo'ldi[2]. Yuqoridagi raqamlar ham elektron tijoratning dunyo iqtisodiyotida nechog'lik muhim rol o'ynashi, u bilan bog'liq ijtimoiy munosabatlarni tartibga soluvchi qonun hujjatlarini doimiy takomillashtirib, zamon talablariga moslashtirib borish zarurligini anglatadi.

O'zbekistonda ham an'anaviy iqtisodiyotdan raqamli iqtisodiyotga o'tish sharoitida tadbirkorlikning zamonaviy turi hisoblangan elektron tijoratning salmog'i, uning mamlakat iqtisodiyotidagi roli oshib bordi. Statistik ma'lumotlarga tayanadigan bo'lsak, 2022-yilda elektron tijorat bilan bog'liq bitimlar hajmi 2021-yilga qaraganda 1,8 barobarga oshib, 10 trillion 886 milliard so'mdan ortiqni tashkil etdi. Bu mamlakatdagi barcha chakana savdo hajmining 4 foizdan ko'prog'iga teng sanaladi[3]. Albatta, bu narsa mamlakatda axborot texnologiyalarining taraqqiy etishi iqtisodiyotda ham o'z aksini topayotgani bilan chambarchas bog'liqdir. Lekin shunga qaramasdan elektron tijorat sohasini tartibga solish sohasida bir qator muammolar haligacha mavjud. Xususan, elektron tijoratning muhim tarkibiy qismi hisoblangan internet-reklama faoliyatini tartibga solishda aniq normativ huquqiy hujjatlar mavjud emas va bu esa soha rivojiga to'siq bo'lmoqda.

**Adabiyotlar tahlili va metodlar.** O'zbekistonda elektron tijorat sohasini tartibga solishga qaratilgan bir qator normativ-huquqiy hujjatlar ishlab chiqilgan. Bulardan eng birinchisi 2004-yilda qabul qilingan "Elektron tijorat to'g'risida"gi qonundir. Mazkur qonun sohani tartibga solishga qaratilgan bo'lsa-da, u elektron tijoratdagi barcha munosabatlarni o'zida mujassam ettirmasdi, ya'ni ushbu qonun muayyan kamchiliklardan xoli bo'lmagan. Shu sababli ham 2022-yilda qonun zamon talablariga moslashtirilib, yangi tahrirda qabul qilindi. Yangi tahrirdagi "Elektron tijorat to'g'risida"gi qonunda tadbirkorlar va iste'molchilar huquq va manfaatlarini yanada aniq mustahkamlab qo'yildi, elektron tijoratda sohasidagi huquqbuzarliklar bo'yicha muayyan javobgarlik belgilandi.

Shuningdek, 2018-yilda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori qabul qilindi. Mazkur qarorga muvofiq:

tadbirkorlar elektron tijorat orqali sotilgan tovarlari uchun muayyan soliq imtiyozlariga ega bo‘ldi;

elektron tijorat orqali realizatsiya qilingan tovarlarni sotuvchiga yetkazib berishda yuk tashishlarni amalga oshirish uchun litsenziya olish talab etilmaydigan bo‘ldi;

tadbirkorlarga elektron tijorat orqali dori vositalari va tibbiyot buyumlarini qonun hujjatlari talablarini inobatga olgan holda sotishga ruxsat etildi[4].

Bundan tashqari, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil yanvarda qabul qilgan “2022 — 2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi farmoni ham ushbu sohani rivojlantirishda muhim turtki bo‘lib xizmat qilmoqda[5].

Ushbu ilmiy maqolani yozishda sintez, analiz, tarixiy-qiyosiy tahlil usullaridan, bundan tashqari induksiya, deduksiya va maxsus huquqiy metodlar qo‘llanildi. Shuningdek, ilmiy adabiyotlar hamda huquq normalarini tahlil qilish va sharhlashda grammatik tahlil metodidan ham foydalanildi.

**Muhokama va natijalar.** Yuqorida ta’kidlab o‘tganimizdek, hozirgi kunda elektron tijoratning shiddat bilan rivojlanishi natijasida internet-reklama faoliyati uning ajralmas qismiga aylanib ulgurdi. Bu esa ushbu faoliyatga doir munosabatlarni huquqiy jihatdan tartibga solishni taqozo etmoqda. Biz yuqorida tahlil qilgan O‘zbekistonda elektron tijoratni tartibga soluvchi normativ-huquqiy hujjatlar ham faqat umumiy xarakterga ega bo‘lib, ularda elektron tijoratda internet-reklama faoliyatini tartibga solish bo‘yicha aniq qoidalar belgilanmagan. Mazkur normativ-huquqiy hujjatlarda ko‘proq elektron tijoratdagi taraflar huquq va majburiyatlari, savdo-sotiq bo‘yicha yuzaga keladigan javobgarlik, nizolarni hal qilish kabilarga e’tibor berilgan.

To‘g‘ri, mamlakatda reklama faoliyatini tartibga soluvchi 2022-yilda qabul qilingan “Reklama to‘g‘risida”gi qonun mavjud ammo ushbu qonun amal qilish sohasi barcha turdagi reklamalarga taalluqli bo‘lib, u elektron tijoratda internet-reklama faoliyatini to‘liq tartibga solishda bir qator kamchiliklarga ega. Xususan, qonunning 31-moddasida faqatgina internet jahon axborot tarmog‘i vositasida tarqatiladigan reklama reklamaga doir talablarga muvofiq kelishi borasidagi talab



mavjud, xolos. Bilamizki, bu talab internet-reklama faoliyatini tartibga solishda yetarli emas.

Demak, yuqoridagi fikrlarni umumlashtirgan holda O'zbekistonda elektron tijoratda internet-reklama faoliyatini tartibga solishda quyidagi muammolarni keltirib o'tishimiz mumkin ekan:

**1.** Sohani tartibga solishga qaratilgan aniq normativ-huquqiy hujjatlar mavjud emas. Ya'ni O'zbekistondagi elektron tijorat sohasidagi qonun hujjatlari faqat umumiy xarakter kasb etib, unda aynan internet-reklama faoliyati bilan bog'liq talablar mavjud emas. Bu esa ushbu faoliyatda noaniqliklar keltirib chiqarib, tadbirkorlarning o'zlari bilmagan holda qonunbuzilishiga yo'l qo'yishlariga olib kelmoqda.

**2.** Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish bilan bog'liq muammolar. Agar internetda reklama nazoratsiz qoldiriladigan bo'lsa, bu narsa har qanday turdagi nomaqbul reklamalar, masalan yolg'on reklamalar, ishonchsiz reklamalar, diniy adovat qo'zg'atuvchi reklamalar kabilarning tarqalib ketishiga sabab bo'lishi tabiiy. Bu esa iste'molchilar huquq va manfaatlarini himoya qilish bilan bog'liq xavotirlarni uyg'otadi.

**3.** Nohalol raqobatning paydo bo'lishi. Internetda reklama faoliyatining nazoratsiz qoldirilishi bir qator tadbirkorlarning o'z raqobatchilaridan o'zib ketish, ustunlikka ega chiqish maqsadida boshqa tadbirkorlarni kamsituvchi, axloq normalariga to'g'ri kelmaydigan reklamalardan foydalanishiga olib kelishi mumkin. Bunay holatda eng ko'p jabr ko'ruvchi qatlam, albatta, tadbirkorlik subyektlari hisoblanadi. Aniq qoida va normalarni belgilab qo'yish esa adolatli raqobat muhitini yuzaga keltirishda yordam beradi.

**4.** Transchegaraviy muammolar. Ma'lumki, elektron tijorat nafaqat O'zbekistondagi, balki dunyoning istalgan burchagidagi iste'molchilarni ham qamrab olishi mumkin. Ushbu faoliyatni tartibga soluvchi xalqaro darajadagi normativ-huquqiy hujjatlarning yo'qligi reklamani nazorat qilishda bir qator muammolarni keltirib chiqarmoqda. O'zbekistonda internet-reklamani tartibga solish sohasini jahon standartlariga moslashtirish uchun xalqaro darajadagi tashkilotlar bilan hamkorlikda muayyan mexanizmlarni ishlab chiqish zarurdir.

**Xulosa va takliflar.** Yuqorida bildirilgan fikrlardan umumiy qilib xulosa qiladigan bo'lsak, O'zbekistonda elektron tijorat sohasini tartibga solishga qaratilgan qonunchilik bazasi mavjud va hukumat uni zamon talablariga moslashtirib, takomillashtirib borishga harakat qilmoqda. Buni 2022-yilda yangi

tahrirda qabul qilingan “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi qonun, 2022-yil yanvarda tasdiqlangan “2022 — 2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi farmon misolida ko‘rishimiz mumkin. Ammo bu islohotlar elektron tijoratning barcha segmentlari, xususan internet-reklama faoliyatini tartibga solishda yetarli emas. Chunki hozirgi paytda internet-reklama faoliyati elektron tijoratning asosiy qismiga aylanib ulgurdi va bu uni tartibga solishda maxsus va aniq qonunchilik normalarini ishlab chiqishni zaruratga aylantirmoqda. Biz yuqorida ko‘rib o‘tgan sohaga doir muammolar esa fikrimizni yana bir bor tasdiqlaydi. Bizningcha, mazkur muammolarni bartaraf etmoq uchun quyidagi takliflarni ilgari surish maqsadga muvofiqdir:

**1.** Mamlakatda elektron tijorat sohasida da internet-reklama faoliyatini tartibga soluvchi maxsus va tizimlashtirilgan aniq qonunchilik bazasini ishlab chiqish zarur.

**2.** Yolg‘on, axloqsiz, ishonchsiz reklamalar kabi nomaqbul reklamalarni oldini oluvchi qat‘iy qoidalarni amalda tatbiq etish orqali iste‘molchilarning huquq va manfaatlarini himoya qilishni ta‘minlash.

**3.** Internet-reklama faoliyatidagi transchegaraviy darajadagi muammolarni hal etmoq uchun xalqaro hamkorlikni yo‘lga qo‘yib, muayyan mexanizmlarni joriy etish.

**4.** Internet-reklama faoliyatini tartibga soluvchi vakolatli organ xodimlarining mazkur sohadagi bilim va malakasini oshirish va qonunlarning samarali ijrosini ta‘minlash.

O‘zbekistonda elektron tijoratning yildan-yilga rivojlanib borayotganini hisobga oladigan bo‘lsak, bu sohani rivojlantirishga qaratilgan normativ-huquqiy hujjatlarni doimiy takomillashtirib borish maqsadga muvofiqdir. Bu esa biz yuqorida ko‘rib o‘tgan internet-reklama faoliyatidagi kabi muammolarga yechim topishda yordam berib, nafaqat iste‘molchilar, balki tadbirkorlarning ham huquq va manfaatlarini himoya qilishda, qo‘riqlashda, elektron tijoratning taraqqiy etishida juda muhim ahamiyat kasb etadi. O‘ylaymizki, ilmiy maqolamizda ko‘tarilgan masala ushbu yo‘nalishdagi islohotlarni izchil va samarali amalga oshirishda o‘z hissasini qo‘shadi.



## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. <https://www.statista.com/forecasts/1266391/ecommerce-revenue-us-segment#:~:text=With%20a%20large%20and%20unified,205%20billion%20dollars%20in%20revenue.>
2. [https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/DDN-20230228-2#:~:text=The%20proportion%20of%20e%2Dshoppers,%25\)%20and%20Ireland%20\(89%25\).](https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/DDN-20230228-2#:~:text=The%20proportion%20of%20e%2Dshoppers,%25)%20and%20Ireland%20(89%25).)
3. <https://daryo.uz/2023/09/26/ozbekistonda-elektron-tijorat-kecha-va-bugun>
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori. Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi. - <https://lex.uz/ru/docs/-3744594>
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni. Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi - <https://lex.uz/docs/5841063>