



**ПРАВОВОЙ СТАТУС ОНЛАЙН-МАРКЕТПЛЕЙСОВ В РЕСПУБЛИКЕ
УЗБЕКИСТАН: НЫНЕШНЯЯ СИТУАЦИЯ, ПРОБЛЕМЫ И
ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ.**

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20082680>

Автор: Уринов Бекзод Нодир угли

*студент Магистратуры, Факультет Межотраслевого изучения права,
Ташкентский Государственный Юридический Университет, направление
“Международное коммерческое право”*

Аннотация: Данная статья анализирует законодательство Республики Узбекистан, которое определяет правовой статус субъектов электронной коммерции, в частности онлайн-маркетплейсов. Статья сравнивает виды субъектов электронной коммерции и дает информацию об их правах и обязанностях. Также, поднимаются определенные проблемы и изъяны существующие в законодательстве Республики Узбекистан, регулирующем правовой статус субъектов электронной коммерции, а также предлагается комплекс потенциальных мер для их разрешения.

Ключевые слова: электронная коммерция, оператор электронной коммерции, маркетплейс, правовой статус, цифровизация, электронная торговая площадка, электронная торговая платформа.

I. ВВЕДЕНИЕ

Электронные торговые площадки (маркетплейсы) в последние годы демонстрируют стремительное развитие в Республике Узбекистан, что напрямую связано с общим ростом цифровой экономики. По оценкам международных аналитических компаний, объём рынка электронной коммерции в стране к середине 2020-х годов может достичь сотен миллионов долларов США. Вместе с тем столь динамичное развитие выявило необходимость формирования

целостной и современной нормативно-правовой базы.

Длительное время регулирование электронной коммерции в Узбекистане носило фрагментарный характер, что затрудняло правоприменительную практику и развитие бизнеса. В целях устранения указанных недостатков в 2022 году был принят Закон Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» № ЗРУ-792, который закрепил базовые понятия и правовые основы функционирования данной сферы. В частности, закон определяет электронную торговую



площадку как информационную систему, обеспечивающую дистанционную куплю-продажу товаров (работ, услуг), а также регулирует деятельность операторов таких платформ.

Дополнительно государством реализуются последовательные реформы в данной области. Так, постановлением Президента Республики Узбекистан № ПП-885 от 26 декабря 2024 года введены новые требования к деятельности субъектов электронной коммерции, включая обязательную регистрацию операторов маркетплейсов и установление статуса резидентности. Наряду с этим в 2026 году разрабатывается новый законопроект, направленный на уточнение правового положения маркетплейсов, агрегаторов и иных цифровых платформ.

Настоящая статья направлена на комплексный анализ правового статуса онлайн-маркетплейсов в Республике Узбекистан. В рамках исследования рассматриваются действующее законодательство и актуальная правоприменительная практика, выявляются ключевые проблемы регулирования, а также предлагаются возможные пути их решения.

II. ТЕКУЩИЙ СТАТУС

Принятие Закона Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» в 2022 году стало важным этапом институционализации цифровой торговли. Закон закрепил

основные категории субъектов электронной коммерции, включая операторов электронных торговых площадок и участников (продавцов).

Согласно положениям закона, оператор электронной торговой площадки представляет собой юридическое лицо, оказывающее услуги по обеспечению функционирования платформы. При этом оператору предоставлен ряд прав, включая возможность самостоятельной реализации товаров, а также возложены обязанности по обеспечению законности размещаемых предложений. В частности, оператор обязан принимать меры по предотвращению реализации запрещённых или нелегальных товаров, а также обеспечивать прозрачность правил функционирования платформы.

Для участников электронной торговли установлены требования по предоставлению достоверной и полной информации о товарах, их производителях, а также соблюдению стандартов качества и безопасности. Закон также закрепляет принцип свободы предпринимательской деятельности, позволяя продавцам осуществлять деятельность с момента государственной регистрации.

Существенные изменения были введены Постановлением Президента № ПП-885, согласно которому с 1 июля 2025 года деятельность маркетплейсов может осуществляться



исключительно юридическими лицами — резидентами Республики Узбекистан. Указанное требование распространяется и на иностранные платформы, которые обязаны либо создать юридическое лицо на территории страны, либо действовать через официального представителя.

Дополнительно введён механизм специальных банковских счетов, через которые должны осуществляться расчёты в сфере электронной коммерции. Данная мера направлена на повышение прозрачности финансовых потоков и усиление налогового администрирования.

В налоговой сфере применяется общая ставка налога на добавленную стоимость в размере 12%. Вместе с тем для экспортных операций через маркетплейсы предусмотрена нулевая ставка при наличии соответствующего таможенного оформления. Одновременно наблюдается тенденция к ужесточению налоговой политики, включая отмену отдельных льгот и введение новых механизмов контроля.

В части защиты прав потребителей действуют как положения Закона «Об электронной коммерции», так и нормы Закона «О защите прав потребителей». Покупателям гарантируется право на получение полной информации о товаре и защиту своих интересов. Развиваются электронные механизмы разрешения споров, включая онлайн-

подачу жалоб и элементов электронного правосудия.

Вместе с тем специализированного механизма разрешения споров именно в рамках маркетплейсов законодательство пока не предусматривает, что ограничивает эффективность защиты прав пользователей.

Особое значение имеют нормы о защите персональных данных. Операторы маркетплейсов обязаны соблюдать требования законодательства о персональных данных, включая получение согласия пользователей и обеспечение безопасности информации. Одновременно происходит либерализация правил трансграничной передачи данных.

В сфере трансграничной торговли государство стремится стимулировать экспорт, однако сохраняются ограничения, связанные с валютным регулированием и необходимостью локализации деятельности иностранных платформ.

III. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Несмотря на существенный прогресс в развитии нормативно-правовой базы, регулирование деятельности маркетплейсов в Узбекистане по-прежнему сталкивается с рядом системных проблем. Прежде всего, сохраняются правовые пробелы и неопределённость. Закон 2022 года



носит рамочный характер и не охватывает ряд ключевых аспектов, включая статус агрегаторов и иных цифровых платформ. Отсутствуют чёткие нормы, регулирующие ответственность операторов маркетплейсов за действия продавцов, что осложняет защиту прав потребителей. Судебная практика в данной сфере находится на стадии формирования.

Значительные трудности возникают в налоговой и финансовой сфере. Введение обязательной регистрации и специальных счетов воспринимается субъектами малого бизнеса как дополнительная административная нагрузка. Недостаточная информированность предпринимателей о новых требованиях усугубляет ситуацию. Одновременно изменения налогового режима могут негативно повлиять на доступность товаров для конечных потребителей.

Отдельной проблемой является распределение ответственности между платформой и продавцом. На практике маркетплейсы не всегда способны эффективно контролировать размещаемые товары, что создаёт риски реализации контрафактной продукции и мошенничества. При этом отсутствуют действенные механизмы компенсации ущерба потребителям.

Низкий уровень доверия со стороны потребителей также остаётся существенным барьером. Покупатели

сталкиваются с трудностями при возврате товаров и защите своих прав, а уровень правовой грамотности остаётся недостаточным.

Инфраструктурные ограничения, включая недостаточное развитие логистики и цифровой инфраструктуры в регионах, существенно замедляют развитие электронной коммерции. Это особенно актуально для сельских территорий. Дополнительные риски связаны с недостаточной развитостью механизмов финансового мониторинга и противодействия отмыванию денежных средств в цифровой среде.

IV. ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ

Для устранения выявленных проблем необходим комплексный подход, включающий законодательные, институциональные и технические меры.

Несомненно, самым важным шагом на пути устранения вышеуказанных проблем является совершенствование законодательства. В частности, необходимо уточнить понятия «маркетплейс», «агрегатор заказов», «стриминговый сервис» в новом редакции закона, а также прописать ответственность площадок за действия продавцов (например, ввести обязанность возврата денег при мошенничестве на площадке, как в законе США об электронной коммерции).



Еще одной значительной мерой является разработка методических рекомендаций для платформ по противодействию фейкам, цифровому мошенничеству и другим преступлениям в данной сфере. Данная мера должна быть имплементирована Национальным Агентством Перспективных Проектов, которое является регулятором в сфере электронной коммерции.

Касаясь технических мер необходимых для устранения

существующих проблем, должны быть внедрены технологии «трекинга» товаров (QR-коды, блокчейн) для подтверждения легальности товаров. Данная мера также будет иметь смысл если имплементирована со стороны Национального Агентства Перспективных Проектов Республики Узбекистан, так как оно является регулятором в сфере электронной коммерции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Статья – «Особенности онлайн-урегулирования споров в электронной коммерции» 2023, (ссылка: https://yumh.uz/ru/news_detail)
2. Закон Республики Узбекистан № ЗРУ-792 от 29.09.2022 «Об Электронной Коммерции» от (ссылка: <https://lex.uz/ru/docs/6213428>)
3. Постановление Президента №885 от 26.12.2024 «О мерах по дальнейшему совершенствованию сферы электронной коммерции» (ссылка: <https://lex.uz/ru/docs/7282643#8>)
4. Налоговый Кодекс Республики Узбекистан от 30.12.2019 статья 258 (ссылка: <https://lex.uz/ru/docs/4674893>)
5. Доклад новостного сайта Nova 24 UZ (ссылка: <https://nova24.uz/money/v-uzbekistane-zarubezhnye-marketplejisy-i-strimingovye-servisy-obyazali-zaregistrirovatsya>)
6. Закон Республики Узбекистан № ЗРУ-547 от 02.07.2019 «О персональных данных» (ссылка: <https://lex.uz/docs/4396428>)