

## ELEKTRON TIJORATDA ISTE'MOLCHILAR HUQUQLARINI HIMOYA QILISH MUAMMOLARI

Murodov Mironshoh

Toshkent Davlat Yuridik Universiteti

huzuridagi M.S. Vosiqova nomidagi Akademik litsey 2.15-guruh o'quvchisi.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20562281>

*Annotatsiya.* Ushbu maqolada kibr huquqi orqali elektron tijoratda iste'molchi huquqlarini himoya qilishdagi huquqiy bo'shliqlar, xalqaro standartlar va milliy qonunchilikning o'ziga xos xususiyatlari tahlil qilinadi. Tadqiqotning maqsadi — Elektron tijoratda elektron-shartnomalar tuzish jarayonida yuzaga keladigan huquqiy konfliktlarni aniqlash va ularni bartaraf etish bo'yicha ilmiy takliflar ishlab chiqishdan iborat. Elektron tijoratda shaxsiy ma'lumotlar maxfiyligi, transchegaraviy nizolarni hal etish va intellektual mulk obyektlari bilan bog'liq huquqiy bo'shliqlar tahlil qilingan. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi qonunchiligini xalqaro standartlarga (UNIDROIT, YeI direktivalari) muvofiqlashtirish bo'yicha takliflar ilgari surilgan.

**Kalit so'zlar:** Elektron tijorat, kiber huquqi, iste'molchi huquqlari, elektron shartnoma, shaxsga doir ma'lumotlar, transchegaraviy yurisdiksiya, smart-kontrakt.

Shuni alohida qayd etish lozimki, elektron tijoratni tartibga solishda "shartnoma erkinligi" tamoyili bilan "iste'molchi himoyasi" o'rtasida muvozanat o'rnatish zamonaviy yurisprudensiyaning eng murakkab vazifalaridan biri bo'lib qolmoqda.

Texnologiyalar asrida yashayotgan har bir inson o'z ehtiyojlarini qondirish uchun iloji boricha kam harakat qilish va vaqtini, ortiqcha sarf xarajatlarni tejash uchun bir marta bo'lsa ham online yoki masofaviy do'kon xizmatlaridan foydalangan. Ushbu kichik servis turlari majmuasi elektron tijorat degan yangi iqtisodiy sohani tashkil etadi. **Elektron tijorat** — tovarlarning (ishlarning, xizmatlarning) tadbirkorlik faoliyati doirasida axborot tizimlaridan foydalangan holda elektron savdo maydonchasi orqali tuzilgan shartnomaga muvofiq amalga oshiriladigan oldi-sotdisi<sup>1</sup>. Ushbu biznes operatsiyalari biznesdan biznesga (B2B), biznesdan iste'molga (B2C), iste'molchidan iste'molchiga (C2C) yoki iste'molchidan biznesga (C2B), iste'molchidan ma'muriyatga (C2A), biznesdan ma'muriyatga (B2A) sifatida amalga oshiriladi<sup>2</sup>.

Morgan Stanley ma'lumotlariga ko'ra, elektron tijorat 2019-yilda COVID-19 davrida umumiy chakana savdo hajmining 15 foizini tashkil etgan va 2022-yilda 22 foizgacha o'sgan va 2026-yilga kelib bu ko'rsatkich 27 foizga yetishi kutilmoqda. Sanoatning o'sishi va raqobatning kuchayishi bilan elektron tijorat korxonolari yuqori o'rinlarni egallash usullarini rivojlantirishda davom etmoqda<sup>3</sup>.

O'zbekiston chakana savdo bozori 2022 yil 31-dekabr holatiga **14 mlrd dollarga** baholandi. **2027-yil** yakunigacha bu ko'rsatkich **19,6 mlrd dollarga** yetishi kutilmoqda. Elektron savdo bozori 2022-yil 31-dekabr holatiga jami chakana savdo bozorining 2,2 foizini tashkil etgan. Bu ko'rsatkich 2027-yil yakunlariga borib **9 foizdan 11 foizgacha** oraliqda shakllanishi kutilmoqda.

<sup>1</sup> <https://lex.uz/uz/docs/-6213382>, 3-modda.

<sup>2</sup> <file:///C:/Users/user/Downloads/elektron-tijorat-tushunchasi-va-ushbu-sohani-o-zbekistonda-rivojlantirishning-ahamiyati.pdf>.

<sup>3</sup> <https://biznesgoya.uz/elektron-tijoratning-osish-tendensiyalari-2025-yilda-va-undan-keyin-nimalarni-kutish-mumkin/>.

Ya'ni 1,8–2,2 mlrd dollar bo'lishi, o'sish tempi 2022–2027-yillar davomida 41,4–47,4 oraliqda bo'lishi prognoz qilingan<sup>4</sup>. Dunyo bo'yicha Elektron tijoratning jadal sur'atlar bilan o'sishi va Morgan Stanley prognoz qilganidek, 2026-yilga borib chakana savdoning deyarli uchdan bir qismini egallashi — an'anaviy bozor modelining raqamli iqtisodiyotga to'liq integratsiya bo'layotganidan dalolat beradi. Biroq, ushbu o'sish va B2B dan tortib B2A gacha bo'lgan murakkab sub'ektlar zanjiri tizimda faqat iqtisodiy foydani emas, balki **huquqiy xavfsizlik va iste'molchi ishonchi** masalasini birinchi planga olib chiqadi. Zamonaviy yurisprudensiya oldida turgan eng murakkab vazifalardan biri bu – “raqamli iqtisodiyot” (Digital Economy) fenomenini huquqiy kategoriya sifatida anglash va uning an'anaviy iqtisodiy munosabatlardan farqlovchi chegaralarini aniqlash ekanligi haqida Islombek Abduhakimov fikr bildirganlar<sup>5</sup>. 1995-yilda kanadalik olim Don Tapscott o'zining “Raqamli iqtisodiyot” (The Digital Economy) asarida ushbu tushunchani ilmiy muomalaga kiritganda, uni shunchaki internet orqali amalga oshiriladigan savdo deb emas, balki axborotning raqamli shaklda (bitlar ko'rinishida) qiymat yaratishning asosiy manbaiga aylanishi deb ta'riflagan edi<sup>6</sup>. Global iqtisodiyotning raqamli makonga ko'chishi nafaqat iqtisodiy munosabatlar dinamikasini, balki ushbu munosabatlarning huquqiy mexanizmini ham tubdan o'zgartirdi.

Mening fikrimcha, sanoatning yuqori o'rinlarini egallashga intilayotgan korxonalar uchun endilikda faqat marketing algoritmlari yoki yetkazib berish tezligi yetarli emas. Zamonaviy bosqichda elektron tijoratning barqarorligi — **iste'molchi huquqlarining raqamli himoyalanganligi** bilan bevosita bog'liq. Bu ishonch esa faqatgina takomillashgan huquqiy baza, raqamli shartnomalarning shaffofligi va kiber-makonda iste'molchi huquqlarining “avtomatik” kafolatlangan himoyasi orqali shakllanadi. Bugungi kunda elektron tijorat (e-commerce) nafaqat tovarlar ayirboshlash usuli, balki kiber-makonda shakllanadigan murakkab huquqiy fenomen hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish strategiyasi<sup>7</sup> doirasida onlayn savdo aylanmasi keskin o'sayotgan bir davrda, “iste'molchi huquqlarini himoya qilish” tushunchasi o'zining an'anaviy qobig'idan chiqib, kiber-huquqning eng dolzarb va ziddiyatli yo'nalishlaridan biriga aylandi.

O'zbekiston Respublikasida “Elektron tijorat to'g'risida”gi yangi tahrirdagi qonunning qabul qilinishi elektron tijoratda iste'molchilar huquqlarini himoya qilish mexanizmini tartibga solish yo'lidagi muhim strategik qadamdir.

Mazkur mavzuning dolzarbligi shundaki, an'anaviy savdodan farqli o'laroq, elektron tijoratda iste'molchi “axborot asimmetriyasi” va “texnologik bosim” sharoitida harakat qiladi. Raqamli muhitda iste'molchi nafaqat iqtisodiy jihatdan, balki texnologik va huquqiy jihatdan ham zaif taraf bo'lib qolmoqda, bu esa kiberhuquq doirasida maxsus himoya mexanizmlarini yaratishni taqozo etadi. Elektron tijoratda iste'molchi huquqlarining buzilishi ko'pincha yashirin xarakterga ega bo'lib, u shaxsiy ma'lumotlar o'g'irlanishidan tortib, algoritmik manipulyatsiyalargacha bo'lgan keng tushunchani qamrab oladi.

Elektron tijoratda iste'molchi bilan elektron shartnoma tuziladi. Onlayn platformalarda bitim tuzish jarayonida iste'molchi haqiqiy muzokara olib borish imkoniyatidan mahrum qilinadi.

<sup>4</sup> <https://www.gazeta.uz/oz/2023/08/25/e-commerce/>.

<sup>5</sup> ABDIXAKIMOV ISLOMBEK BAHODIR O'G'LI “KIBER HUQUQ” O'QUV QO'LLANMA TOSHKENT-2025, 78-bet.

<sup>6</sup> Tapscott, D. (1995). The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill. (Don Tapscott – “raqamli iqtisodiyot” atamasi muallifi va strategik mutafakkir).

<sup>7</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son [Farmoniga](#) 1-ILOVA.

Buning o‘rniga, u “**Click-wrap**” (rozilik tugmasini bosish) yoki “**Browse-wrap**” (saytdan foydalanish orqali sukut saqlash) kabi standart shartnoma shakllariga (contracts of adhesion) duch keladi. Click-wrap haqida **Amerikalik huquqshunos Nensi Kim** o‘zining “**Wrap Contracts**” kitobida ta’kidlaganidek elektron tijoratda iste’molchilarda “**iroda nuqsoni**” degan ya’ni “Foydalanish shartlari”ni o‘qimasdan rozilik berish kabi salbiy holatlar<sup>8</sup> bo‘ladi. Bu iste’molchilarning an’anaviy tijoratdagi shartnomalarda o‘z irodasi bilan shartnoma shartlariga rozi bo‘lish kabi holatiga zid bo‘ladi. Bu yerda bir nechta muammolar zanjiri yuzaga keladi:

**Standart shartnomalarning “bosimi”:** Sotuvchi tomonidan bir tomonlama ishlab chiqilgan va yuzlab sahifadan iborat bo‘lgan “Foydalanish shartlari” (Terms and Conditions) iste’molchi tomonidan o‘qilmaydi. Bu esa huquqiy jihatdan “irodaning haqiqiy emasligi ya’ni iste’molchining rozilik berishda shartnoma bandlari bilan to‘liq tanishib chiqmasligi “ (lack of informed consent) masalasini keltirib chiqaradi. Bunga misol sifatida “**GameStation immortal soul clause 2010**”<sup>9</sup>ni keltirsak bo‘ladi. 2010-yilda Buyuk Britaniyaning **GameStation** onlayn-do‘koni “**Foydalanish shartlari**” matniga hazil tariqasida quyidagi bandni qo‘shib qo‘ydi: “Ushbu saytdan foydalanish orqali siz o‘zingizning boqiydigan joningizni (immortal soul) kompaniyaga abadiy mulk qilib berishga rozilik bildirasiz”.

**Natija:** 7500 dan ortiq iste’molchi ushbu bandga “**roziman**” deb tugmani bosgan. Faqatgina 12 kishi ushbu bandni payqab, maxsus kuponni qo‘lga kiritgan. Ushbu keys shuni isbotlaydiki, iste’molchi shartnomani o‘qimasligi — bu shunchaki e’tiborsizlik emas, balki “**ratsional beparvolik**” (rational apathy)dir. Bunday holatlarda Agar shartnomada insonning fundamental huquqlariga zid band bo‘lsa, hatto tugma bosilgan bo‘lsa ham, u Fuqarolik kodeksining 116-moddasi (G‘ayriqonuniy bitimlar) bo‘yicha haqiqiy emas deb topilishi mumkin.

“**Dark Pattern**” (**Qorong‘u patternlar**) muammosi: Raqamli interfeyslar orqali iste’molchining irodasiga nohaq ta’sir o‘tkazish (masalan, soxta chegirmaning tugash vaqti, savatga avtomatik qo‘shilgan xizmatlar) orqali iste’molchi chalg‘itiladi. Bu kiber huquqida “axborot olish huquqi”ning (Right to Information) ochiqdan-ochiq buzilishidir. “**Booking.com dark patterns false urgency**”<sup>10</sup> keysini dark patterns ga misol qilib keltirsak bo‘ladi. Yevropa Ittifoqi iste’molchilar huquqini himoya qilish tashkilotlari Booking.com saytiga qarshi jiddiy choralar ko‘rgan. Booking.com sayti “Hozirgina 1 kishi ushbu mehmonxonani bron qildi” yoki “Faqat 1 ta xona qoldi” kabi xabarlarini ko‘pincha real vaqtga to‘g‘ri kelmaydigan yoki sun’iy ravishda bosim o‘tkazish uchun yaratgan. Bu “**Social Proof**” va “**Scarcity**” (taqchillik) patternlarining suiiste’mol qilinishidir.

Natijada **YeI talabi bilan Booking.com** bunday ma’lumotlarni faqat isbotlangan taqdirdagina ko‘rsatish majburiyatini oldi. O‘zbekiston Respublikasining Iste’molchilarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risidagi qonuning 6-moddasida ham Ishlab chiqaruvchi (ijrochi, sotuvchi) iste’molchiga o‘zi realizatsiya qilayotgan tovar (ish, xizmat)lar haqida o‘z vaqtida zarur, to‘g‘ri va tushunarli ma’lumot berishi **shartligi belgilab qo‘yilgan**.

**Shartnoma shartlarining adolatsizligi:** Sotuvchilar elektron shartnomalarga javobgarlikni cheklash, nizoning faqat sotuvchiga qulay yurisdiksiyada ko‘rilishi (forum

<sup>8</sup> Kim, N. S. (2013). Wrap Contracts: Foundations and Ramifications. Oxford University Press. (Nensi Kim – Kaliforniya G‘arbiy huquq maktabi professori) .

<sup>9</sup> [https://www.reddit.com/r/todayilearned/comments/10rbzq/til\\_uk\\_game\\_retailer\\_gamestation\\_inserted\\_an/](https://www.reddit.com/r/todayilearned/comments/10rbzq/til_uk_game_retailer_gamestation_inserted_an/) .

<sup>10</sup> <https://behavioralinsight.substack.com/p/dark-patterns-on-bookingcom-manipulation> .

selection clause) kabi bandlarni kiritishi iste'molchining sud orqali himoyalaniş huquqini (access to justice) chegaralaydi.

Shaxsiy tahlilga ko'ra, bu muammo O'zbekiston kabi rivojlanayotgan raqamli bozorlar uchun ikki karra xavflidir. Chunki iste'molchilarning huquqiy savodxonligi bilan birga "elektron tijorat" madaniyati ham yetarli darajada shakllanmagan. Natijada, onlayn platformalar "shartnoma erkinligi" niqobi ostida iste'molchi huquqlarini yuridik jihatdan "qonuniy" ravishda poymol qilmoqda.

Xalqaro huquqshunos olimlar, jumladan, R. Braunsword (Roger Brownsword) ta'kidlaganidek, "Raqamli texnologiyalar huquqni tartibga solish o'rniga, huquqning o'rnini egallay boshladi"<sup>11</sup>. Bu esa elektron tijoratda iste'molchini himoya qilish uchun faqatgina fuqarolik qonunchiligi normalari yetarli emasligini, balki kiber-muhitni huquqiy jihatdan tartibga soladigan maxsus normalar zarurligini ko'rsatadi.

Elektron tijoratda elektron shartnomalar tuzish jarayonida iste'molchining axborot olish huquqi shunchaki deklarativ (qog'ozdagi) huquqi emas, balki amaliy va real kafolatlangan huquqi sifatida bu huquqiga to'sqinlik qiluvchi holatlarning oldini olinib, bartaraf etilishi lozim.

Elektron tijoratda iste'molchi huquqlarini tartibga solish — bu shunchaki savdo qoidalari yig'indisi emas balki balki raqamli makonda huquq sub'ektining irodasini himoya qiluvchi murakkab tizimdir. Ushbu sohada qoidalar ierarxiasini milliy qonunchilik, xalqaro "soft law" normalari va nufuzli chet el olimlarining "kamyob" nazariyalari orqali tahlil qilinishi lozim.

Birlashgan Millatlar Tashkilotining Xalqaro savdo huquqi bo'yicha komissiyasi (UNCITRAL) tomonidan 1996-yilda qabul qilingan "Elektron tijorat to'g'risidagi namunaviy qonun" global miqyosda ushbu sohaning "konstitutsiyasi" hisoblanadi va u "funktional ekvivalentlik" tamoyilini ilgari suradi. Bu tamoyilga ko'ra, agar qonun hujjatda ma'lumot yozma shaklda bo'lishini talab qilsa, elektron xabar ushbu talabga javob beradi, agar undagi ma'lumotdan keyinchalik foydalanish imkoniyati saqlangan bo'lsa<sup>12</sup>

Texnologik neytrallik: Bu tamoyilga ko'ra, qonun muayyan texnologiyaga (masalan, faqat e-mail yoki faqat SMS) bog'lanib qolmasligi kerak. Bu iste'molchiga istalgan raqamli kanal orqali o'z huquqini himoya qilish imkonini beradi. **AQSHdagi Xyuston universiteti huquq markazi professori bo'lgan Olim Reymond Nimmer** ta'kidlaganidek, "Axborot asrida qonun texnologiyaning orqasidan quvmasligi, balki uning uchun umumiy axloqiy va huquqiy ramkalarni chizib berishi kerak"<sup>13</sup>.

Elektron tijoratda iste'molchilar huquqlarini himoya qilish bo'yicha Yevropa Ittifoqi bu sohada dunyodagi eng qat'iy va iste'molchiga yo'naltirilgan qonunchilikka ega. 2011/83/EU Direktivasi: Ushbu hujjat bilan dunyoda birinchi marta "Cooling-off period" (voz kechish muddati) 14 kun etib belgilandi. Kamyob huquqiy fakt: YeI qonunchiligiga ko'ra, agar sotuvchi iste'molchini voz kechish huquqi haqida shartnomada aniq ogohlantirmasa, bu muddat avtomatik ravishda 1 yilgacha uzayishi mumkin. Bu huquqshunoslikda "axborot bermaslik jazosi" (Sanction for non-disclosure) deb ataladi<sup>14</sup>.

Omnibus Directive (2019/2161): YeI onlayn platformalarda "Soxta sharhlar" (fake reviews) ni qonunan taqiqlaydi.

<sup>11</sup> <https://www.routledge.com/Law-Technology-and-Society-Reimagining-the-Regulatory-Environment/Brownsword/p/book/9780815356462>.

<sup>12</sup> UNCITRAL. (1996). UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment. United Nations. (Global elektron tijorat huquqining asosiy manbasi).

<sup>13</sup> <https://euro.ecom.cmu.edu/program/law/08-732/Transactions/LegalIssuesNimmer.pdf>.

<sup>14</sup> <https://www.eccnet.eu/consumer-rights/what-are-my-consumer-rights/shopping-rights/cooling-period>.

Sotuvchi har bir sharh haqiqiy xaridor tomonidan yozilganini texnik jihatdan isbotlashga majbur<sup>15</sup>. Lourens Lessig — “Code is Law” (Kod — bu qonun): Garvard universiteti professori L. Lessig ta’kidlashicha, kiber-makonda iste’molchi huquqlarini faqat qog’ozdagi qonun emas, balki dasturiy kod (algoritm) boshqaradi. Agar sayt dizayni (“Dark Patterns”) iste’molchiga tovarni qaytarish tugmasini topishga xalaqit bersa, bu kod darajasidagi huquqbuzarlikdir<sup>16</sup>. Oren Bar-Gill — “Seduction by Contract” (Shartnoma orqali vasvasa): Nyu-York universiteti professori Bar-Gill raqamli shartnomalarni tahlil qilib, sotuvchilar iste’molchining shartnomani oxirigacha o’qimaslik odatidan foydalanishini ilmiy isbotlagan. Uning fikricha, qonun shartnoma matnini emas, balki uning iste’molchiga psixologik ta’sirini tartibga solishi kerak<sup>17</sup>.

Elektron tijoratda iste’molchilar huquqlari O’zbekiston qonunchiligida ham bir nechta hujatlar orqali tartibga solinadi. Bularga misol qilib Elektron tijorat to’g’risidagi qonun, Iste’molchilar huquqlarini himoya qilish to’g’risidagi qonun, Shaxsga doir ma’lumotlar to’g’risidagi qonun, Fuqarolik kodeksi va boshqalar.

Huquqiy tahlillarda “Internetdagi eng katta yolg’on” atamasi mavjud. Bu — iste’molchining “Men shartlar bilan tanishdim va roziman” degan tugmani bosishidir. Karneg-Mellon universiteti tadqiqotchilari aniqlashicha, agar o’rtacha inson o’zi yil davomida tashrif buyuradigan saytlarning barcha maxfiylik siyosati va shartnomalarini haqiqatda o’qib chiqsa, unga yiliga 76 ish kuni kerak bo’lar ekan<sup>18</sup>. Bu fakt shuni isbotlaydiki, elektron tijoratda “ofertani qabul qilish” mexanizmi huquqiy nuqtai nazardan ko’pincha “fiksiya” (yolg’on) bo’lib, u iste’molchini real himoya qilmaydi, balki sotuvchini javobgarlikdan qutqaradi.

Shunday qilib, raqamli makonda iste’molchi huquqlari — bu klassik fuqarolik huquqi va zamonaviy axborot texnologiyalari huquqining sintezidir. Qoidalar nafaqat qonun moddalarida, balki algoritmlarning adolatligi, axborotning shaffofligi va yurisdiksiyaning iste’molchi uchun ochiqligida namoyon bo’ladi.

Elektron tijoratda iste’molchi va sotuvchi o’rtasidagi munosabatlarni tahlil qilishda biz an’anaviy fuqarolik huquqining “tomonlar tengligi” tamoyili raqamli dunyoda jiddiy deformatsiyaga uchraganiga guvoh bo’lamiz. Ushbu tahlilni to’rtta fundamental huquqiy yo’nalishda amalga oshiramiz.

### 3.1. Aksept va Iroda nuqsoni: “Kognitiv asirlik” tahlili

Elektron shartnomani tuzishda “Roziman” tugmasini bosish harakati (Click-wrap) huquqiy jihatdan aksept hisoblanadi. Biroq, huquqshunos olim Oren Bar-Gill ta’kidlaganidek, iste’molchilar shartnoma matnining uzunligi va murakkabligi sababli “ratsional beparvolik” holatiga tushadilar.

Sotuvchilar foydalanadigan chalg’ituvchi interfeys dizaynlari (Dark Patterns) iste’molchining tanlov erkinligiga qilingan yashirin hujumdur. Asosli dalil: L. Lessig’ning “Code is Law” nazariyasiga ko’ra, platformaning algoritmi iste’molchi uchun yuridik chegaralarni chizadi. Masalan, agar “Rad etish” tugmasi yashirilsa yoki “Savatga qo’shish” tugmasi haddan tashqari bo’rttirilsa, bu iste’molchining irodasini sotuvchi foydasiga modellashtirishdir.

Bu holatni O’zbekiston Respublikasining “Iste’molchilar huquqlarini himoya qilish to’g’risida”gi qonunining 6-moddasi (Iste’molchini chalg’itishni taqiqlash) bilan bog’lash mumkin.

<sup>15</sup> <https://academic.oup.com/edited-volume/61674/chapter-abstract/550125312?redirectedFrom=fulltext> .

<sup>16</sup> <https://lessig.org/images/resources/1999-Code.pdf> .

<sup>17</sup> <https://www.amazon.com/Seduction-Contract-Economics-Psychology-Consumer/dp/0199663378> .

<sup>18</sup> <https://techland.time.com/2012/03/06/you-d-need-76-work-days-to-read-all-your-privacy-policies-each-year/> .

Tahlil shuni ko'rsatadiki, onlayn platformalardagi "interfeys dizayni" endi faqat texnik masala emas, balki huquqiy sub'ektning irodasini himoya qilish masalasidir. Sotuvchi o'z interfeysi orqali iste'molchini ma'lum bir harakatga (masalan, keraksiz sug'urta xizmatini sotib olishga) "yo'naltirsa", bu bitimning ixtiyoriylik tamoyilini buzadi.

Raqamli shartnomalar klassik "Qo'shilish shartnomasi"dir. Iste'molchida "Take it or leave it" (Yo qabul qil, yo ket) tanlovi bor. Tahlilimizga ko'ra, yirik marketplace platformalari (masalan, Amazon yoki milliy Uzum) o'z ommaviy ofertalariga javobgarlikni cheklash haqidagi "agressiv" bandlarni kiritishadi.

elektron tijoratda sub'ektlar o'rtasidagi huquqiy muvozanatni saqlash davlatning ustuvor vazifasidir. Tahlil shuni ko'rsatadiki, agar shartnoma shartlari iste'molchining sud orqali himoyalani huquqini (access to justice) amalda imkonsiz qilib qo'ysa (masalan, nizo chet elda hal qilinishi yozilsa), bunday shartnomalar O'zbekiston Fuqarolik Kodeksining 21-moddasi (Iste'molchi huquqlarini cheklovchi shartnoma bandlarining haqiqiy emasligi) bo'yicha o'z-o'zidan o'z kuchini yo'qotishi kerak.

Mening shaxsiy tahlilimga ko'ra, raqamli bozorda axborot assimetriyasi "ma'lumot yetishmasligi"da emas, balki "ma'lumotning haddan tashqari ko'pligi" (information overload)da namoyon bo'lmoqda. Sotuvchilar iste'molchini foydali ma'lumot bilan emas, balki "yuridik shovqin" (legal noise) — ya'ni o'qib bo'lmaydigan darajadagi uzun shartnomalar bilan aldashi mumkin..

Bu muammoni hal qilish uchun qisqa va aniq tamoyilini kiritish zarur. Ya'ni, huquqiy tahlil nuqtai nazaridan, iste'molchi 50 betlik matni emas, balki uning hayoti va puli uchun xavfli bo'lgan 3 ta asosiy bandni (ma'lumotlarni uchinchi shaxsga berish, pulni qaytarish tartibi va qo'shimcha to'lovlar) ko'rmaguncha, shartnoma "tuzilgan" deb hisoblanmasligi kerak. Faqat shundagina "informed consent" — shunchaki fiksiya emas, balki real huquqiy faktga aylanadi.

### 3.5. Xulosa o'rnida

Ushbu tahlil shuni tasdiqlaydiki, elektron tijoratda iste'molchi huquqlarining himoyasi — bu qonun matni va platforma kodining sintezidir. Huquqiy normalar (Rule) raqamli makonda real ishlashi uchun, ular platforma dizayni darajasida iste'molchi foydasiga ishlashi, ya'ni "Privacy by Design" va "Protection by Design" tamoyillari asosida qurilishi shart. Aks holda, raqamli shartnomalar sotuvchilar uchun javobgarlikdan qochishning qonuniy yo'lagi bo'lib qolaveradi.