



INNOVATIVE
WORLD

ISSN: 3030-3079

ORIENTAL JOURNAL OF ACADEMIC AND MULTIDISCIPLINARY RESEARCH

SHARQ AKADEMIK VA KO'P TARMOQLI
TADQIQOTLAR JURNALI

Scientific Journal



www.innoworld.net

+998 33 5668868



ORIENTAL JOURNAL OF ACADEMIC AND MULTIDISCIPLINARY RESEARCH

Volume 3, Issue 3
2025

Journal has been listed in different indexings

Google Scholar



ResearchGate

zenodo



ADVANCED SCIENCE INDEX



OpenAIRE



Directory of Research Journals Indexing

The official website of the journal:

www.innoworld.net

Andijon-2025



Elektron tijorat sohasida davlat tomonidan tartibga solish chet el tajribasi

Imamov Zuxriddin Achilbayevich

O'zbekiston Respublikasi IIV Andijon akademik litseyi
Ijtimoiy-gumanitar fanlar kafedrası katta o'qituvchisi

Annotatsiya. Ushbu maqola turli mamlakatlar elektron tijoratni qanday tartibga solishini o'rganadi, bu esa tushuncha va ilg'or tajribalarni o'rganishga qaratilgan. Keys tadqiqotlari orqali u Yevropadagi ma'lumotlar maxfiyligi bo'yicha qat'iy qonunlardan tortib Osiyodagi dinamik aralashuvlargacha bo'lgan turli yondashuvlarni o'rganadi. Ushbu qoidalarining bozorlar va iste'molchilarga ta'sirini tahlil qilib, u siyosatchilar va manfaatdor tomonlar uchun samarali me'yoriy-huquqiy bazani yaratishda yordam beradi.

Kalit so'zlar. Elektron tijoratni tartibga solish, Xalqaro tajribalar, Iste'molchilarni himoya qilish, Bozor dinamikasi, Ma'lumotlar maxfiyligi qonunlari.

Elektron tijoratning jadal rivojlanishi iqtisodiy faoliyatga ham milliy, ham xalqaro darajada ta'sir ko'rsatmoqda. Elektron tijorat hali ham boshlang'ich bosqichida, lekin u ko'pincha "tarmoq inqilobi" bilan bog'liq iqtisodiy va ijtimoiy o'zgarishlarning asosiy harakatlantiruvchilaridan biri sifatida e'tirof etiladi. Elektron tijoratning rivojlanish jarayonida korxonalar o'zgarishlarga moslashishga harakat qilmoqda, shu sababli ham elektron tijoratni davlat tomonidan tartibga solinishi juda ham muhimdir. Sababi, ushbu jarayonlarda fuqaro va bizneslar uchun himoya va qonun ustuvorligi har qachongidanda muhimdir. Adaptatsiya jarayonida, ko'plab fribgarlar paydo bo'lishi tabiiy holatdir yoki ba'zi kompaniyalar fuqarolarning konstitutsiyaviy huquqlariga putur yetkazishi ham aslo ajablanarli holat emas. Onlayn biznes qanchalik keng tarqalgan bo'lsa, onlayn biznesning qonuniy talablari shunchalik murakkablashadi. Ammo murakkabligiga qaramay, har bir elektron tijorat biznes egasi onlayn biznes qonunlarini tushunishi va ularga rioya qilishi kerak. Bu nafaqat qonuniy oqibatlarining oldini olishga, balki iste'molchilarning ishonchini saqlashga ham yordam beradi.

1. Ma'lumotlarni himoya qilish bo'yicha umumiy reglament (GDPR)

Yevropa Ittifoqidagi ma'lumotlarning maxfiyligi to'g'risidagi keng qamrovli qonun bo'lib, iste'molchilarning shaxsiy ma'lumotlari ustidan nazoratini amalga oshiradi. Shaxsiy ma'lumotlar, haqiqiy, tirik shaxsni aniqlash uchun ishlatilishi mumkin bo'lgan har qanday ma'lumotni, shu jumladan ism, elektron pochta manzili, joylashuv ma'lumotlari, IP manzili yoki ijtimoiy xavfsizlik raqamini nazarda tutadi. GDPR korxonalar o'z mijozlarining

shaxsiy ma'lumotlarini to'plash, qayta ishlash va saqlash bo'yicha aniq qoidalarni o'rnatadi, bu esa ma'lumotlarni yig'ishdan oldin mijozlarning aniq roziligini olishlarini talab qiladi. Shuningdek, u iste'molchilarga o'z ma'lumotlariga kirish va ularni tuzatish huquqini beradi, shuningdek, ularning ma'lumotlarini onlayn ma'lumotlar bazalaridan butunlay olib tashlashni talab qiladi.

Agar sizning biznesingiz Yevropa Ittifoqi fuqarolari ma'lumotlarini qayta ishlasa, biznesingiz dunyoning qayerida joylashganidan qat'i nazar, GDPR sizga tegishli. GDPR talablariga rioya qilish uchun siz onlayn mijozlaringizning shaxsiy ma'lumotlarini to'plash, qayta ishlash va saqlashdan oldin ularning aniq roziligini olishingiz kerak. Bundan tashqari, mijozlaringizni biznesingizning ma'lumotlarni qayta ishlash amaliyoti haqida xabardor qilishingiz va ularga shaxsiy ma'lumotlariga kirish va ularni tuzatish imkoniyatini berishingiz kerak¹.

2. Kaliforniya iste'molchi maxfiyligi to'g'risidagi qonun (CCPA)

Kaliforniya iste'molchilarining maxfiyligi to'g'risidagi qonun (CCPA) Qo'shma Shtatlardagi maxfiylik to'g'risidagi qonun bo'lib, Kaliforniya shtatida iste'molchilarning maxfiylik huquqlarini yaxshilashga qaratilgan. Bu korxonalardan Kaliforniyadagi mijozlarni ulardan to'plangan shaxsiy ma'lumotlar haqida xabardor qilishni talab qiladi va Kaliforniya aholisiga o'z ma'lumotlarini o'chirishni talab qilish va ma'lumotlarini sotishdan voz kechish huquqini beradi. CCPA himoyasi Kaliforniyaning barcha aholisiga taalluqlidir, ammo uning talablari faqat sizning biznesingizga nisbatan qo'llaniladi, agar siz:

O'tgan kalendar yilida yalpi yillik daromadi 25 million dollardan ortiq (taqvim yilining 1-yanvarida o'lchangan)

Yiliga 100 000 Kaliforniya iste'molchilari yoki uy xo'jaliklari (yoki undan ko'p) shaxsiy ma'lumotlarini sotib olsangiz yoki sotsangiz

Yillik daromadining 50% yoki undan ko'prog'ini shaxsiy ma'lumotlarni sotish yoki almashishdan olinsa

Agar sizning biznesingiz ushbu mezonlardan bir yoki bir nechtasiga javob bersa, siz Kaliforniya aholisining ma'lumotlarini qayta ishlash bo'yicha CCPA talablariga rioya qilishingiz kerak.

Umuman olganda, AQSh Maxfiylik qonunlariga rioya qilish uchun biznesingiz ma'lumotlarini yig'ish va qayta ishlash amaliyotlarini mijozlaringizga yetkazish uchun maxfiylik siyosatingizni yangilashni tavsiya qilamiz. Bundan tashqari, mijozlaringiz o'z ma'lumotlarini o'chirishni so'rashi mumkin bo'lgan kirish kanalini yaratishingiz kerak va sizning biznesingiz bunday so'rovlarni bajarishi kerak².

¹ General Data Protection Regulation (GDPR). Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). Official Journal of the European Union, L 119/1.

² California Consumer Privacy Act (CCPA). California Civil Code §§ 1798.100–1798.199. (2018).

3. Ley Geral de Proteção de Dados (LGPD)

Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) - portugalcha "Ma'lumotlarni himoya qilish bo'yicha umumiy qonun" - korxonalar braziliyalik mijozlarning shaxsiy ma'lumotlarini yig'ish va qayta ishlash usullarini boshqaradi. Bu GDPRga o'xshaydi, chunki u iste'molchilarga o'z ma'lumotlari ustidan nazoratni beradi, elektron tijorat korxonalaridan mijozlardan shaxsiy ma'lumotlarni to'plashdan oldin rozilik olishni talab qiladi va iste'molchilarga shaxsiy ma'lumotlariga onlayn kirish va tuzatish huquqini beradi. Bundan tashqari, LGPD chegaralar bo'ylab ma'lumotlarni uzatish qoidalarini belgilaydi va korxonalarni mijozlarining shaxsiy ma'lumotlarini himoya qilish uchun muayyan xavfsizlik choralarini ko'rishga majbur qiladi.

Biznesingizni LGPD bilan muvofiqlashtirish uchun siz avval GDPR yoki CCPA bilan muvofiqligini ta'minlash uchun xuddi shunday qadamlarni bajarishingiz kerak, jumladan:

- Mijozlarning ma'lumotlarini yig'ishdan oldin ularning roziligini olish
- Ularga biznesingizning ma'lumotlarni qayta ishlash amaliyoti haqida shaffof ma'lumotni taqdim etish
- Agar xohlasalar, ma'lumotlarini o'chirib tashlashlari uchun aniq marshrutni taklif qilish.
- Bundan tashqari, transchegaraviy ma'lumotlarni uzatish so'rovlarini bajarish uchun aniq jarayonlarni o'rnatishingiz kerak³.

4. Avstraliya Maxfiylik tamoyillari (ilovalar)

Avstraliya Maxfiylik Tamoyillari (Australian Privacy Principles, APPs) — bu **1988-yilgi Maxfiylik to'g'risidagi Qonun** (Privacy Act 1988) doirasida belgilangan va Avstraliya bizneslari hamda tashkilotlarining shaxsiy ma'lumotlar bilan ishlash tartibini nazorat qiluvchi huquqiy normalar to'plamidir. Ushbu tamoyillar shaxslarning maxfiylik huquqlarini kafolatlashni, ma'lumotlardan mas'uliyatli foydalanishni va zamonaviy axborot xavfsizligi talablarini ta'minlashni maqsad qiladi.

APPs xalqaro miqyosda tan olingan **ma'lumotlarni himoya qilish standartlari** bilan uyg'unlashgan bo'lib, ularning mazmuni Yevropa Ittifoqining **Umumiy Ma'lumotlarni Himoya Qoidalari (GDPR)** bilan ma'lum darajada o'xshashlikka ega.

1. Shaxsiy ma'lumotlarni ochiq va shaffof boshqarish

- Har bir tashkilot maxfiylik siyosatini ishlab chiqib, uni ochiq-oydin e'lon qilishi kerak. Bu siyosatda ma'lumotlar qanday yig'ilishi, ishlatilishi va saqlanishi haqida aniq ko'rsatmalar bo'lishi lozim.

2. Anonimlik va taxalluslik imkoniyati

³ Ley Geral de Proteção de Dados (LGPD). Law No. 13.709, August 14, 2018, Brazil

- Iste'molchilarga o'z ismini bermasdan yoki taxallus ostida xizmatdan foydalanish huquqi taqdim etiladi (agar bu amalda imkoni bo'lsa).

3. Ma'lumot yig'ish haqida xabardor qilish

- Ma'lumot to'plovchi tashkilot iste'molchiga ma'lumotlar qaysi maqsadda yig'ilayotganini, qaysi uchinchi shaxslarga uzatilishi mumkinligini va ularni boshqarish tartibini oldindan ma'lum qilishi shart.

4. Shaxsiy ma'lumotlarning xavfsizligi

- Korxonalar shaxsiy ma'lumotlarni yo'qotish, noqonuniy kirish yoki oshkor etilishdan himoya qilish uchun texnik va tashkiliy choralarni qo'llashlari zarur.

5. Ma'lumotlarga kirish va tuzatish huquqi

- Har bir fuqaro o'z shaxsiy ma'lumotlariga kirish va ularni noto'g'ri bo'lsa tuzatish talabini qo'yish huquqiga ega.

APPs nafaqat Avstraliyada faoliyat yuritayotgan mahalliy bizneslarga, balki Avstraliya fuqarolarining shaxsiy ma'lumotlarini qayta ishlovchi xorijiy kompaniyalarga ham tatbiq etiladi. Bu degani, xalqaro tashkilotlar ham Avstraliya bozorida ishlash uchun ushbu tamoyillarga rioya qilishi shart.

Mazkur tamoyillar:

- **Fuqarolar uchun** – shaxsiy ma'lumotlar ustidan nazoratni mustahkamlaydi;
- **Biznes uchun** – mijozlar ishonchini oshiradi va huquqiy xavflarni kamaytiradi;
- **Davlat uchun** – shaxsiy hayot daxlsizligini milliy darajada kafolatlaydi.

Avstraliya Maxfiylik Tamoyillari (APPs) — bu shaxsiy ma'lumotlarni boshqarishda xalqaro andozalarga yaqinlashgan huquqiy mexanizm bo'lib, u korxona va tashkilotlarga yuqori darajada mas'uliyat yuklaydi. Agar biznesingiz Avstraliyada yoki Avstraliya fuqarolari bilan ishlasa, APPs talablariga rioya qilish nafaqat qonuniy majburiyat, balki mijozlar ishonchini saqlash va raqobatbardoshlikni ta'minlash vositasi hisoblanadi⁴.

5. Omnibus direktivasi

Evropa Ittifoqi (EI) tomonidan qabul qilingan **Omnibus Direktivasi** (2019/2161/EU) — bu elektron tijorat va raqamli xizmatlar sohasidagi turli qoidalarni uyg'unlashtirishga qaratilgan muhim huquqiy hujjatdir. Ushbu direktiva Elning "Raqamli Yagona Bozor" tashabbusining tarkibiy qismi bo'lib, iste'molchilar huquqlarini mustahkamlash, raqamli iqtisodiyotda shaffoflikni kuchaytirish va barcha a'zo davlatlarda biznes uchun adolatli raqobat muhitini ta'minlashni maqsad qiladi.

Direktiva keng qamrovli bo'lib, **iste'molchilar huquqlari, ma'lumotlar maxfiyligi, raqamli xavfsizlik** va **adolatli raqobat** kabi ko'plab masalalarni qamrab oladi. Uning asosiy vazifasi esa – **elektron tijorat uchun yagona**

⁴ Australian Privacy Principles (APPs). Privacy Act 1988 (Cth) Schedule 1.

me'yoriy-huquqiy baza yaratish va shu orqali iste'molchilarga yuqori darajada ishonchli va shaffof raqamli muhitni taqdim etishdir.

Omnibus Direktivasi asosiy yangiliklari:

1. Narxlar bo'yicha shaffoflik

- Mahsulot yoki xizmat narxi tushirilganda, sotuvchilar mijozlarga oxirgi 30 kun ichida qo'llangan eng past narxni ko'rsatishi majburiydir. Bu sun'iy "soxta chegirmalar" amaliyotiga chek qo'yadi.

2. Sharhlarning haqiqiylikini ta'minlash

- Kompaniyalar o'z platformalarida joylashtirilgan mijozlar fikrlari va baholarining haqiqiylikini tekshirishi shart. Masalan, faqat haqiqatan mahsulotni sotib olgan yoki xizmatdan foydalangan shaxslarning sharhlarini qabul qilish mexanizmlari yo'lga qo'yilishi kerak.

3. "Ma'lumot = tovar" tamoyili

- Direktivaga ko'ra, iste'molchilar shaxsiy ma'lumotlarini pul o'rniga raqamli xizmat yoki tovar evaziga taqdim etgan hollarda ham ular **GDPR** doirasidagi huquqlardan to'liq foydalanadi.

4. Qidiruv tizimlari va reyting shaffofligi

- Onlayn platformalar iste'molchiga mahsulot yoki xizmat qidirish natijalari qanday tartibda chiqarilishini va reyting mezonlari (masalan, reklama to'lovi, mashhurlik, sotuvchining obro'si) qanday ishlashini aniq ko'rsatishi kerak.

5. Jarimalar tizimining kuchaytirilishi

- Omnibus Direktivasi qoidalarini buzgan korxonalarga nisbatan EI miqyosida ancha keskin moliyaviy sanksiyalar joriy etilgan. Ayrim hollarda jarimalar korxona yillik aylanmasining 4% gacha bo'lishi mumkin.

Omnibus Direktivasi ahamiyati

Ushbu direktiva iste'molchilarni himoya qilish bilan bir qatorda, halol raqobat uchun yangi standartlar yaratadi. Natijada:

- **Iste'molchilar** mahsulot va xizmatlar haqida aniqroq, shaffofroq ma'lumotga ega bo'ladilar;
- **Biznes subyektlari** esa yagona me'yoriy-huquqiy maydonda faoliyat yuritib, turli davlatlarda murakkab va qarama-qarshi talablar bilan to'qnash kelmaydi;
- **EI raqamli bozorining barqarorligi** va investitsion jozibadorligi ortadi.

Omnibus Direktivasi nafaqat iste'molchilar huquqlarini mustahkamlash, balki Elda raqamli iqtisodiyotning sog'lom rivojlanishiga xizmat qiladi. Shu bois, EI hududida faoliyat yuritayotgan har qanday onlayn biznes subyekti ushbu direktiva talablari bilan tanishib chiqishi va o'z faoliyatini unga

moslashtirishi shart. Aks holda, korxonalar nafaqat moliyaviy jazoga, balki mijozlar ishonchini yo'qotish xavfiga ham duch keladi.⁵

Bugungi globallashuv va raqamli iqtisodiyot davrida shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish masalasi milliy chegaralardan chiqib, xalqaro huquqiy standartga aylanmoqda. Turli mintaqalarda ishlab chiqilgan huquqiy mexanizmlar — Evropa Ittifoqining GDPR qoidalari, Avstraliyaning Maxfiylik Tamoyillari (APPs), AQShning Kaliforniya iste'molchilar maxfiylik to'g'risidagi qonuni (CCPA) hamda Braziliyaning Umumiy ma'lumotlarni himoya qilish to'g'risidagi qonuni (LGPD) — bir-biridan ayrim jihatlarida farq qilsa-da, ularning barchasining asosiy maqsadi bitta: fuqarolarning shaxsiy hayoti daxlsizligini kafolatlash va ma'lumotlardan mas'uliyatli foydalanish tamoyillarini o'rnatish.

Bu huquqiy tizimlar o'z hududida faoliyat yuritayotgan yoki o'sha mintaqada fuqarolari bilan ishlayotgan biznes subyektlariga bevosita tatbiq etiladi. Shu sababli xalqaro miqyosda faoliyat yurituvchi kompaniyalar bir vaqtning o'zida bir nechta maxfiylik rejimlariga rioya qilishi zarur. Bu esa global biznes uchun qo'shimcha majburiyatlar yaratishi bilan birga, iste'molchilarning ishonchini oshirish, bozorda adolatli raqobatni ta'minlash va raqamli xavfsizlikni mustahkamlashga xizmat qiladi.

Demak, shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish bo'yicha turli huquqiy mexanizmlar nafaqat milliy xavfsizlik, balki global raqamli tartib va huquqiy uyg'unlik uchun ham muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Ley Geral de Proteção de Dados (LGPD). Law No. 13.709, August 14, 2018, Brazil
2. General Data Protection Regulation (GDPR)
3. California Consumer Privacy Act (CCPA)
4. Australian Privacy Principles (APPs)
5. Omnibus Directive Consumer Rights Directive (CRD)
6. Electronic Commerce (EC)
7. Regulations (UK) Americans with Disabilities Act (ADA)
8. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)
9. Fair Packaging and Labeling Act (FPLA)

⁵ Omnibus Directive. Directive (EU) 2019/2161 of the European Parliament and of the Council of 27 November 2019 amending Directive 2009/22/EC