



National and foreign experience in regulating the abuse of a dominant position in the digital market

Ezoza RAZZAKOVA¹

Tashkent State University of Law

ARTICLE INFO

Article history:

Received July 2024

Received in revised form

15 August 2024

Accepted 25 August 2024

Available online

15 September 2024

Keywords:

competition law,
dominant position,
discriminatory terms,
digital market operators,
market share,
dominant bargaining power.

ABSTRACT

This article analyzes competition law, including the study and subsequent changes in both Uzbek and international legislation. It examines the national legal framework of competition law and the functioning of antitrust legislation in various countries. Special attention is given to the concept of dominant position in modern emerging digital markets, and the dominant position of digital platform operators is also analyzed.

2181-1415/© 2024 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol5-iss8/S-pp29-39>

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Raqamli bozorda ustun mavqeni suiiste'mol qilishni tartibga solishda milliy va xorijiy tajriba

ANNOTATSIYA

Kalit so'zlar:

raqobat huquqi,
ustun mavqe,
kamsitivchi shartlar,
raqamli bozor operatorlari,
bozor ulushi,
ustun muzokara kuchi.

Ushbu maqolada raqobat huquqiga doir qonunchilik tahlil qilingan. Unda nafaqat O'zbekiston balki xalqaro qonunchilik tahlili va so'ngi o'zgarishlar haqida so'z boradi. Quyida biz raqobat huquqining milliy qonuniy asoslari bilan tanishgan holda, turli davlatlarda raqobat qonunchiligi qay tarzda ekanligini ko'rib chiqamiz va shu bilan bir qatorda, bugungi kunda rivojlanib borayotgan raqamli bozorlarda ustun mavqe tushunchasiga hamda raqamli platforma operatorlarining ustun mavqeyi tushunchalariga ham qisqacha to'xtalib o'tamiz.

¹ Master degree student, Tashkent State University of Law. E-mail: razzaqova22@gmail.com

Отечественный и зарубежный опыт регулирования злоупотребления доминирующим положением на цифровом рынке

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

антимонопольное законодательство, доминирующее положение, дискриминационные условия, операторы цифрового рынка, доля рынка, доминирующая переговорная сила.

В данной статье проводится анализ конкурентного права, включая исследование и последующие изменения как узбекского, так и международного законодательства. Рассматриваются национальная правовая база конкурентного права и функционирование антимонопольного законодательства в различных странах. Особое внимание уделяется понятию доминирующего положения на современных развивающихся цифровых рынках, а также анализируется доминирующее положение операторов цифровых платформ.

KIRISH

Zamon rivojlanib borar ekan, raqobat qonunchiligi ham, raqobat muhiti ham rivojlanib boradi. Ayniqsa bugungi kunda ham an'anaviy, ham raqamli bozorlarda raqobat muhiti sezilarli darajada oshib bormoqda. Quyida biz raqobat huquqining milliy qonuniy asoslari bilan tanishgan holda, turli davlatlarda raqobat qonunchiligi qay tarzda ekanligini ko'rib chiqamiz va shu bilan bir qatorda, bugungi kunda rivojlanib borayotgan raqamli bozorlarda ustun mavqe tushunchasiga hamda raqamli platforma operatorlarining ustun mavqeyi tushunchalariga ham qisqacha to'xtalib o'tamiz.

ASOSIY QISM

O'zbekiston Respublikasining 850-sonli "Raqobat to'g'risida"gi qonun mamalakatda raqobatga qarshi harakatlarni tartibga soladi. Qonunga 2023-yil ferval va mart oylarida o'zgartirish kiritilgan bo'lib u yanada zamon talablariga javob beradigan holatga keltirilish arafasida. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi vazirlar mahkamasining 230-sonli "Tovar va moliya bozorida monopoliyaga qarshi tartibga solishni takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori ham ushbu sohani ma'lum ma'noda tartiblab turadi. Bundan tashqari mamlakatda ushbu sohada noqonuniy harakatlarga qarshi Raqobatni rivojlantirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish qo'mitasi mavjud bo'lib, ushbu sohadagi noqonuniy harakatlarni tartibga solish va oldini olish bilan shug'illanadi. Qonunchilikka ko'ra raqobat, ustun mavqe va raqamli platforma tushunchalarini yoritib o'tamiz.

Raqobat – xo'jalik yurituvchi subyektlarning (raqobatchilarning) musobaqalashuvi bo'lib, bunda ularning mustaqil harakatlari ulardan har birining tovar yoki moliya bozoridagi tovar muomalasining umumiy shart-sharoitlariga bir tomonlama tartibda ta'sir ko'rsatish imkoniyatini istisno etadi yoki cheklaydi. Demak, qonunchilikka ko'ra raqobat- tadbirkorlik subyektlarining ma'lum ma'noda musobaqalashuvidir. Qonunchilikning 13-moddasida esa, ustun mavqe tushunchasini yoritib beradi. "Tovar yoki moliya bozoridagi xo'jalik yurituvchi subyektning yoxud shaxslar guruhining unga o'z faoliyatini raqobatlashuvchi xo'jalik yurituvchi subyektlarga bog'liq bo'lmagan holda amalga oshirish va raqobatning holatiga hal qiluvchi ta'sir ko'rsatish, tegishli bozorga boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarning kirishini qiyinlashtirish yoxud ushbu boshqa

subyektlarning iqtisodiy faoliyat erkinligini boshqacha tarzda cheklash imkoniyatini beradigan holati ustun mavqedir”. Demak, ustun mavqe bu- bozorga to‘g‘ridan-to‘g‘ri ta‘sir ko‘rsatuvchi subyektning bozor faoliyatida tutgan o‘rni. Aynan mana shu ustun mavqe ko‘p vaziyatlarda uni egallab turgan subyektlar tomonidan suiiste‘mol qilib turiladi. Bu holat nafaqat an‘anaviy bozorlarda, balki raqamli bozorlarda ham yuzaga kelmoqda. Raqamli bozorlar o‘z-o‘zidan an‘anaviy bozorlarning raqamli muhitga ko‘chishidir. Endi esa, qonunchilikka ko‘ra raqamli platforma tushunchasini yoritamiz.

Raqamli platforma – raqamli mahsulotlardan Internet jahon axborot tarmog‘i orqali haq evaziga yoki bepul foydalanilishini ta‘minlovchi axborot tizimi. Shu holatda ustun mavqe tushunchasi va uni suiiste‘mol qilish haqida bir oz to‘xtalib o‘tsak, qonunchilikda ba‘zi tahlilga muhtoj holatlar yo‘q emas. Tovar yoki moliya bozorida quyidagilar ustun mavqe deb e‘tirof etiladi:

– agar xo‘jalik yurituvchi subyektning yoki shaxslar guruhining raqobatchilari mavjud bo‘lmasa;

– agar xo‘jalik yurituvchi subyektning yoxud shaxslar guruhining bozordagi ulushi 40 foizni va undan ortiqni tashkil etsa;

– agar xo‘jalik yurituvchi subyekt yoki shaxslar guruhi tabiiy monopoliya subyekti deb e‘tirof etilsa;

– agar xo‘jalik yurituvchi subyektga yoki shaxslar guruhiga muayyan tovarlarni ishlab chiqarish yoki realizatsiya qilish yoxud olish uchun qonunchilikda belgilangan tartibda mutlaq va (yoki) eksklyuziv huquq berilgan bo‘lsa.

Bundan shu anglashiladiki, bozor ulushi 40% bo‘lgan va boshqa raqobatchilari mavjud bo‘lmagan, tabiiy monopoliya deb e‘tirof etilgan subyektlar va qonunchilikda belgilangan tartibda mutlaq hamda eksklyuziv huquqlar berilgan subyektlar ustun mavqega egadirlar. Ammo, aynana mana shu moddaning o‘zida ikki tushuncha bir-biriga zid bo‘lib qolgan, subyektning bozor ulushi 40% bo‘lgani holda unda boshqa raqobatchilarning mavjud bo‘lmasligi ayni kunlarda murakkabdir. Sababi iqtisodiy muhit rivojlanar ekan har bir sohada raqobatchilar topilishi tayin. Masalan, raqamli bozorda Yandex Goni ustun mavqe deb e‘tirof etrsak, 86% bozor ulushi bilan, biroq uning My taxi, in Drive ka‘bi raqobatchilari borligini inkor eta olmaymiz. Demak ayni mana shu holda qat‘iy tarzda ustun mavqrga ega subyektning raqobatchilari yoki lozim darajada raqobatchilik qila olmaydigan raqobatchilari (bozor ulushi kam bo‘lgan raqobatchilar nazarda tutilmoqda) mavjud bo‘lsa ustun mavqe deya e‘tirof etiladi deyish maqsadga muvofiq bo‘lar edi.

Shu bilan birgalikda Vazirlar mahkamasining 256-son 01.05.2024. “Tovar va moliya bozorlarida monopoliyaga qarshi tartibga solishga doir normativ-huquqiy hujjatlarni tasdiqlash to‘g‘risida”gi qarori ham raqobat muhitini muvozanatda saqlash uchun tarozi vazifasini o‘tamoqda. Qarorning ilovalaridan biri **“Raqamli platforma operatorining ustun mavqeyini va ustun muzokara kuchini e‘tirof etish hamda raqobatning cheklanishiga va (yoki) iste‘molchilarning, boshqa xo‘jalik yurituvchi subyektlarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini kamsitishga olib keladigan harakatlarni aniqlash tartibi to‘g‘risida”gi nizomi ushbu masalalarni tartibga solishda yordam beradi.**

Raqamli platforma operatorining ustun mavqeyi raqamli makon chegaralari doirasida uning joylashgan va davlat ro‘yxatidan o‘tgan joyidan qat‘i nazar, O‘zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste‘molchilar huquqlarini himoya qilish qo‘mitasi hamda uning

hududiy tomonidan ochiq ma'lumotlar, shuningdek, raqamli platforma operatorlari, tadbirkor va yakuniy foydalanuvchilar, davlat organlariga va boshqa tashkilotlarga so'rov jo'natish natijasida olingan axborotlar tahlili asosida e'tirof etiladi*.

Raqamli platforma operatorining ustun mavqeyini e'tirof etishda quyidagilar monopoliyaga qarshi organ tomonidan tahlil orqali aniqlanadi:

- raqamli makon chegaralari;
- raqamli makon chegaralari doirasidagi bozorda faoliyat yuritayotgan raqamli platforma operatorlari;
- raqamli platforma operatorining oxirgi kalendar yildagi tushumi miqdori, agar raqamli platforma operatorining raqamli makondagi faoliyatining boshlanganiga bir yil to'lmagan bo'lsa, u holda uning o'z faoliyatini boshlagan vaqtdan tahlil o'tkazish vaqtiga qadar bo'lgan davrdagi tushumi miqdori;
- bevosita va bilvosita tarmoq samarasining mavjudligi;
- foydalanuvchilarning turli raqamli platformalardan bir vaqtning o'zida foydalanish imkoniyati mavjudligi va ularni almashtirish bo'yicha xarajatlar miqdori;
- raqamli platforma operatorining raqobat muhitiga ta'sir qilayotgan yoki ta'sir qilishi mumkin bo'lgan foydalanuvchilarning shaxsiy va boshqa ma'lumotlaridan foydalanish imkoniyati mavjudligi**.

Quyidagi shartlarning biriga rioya qilinganda hamda bevosita va bilvosita tarmoq samarasi mavjud bo'lganda raqamli platforma operatori ustun mavqega ega deb e'tirof etiladi:

- raqamli platforma operatorining raqamli makon chegaralari doirasida so'nggi kalendar yilda, agar raqamli platforma operatorining o'z faoliyatini boshlanganiga bir yil to'lmagan bo'lsa, u holda tahlil o'tkazish vaqtiga qadar bo'lgan davrdagi tushumi miqdori bazaviy hisoblash miqdorining yuz ming baravariga teng yoki undan yuqori bo'lsa;
- raqamli platformaning faol yakuniy foydalanuvchilarining umumiy o'rtacha soni har oyda kamida ellik mingni yoki faol tadbirkor foydalanuvchilarning o'rtacha soni har oyda kamida uch mingni tashkil etsa***.

Monopoliyaga qarshi organ raqamli platforma operatorining ustun mavqeyini e'tirof etishda raqamli makonning geografik chegaralarini jahon, mintaqaviy, shuningdek, respublika yoki Qoraqalpog'iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahri uchun alohida yoki ikki yoxud undan ortiq tovar yoki moliya bozorlari chegaralarini birlashtirish orqali belgilashga haqli****.

* Vazirlar mahkamasining "Raqamli platforma operatorining ustun mavqeyini va ustun muzokara kuchini e'tirof etish hamda raqobatning cheklanishiga va (yoki) iste'molchilarning, boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini kamsitishga olib keladigan harakatlarni aniqlash tartibi to'g'risida"gi nizomi 4-bandi. <https://lex.uz/docs/-6907023>. Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 02.05.2024-y., 09/24/256/0320-son.

** Vazirlar mahkamasining "Raqamli platforma operatorining ustun mavqeyini va ustun muzokara kuchini e'tirof etish hamda raqobatning cheklanishiga va (yoki) iste'molchilarning, boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini kamsitishga olib keladigan harakatlarni aniqlash tartibi to'g'risida"gi nizomi 5-bandi. <https://lex.uz/docs/-6907023>. Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 02.05.2024-y., 09/24/256/0320-son.

*** Vazirlar mahkamasining "Raqamli platforma operatorining ustun mavqeyini va ustun muzokara kuchini e'tirof etish hamda raqobatning cheklanishiga va (yoki) iste'molchilarning, boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini kamsitishga olib keladigan harakatlarni aniqlash tartibi to'g'risida"gi nizomi 8-bandi. <https://lex.uz/docs/-6907023>. Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 02.05.2024-y., 09/24/256/0320-son.

**** Vazirlar mahkamasining "Raqamli platforma operatorining ustun mavqeyini va ustun muzokara kuchini e'tirof etish hamda raqobatning cheklanishiga va (yoki) iste'molchilarning, boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini kamsitishga olib keladigan harakatlarni aniqlash tartibi to'g'risida"gi nizomi 6-bandi. <https://lex.uz/docs/-6907023>. Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 02.05.2024-y., 09/24/256/0320-son.

Ustun mavqega ega deb e'tirof etilgan paytdan e'tiboran raqamli platforma operatori o'z xizmati uchun narxlar yoki raqamli platformadan foydalanish shartlari o'zgarishidan kamida o'n besh kun oldin bu to'g'risida ommaviy axborot vositalarida hamda o'z rasmiy veb-saytlarida e'lon qilishi shart*.

Bundan tashqari mamlakatda ushbu sohada noqonuniy harakatlarga qarshi Raqobatni rivojlantirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish qo'mitasi mavjud bo'lib, ushbu sohadagi noqonuniy harakatlarni tartibga solish va oldini olish bilan shug'ullanadi.

XALQARO QONUNCHILIK TAHLILI

Xalqaro maydonda raqobat huquqi rivojiga boqsak, "Raqobat qonuni birinchi marta XIX asrda Shimoliy Amerikada paydo bo'lgan va u monopoliyaga qarshi qonun sifatida tanilgan. O'sha vaqtlarda yirik kompaniyalar o'zlarining mulklarini ushlab turadigan va birlashtiradigan trestni tashkil etadigan kelishuvni amalga oshirishga kirishgan. Keyin ular mijozlar hisobidan maksimal foyda olish uchun turli yo'llar bilan yagona guruh sifatida hamkorlik qiladilar. Ko'p sonli neft kompaniyalarini yagona vasiylar kengashi ostida birlashtirgan trestni tashkil etgan zamonaviy tarixning eng boy kishilaridan biri Jon D.Rokfellerdir. Standart Oil deb nomlangan ushbu trest Amerika neftni qayta ishlash tarmog'ining 90% ini o'z qo'liga olgan edi. Binobarin u neft narxini xohlagancha belgilar va unga raqobatbardosh subyekt yo'qligi sabab neft sifatini ham o'zi istagan holga keltirar edi. Bunday tartibni nafaqat iqtisodiyot va balki iste'molchilarning hayot tarziga ham ulkan salbiy ta'sirini ko'rgan holda qo'shni Kanadada 1889-yilda dunyoda ilk bor raqobatga qarshi qonun qabul qilindi. Shundan so'ng, ko'p vaqt o'tmay 1890-yilda AQShda ham Monopoliyaga qarshi Sherman qonuni qabul qilindi.

Raqobatni rag'batlantirish va monopoliyaga qarshi qonunchilik asoslari adolatli va raqobatbardosh bozorlarni saqlashda ajralmas va salmoqli o'rin tutadi. Bular odatda monopoliyalarning oldini olishga, raqobatni rag'batlantirishga va raqobatga qarshi xatti-harakatlarga qarshi kurashishga qaratilgan qonunlar va qoidalarni o'z ichiga oladi. Umuman olganda, raqobatni rag'batlantirish va monopoliyaga qarshi qonunchilik asoslari innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlash, narxlarni pasaytirish va bozorlarning raqobatbardoshligini va raqobatga qarshi amaliyotlardan xoli bo'lishini ta'minlash orqali iste'molchilarning tanlovini yaxshilashga qaratilgan. Raqamli bozorda hukmronlik mavqeyini suiiste'mol qilishga qaratilgan muhim qonunlardan biri bu Yevropa Ittifoqining faoliyati to'g'risidagi shartnomaning (TFEU) 102-moddasi. Ushbu maqola kompaniyalarga raqobatni cheklash uchun bozordagi hukmron mavqeyini suiiste'mol qilishni, shu jumladan insofsiz narxlarni belgilash yoki raqobatchilarni kamsitish kabi amaliyotlarni taqiqlaydi.

Amerika Qo'shma Shtatlarida monopoliyani tartibga soluvchi mexanizmlar: Yuqorida aytib o'tganimiz singari Kanada ilk bor 1889-yilda raqobatga qarshi qonunni ishlab chiqdi va bir yil o'tgach 1890-yilda AQShda Sherman qonuni ishlab chiqarildi. Aynan mana shu qonun raqobat huquqi rivojlanishiga turtki bo'lgan desak, mubolag'a bo'lmaydi. Sherman monopoliyaga qarshi qonun uning asosiy mualliflaridan biri bo'lgan Ogayo shtati senatori Jon Sherman sharafiga nomlangan. Sherman 19-asrning oxirlarida

* Vazirlar mahkamasining "Raqamli platforma operatorining ustun mavqeyini va ustun muzokara kuchini e'tirof etish hamda raqobatning cheklanishiga va (yoki) iste'molchilarning, boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini kamsitishga olib keladigan harakatlarni aniqlash tartibi to'g'risida"gi nizomi 13-bandi. <https://lex.uz/docs/-6907023>. Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 02.05.2024-y., 09/24/256/0320-son.

Qo'shma Shtatlarda iqtisodiy hokimiyatning trestlar(Standart Oil) va monopoliyalar qo'lida kontsentratsiyasi bilan bog'liq ortib borayotgan tashvishlarni hal qilish vositasi sifatida qonunchilikni himoya qilishda muhim rol o'ynadi. Sherman qonuni (yoki Sherman akti) Amerika Qo'shma Shtatlaridagi birinchi monopoliyaga qarshi qonun bo'lib, u trest yaratish va shu maqsadda fitnaga kirishish orqali erkin savdoga aralashishni jinoyat deb e'lon qildi.

Federal prokurorlarga bunday jinoiy uyushmalarni jinoiy javobgarlikka tortish majburiyatini yukladi va jarima, musodara va 10 yilgacha qamoq jazosi belgiladi. Sherman qonuni bugungi kunga qadar amalda bo'lib, Amerika Qo'shma Shtatlarining federal kodeksiga kiritilgan (15-qism, 1–7-bandlar). Qonun loyihasi tashabbuskori – siyosatchi Jon Sherman nomi bilan atalgan, 1890-yilda – senator va Senatdagi respublikachilar fraksiyasi rahbari. Shermanning qonun loyihasi 1890-yil 8-aprelda AQSh Senati tomonidan (51-dan 1-gacha), Vakillar palatasi tomonidan 20-iyunda (bir ovozdan) ma'qullangan, Prezident Xarrison tomonidan ma'qullangan va 1890-yil 2-iyulda kuchga kirgan. Prezident Teodor Ruzvelt o'zining monopoliyaga qarshi kampaniyasida undan faol foydalanishni boshlamaguncha, qonun o'n yil davomida harakatsiz qoldi.

Sherman qonuni xuddi shunday trestlarga (monopoliyalarga) qarshi emas, balki erkin savdoga (AQSh shtatlari o'rtasida ham, xalqaro miqyosda ham) aniq cheklovlarga, shu jumladan shaxsan Jon Rokfelleriga va uning Standard Oil kompaniyasiga qarshi qaratilgan edi. Qonunda trestning ta'rifi ("shartnoma, ishonch shaklidagi uyushma yoki boshqa shaklda, savdoni cheklashda.") uni ham xo'jalik birlashmalariga, ham kasaba uyushmalariga qarshi qo'llash imkonini berdi; Ittifoqqa qarshi bo'shliq 1914-yilgi Kleyton qonuni bilan yopildi. Demak, Sherman qonuni nafaqat AQSh balki butun dunyo raqobat huquqiga salmoqli ta'sir ko'rtsagan.

Biroq ushbu qonunning kamchiliklar Kleyton qonuni bilan XX asr boshlarida tuzatilgan. Kleyton Monopoliyaga qarshi qonuni AQSh Kongressi tomonidan qabul qilingan va 1914-yilda imzolangan qonun bo'lib, u narxlarni belgilash va monopoliya kabi axloqiy bo'lmagan biznes amaliyotlarini belgilaydi va mehnatning turli huquqlarini himoya qiladi. Pensilvaniya vakili Jon J. Keysi shunday dedi: "Men bu qonun loyihasining muhimligini tushunaman va qadrlayman, chunki O'ylaymanki, bu palatada ko'rib chiqilishi kerak bo'lgan eng muhim narsalardan biri. Qonun 1890-yilgi Sherman qonunini to'ldirdi va mustahkamladi, mavjud monopoliyaga qarshi qonun loyihasi yirik korporatsiyalarni samarali tartibga sola olmagan. Yangi tashkil etilgan Federal Savdo Komissiyasi Kleytonning Monopoliyaga qarshi qonunini amalga oshirdi va raqobatning adolatsiz usullarini oldini oldi. Kleyton qonuni mehnatning iqtisodiy tovar emasligini belgilaydi. U uyushgan mehnat uchun qulay bo'lgan masalalarni qo'llab-quvvatlaydi, tinch ish tashlashlar, piketlar, boykotlar, qishloq xo'jaligi kooperativlari va kasaba uyushmalarini federal qonunga muvofiq qonuniy deb e'lon qiladi. Kleyton qonunida 27 ta bo'lim mavjud. Bulardan ustun mavqeni suiiste'mol qilishga doir sifatida quyidagini keltirish mumkin.

Ikkinchi bo'lim: bo'limda narxlarni kamsitish, narxlarni pasaytirish va yirtqich narx belgilashning noqonuniyligi haqida so'z boradi. Ushbu bo'lim kompaniyaga davlatlararo tijoratning istalgan qismini monopollashtirish yoki monopollashtirishga urinishlarini taqiqlaydi. Bu, shuningdek, kompaniyaning raqobatga qarshi amaliyotlarni amalga oshirishini noqonuniy qiladi. Albatta ustun mavqeni suiiste'mol qilish narxkarni ko'tarib va tushirib yuborish eksklyuziv va ekspluatatsion shakllarda iste'molchi va

raqobatchilarga ta'sir qilmay qolmaydi. Xalqaro darajada raqobatga qarshi harakatlarni tartibga solish mexanizmlarining asosi bu davlatlarning qonunlari hisoblanadi yuqorida Amerikaning ba'zi qonunlarini ko'rib o'tdik. Bu borada Germaniyada ham shu kabi qonunchilik mavjud.

Germaniyada monopoliyani tartibga soluvchi mexanizmlar: Xususan Germaniya raqobatga qarshi qonuni "Raqobatni cheklashga qarshi Germaniya qonuni" monopolistic harakatlar va boshqa har qanday raqobat huquqiga zid bo'lgan harakatlarni oldini olish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Aynan ushbu qonunda ham ustun mavqe va uni suiiste'mol qilish masalasiga alohida e'tibor qaratilgan. Quyida ulardan ba'zilarini keltirib o'tamiz.

"18-bo'lim "Ustun mavqe" tushunchasiga ta'rif beradi. Mazmunan, raqobatchilarning yo'qligi yoki jiddiy raqobatga duch kelmaslik, bozorga boshqa subyektlarning kirishidagi qiyinchiliklar kabi vaziyatlarning mavjudligi bozordagi ustun mavqedan darak beradi.

Agar korxonalar bozor ulushi kamida 40 foiz bo'lsa, u dominant hisoblanadi.

Ikki yoki undan ortiq xo'jalik yurituvchi subyektlar shu darajada ustunlik qiladi. Shuningdek, xo'jalik o'jalik yurituvchi subyektlar birlashmasi, quyidagilarga ega bo'lsa hukumron deb atalishi mumkin.

- umumiy bozor ulushi 50 foizga yetadigan uchta yoki undan kam xo'jaliklardan iborat bo'lsa yoki

- umumiy bozor ulushi uchdan ikki qismini tashkil etuvchi besh yoki undan kam xo'jaliklardan iborat bo'lsa". Demak, Germaniya raqobatga qonunchiligi 18-bo'limi bozorda qaysi subyektlar ustun mavqega ega va qaysi subyektlar birgalikda bozorda katta kuch ekanliklari haqida borar ekan.

"19a-bo'lim (Ustun mavqeni suiiste'mol qilish) haqida so'z boradi, unda ham kamsituvchi shartlar, yirtqich narxlar, raqobatchilarni siqib chiqarish va boshqalar ustun mavqeni suiiste'mol qilish belgilari sifatida yoritiladi. Barcha davlatda qonunlarni amalga oshiruvchi ijrochi tashkilotlar bo'lgani singari Germaniyada ham raqobatga qarshi harakatlarni oldini olishga qaratilgan tashkilot Bundeskartellamt mavjud bo'lib, u tegishli qonunchilik bo'yicha o'z harakatlarini amalga oshiradi.

Bundeskartellamt Germaniyada erkin va adolatli raqobatni himoya qiladi. Raqobat ijtimoiy bozor iqtisodiyotimizning asosidir. Raqobatni buzishning quyidagi shakllari mavjud va Bundeskartellamt ularga qarshi harakat olib boradi.

Diskriminatsiyani taqiqlash: har qanday obyektiv asoslarsiz alohida kompaniyalarga nisbatan diskriminatsiyani yoki ularning boshqalarga nisbatan imtiyozli munosabatda bo'lishini taqiqlash.

Ekspluatatsion suiiste'mollik: mijozlar yoki yetkazib beruvchilardan asossiz narxlar yoki shartlar talab qilinadi. Bunday talablar suiiste'molmi yoki yo'qmi (iloji bo'lsa) ular samarali raqobatga ega bo'lgan taqqoslanadigan bozorga nisbatan aniq haddan tashqari ko'p yoki unchalik qulay emasligiga qarab baholanadi.

Asossiz imtiyozlarni talab qilish (Anzapfverbot deb ataladi): Dominant yoki kuchli kompaniya bozorning qarama-qarshi tomonidan hech qanday obyektiv asoslarsiz imtiyozlar taklif qilishni so'raydi. Misol: Katta supermarketlar tarmog'i o'z yetkazib beruvchilaridan tegishli xizmatlarni ko'rsatmasdan maxsus chegirmalar talab qiladi. Agar Bundeskartellamt kompaniya o'z bozor vakolatlarini suiiste'mol qilmoqda deb gumon qilsa, u ma'muriy yoki jarima ishini boshlashi mumkin. Ma'muriy ish yuritish, ayniqsa,

murakkab huquqiy va iqtisodiy masalalarni keltirib chiqaradigan murakkab ishlar bo'yicha, shuningdek, raqobat to'g'risidagi qonun hujjatlarida muayyan ishning holatlari qanday baholanishini namunali ish yuritishda aniqlashtirish zarur bo'lganda qo'zg'atiladi.

Bundeskartellamt ma'muriy ish yuritishni qonunbuzarlikka barham berilganda, mijozlarga ko'rilgan zararlar qaytarilganda va boshqa ushbu holatni yumshatishga qaratilgan harakatlar kompaniyalar tomonidan amalga oshirilsa, tugatishi mumkin agar. Suiiste'mol qilinuvchi holatlarga qarshi protsessning asosiy maqsadi kompaniyalarga o'z amaliyotlarini o'zgartirishga buyruq berish orqali raqobatni tiklash va rag'batlantirishdir. Biroq, Bundeskartellamt, ayniqsa, takroriy suiiste'mol xatti-harakatlari yoki jiddiy zarar etkazish ehtimoli yuqori bo'lgan hollarda jarima ishini boshlashga qaror qilishi mumkin."

"Germaniya va Yevropa raqobat qonunchiligi qoidalari, masalan, hukmron kompaniyalar tomonidan suiiste'mol amaliyotlarini nazorat qilish bilan bog'liq qoidalar, odatda, raqamli iqtisodiyotga ham tegishli. Shunga qaramay, ushbu qoidalarga ularning qo'llanilishini yaxshilash uchun muhim tuzatishlar kiritildi: Germaniyaning raqobat to'g'risidagi qonuni (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen – GWB) bir necha bor o'zgartirildi, xususan, raqamli biznes modellarining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda. Yevropa darajasida so'nggi yillarda raqamli iqtisodiyotga oid bir qancha huquqiy hujjatlar, jumladan raqamli gatekeeperlar uchun yangi qoidalarni belgilovchi Raqamli bozorlar to'g'risidagi qonun qabul qilindi. Gatekeepers – bu oxirgi foydalanuvchilarga, ayniqsa tijorat foydalanuvchilar uchun kirishni ta'minlaydigan yirik raqamli kompaniyalar."

Qonunchilikdagi o'zgarishlar: "Kengaytirilgan nazorat (GWB 19a bo'limi) 2021-yilda Germaniyaning raqobat to'g'risidagi qonuniga (GWB) kiritilgan 10-tuzatish suiiste'mol amaliyotlarini nazorat qilishni modernizatsiya qildi va kengaytirdi. Bundeskartellamt endi yirik raqamli kompaniyalarning raqobatga qarshi amaliyotlariga nisbatan tezroq va samaraliroq aralasha oladi. U "bozorlar bo'ylab raqobat uchun muhim ahamiyatga ega" kompaniyalarga raqobatga zarar etkazadigan muayyan amaliyotlar bilan shug'ullanishni taqiqlashi mumkin. Kompaniyalar (hali) hukmron bo'lmagan bozorlarda ham aralashuvlar mumkin. Bu avvalgi suiiste'mol nazoratidan sezilarli o'zgarish bo'lib, Bundeskartellamtga bozorlarni ochiq saqlash, innovatsiyalarni rag'batlantirish va iste'molchilar tanlovini himoya qilish uchun erta bosqichda aralashish imkonini beradi".

GWB 19a bo'limini kiritish bilan bir qatorda, GWBga tuzatish suiiste'mol amaliyotlarini an'anaviy nazorat qilish qoidalarini kengaytirdi va batafsilroq aniqladi (masalan, bozorning turli tomonlarini birlashtirgan vositachilarning vositachilik kuchi endi hisobga olinadi.). Platforma iqtisodiyotiga kelsak, nisbiy bozor kuchiga ega bo'lgan kompaniyalar uchun qanday amaliyotlar taqiqlanganligi to'g'risidagi qoidalar o'zgartirildi (masalan, bozorni o'zgartirish bo'yicha). Muayyan sharoitlarda, tegishli kompensatsiya evaziga qaram kompaniyalarga ma'lumotlarga kirish huquqi berilishi kerakligi buyurilishi mumkin. Raqamli iqtisodiyotga kelsak, 2017-yilda allaqachon muhim tuzatishlar kiritilgan edi. GWBda aniqlik kiritilishicha, xizmatlar bepul taqdim etiladigan bozorlar bozorlar sifatida belgilanishi mumkin, chunki raqamli iqtisodiyotda foydalanuvchilar ko'pincha foydalanadigan xizmatlar uchun haq to'lashadi. Bundan tashqari, bozor kuchini baholash uchun, xususan, ko'p qirrali bozorlar va tarmoqlarni tahlil qilishda hisobga olinishi kerak bo'lgan omillar kiritilgan. Bularga, masalan, tarmoq effektlari, bir nechta xizmatlardan parallel foydalanish (multi-homing) va raqobat uchun tegishli ma'lumotlarga kirish kiradi*.

* Bundeskartellamt – Rules for the digital economy.

Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti: Raqamli bozorda raqobatni tartibga solishdagi xalqaro mexanizmlar haqida gap ketar ekan 1948-yilda tashkil topgan, Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti haqida soʻz yuritmaslik mumkin emas. Uning raqobat boʻyicha forumida nazarda tutilgan “Raqamli bozorda ustun mavqeni suiisteʼmol qilish” haqidagi 2020-yildagi hujjatiga toʻxtalmay oʻtib boʻlmaydi. Hujjatning 4-boʻlimi Raqamli bozorlarda ustun mavqeni suiisteʼmol qilish turlari haqida boradi. 5-boʻlim esa ushbu muammolarga yechim berish va yangicha strategiyalarni qoʻllash haqida boradi.

“Hozirgi ustun mavqeni suiisteʼmol qilishga qonunchilikka bir qator oʻzgarishlar kiritildi raqamli bozorlarga xos boʻlgan tashvishlarni hal qilish uchun takliflar mavjud boʻlib, ularning aksariyati bu masala muhim bahs-munozaralar yuritadi. Bularga kiradi:

Muayyan tavsiyalar koʻproq narsaga ehtiyoj borligiga ishora qiladi:

Ustun mavqeni suiisteʼmol qilishda aniqlik, shaffoflik va prognozlilik. Bu ehtiyoj boʻlishi mumkin. Yurisdiksiyada oʻrnatilgan sud amaliyoti mavjud boʻlmagan hollarda, ayniqsa, zarur hisoblanadi. berilgan zarar nazariyasiga nisbatan (masalan, raqobat muammosi boʻlganida muzokaralar orqali hal qilinadi). Yoʻl-yoʻriq koʻrinishida boʻlishi mumkin nashr etilgan yoʻriqnomalar yoki hatto asosiy tushunchalarning qandayligini aniqlaydigan qonunchilikdagi oʻzgarishlar raqamli bozorlarda qoʻllaniladi.

Yangi iqtisodiy vositalarni qoʻllash va mavjudlarini oʻzgartirish: Boshqa takliflar taʼsirini baholash uchun raqobat organlari tomonidan qoʻllaniladigan iqtisodiy vositalarga eʼtibor qaratish lozim. Misol uchun, bitta hisobot raqobat organlari tomonidan koʻproq chaqirildi. Bu masalan, sifatga narxlarni moslashtirish va undan koʻproq foydalanish boʻlishi mumkin. Bozor kuchi va taʼsirini belgilashda iqtisodiy hulq-atvor taʼsirini aniqlash. Bundan tashqari ushbu hujjatda koʻplab takliflar va muammolar haqida bayon qilingan.

Yevropa Ittifoqining raqobat qonuni: Butun Yevropa boʻylab esa, Yevropa Ittifoqining raqobat qonuni ushbu masalalarga oydinlik kiritadi. Yevropa Ittifoqida raqobat qonuni jamiyat manfaatlariga zarar yetkazadigan kartellar va monopoliyalarni yaratmasliklarini taʼminlash uchun kompaniyalarning raqobatga qarshi xatti-harakatlarini tartibga solish orqali Yevropa yagona bozorida raqobatni saqlashga yordam beradi. Bugungi kunda Yevropa raqobat qonuni asosan Yevropa Ittifoqining faoliyati toʻgʻrisidagi Shartnomaning (TFEU) 101–109-moddalari, shuningdek, bir qator Nizomlar va Direktivlardan kelib chiqadi. Siyosatning toʻrtta asosiy yoʻnalishi quyidagilardan iborat:

TFEU 101-moddasiga muvofiq, kartellar yoki til biriktirish va boshqa raqobatga qarshi amaliyotlarni nazorat qilish.

Bozorda hukmronlik qilish yoki TFEUning 102-moddasiga muvofiq firmalarning bozordagi ustun mavqeyini suiisteʼmol qilishning oldini olish.

Davlat yordami, Yevropa Ittifoqiga aʼzo davlatlar tomonidan TFEU 107-moddasiga muvofiq kompaniyalarga beriladigan toʻgʻridan-toʻgʻri va bilvosita yordamni nazorat qilish.

Yevropa Ittifoqida raqobat qonunchiligini qoʻllash boʻyicha asosiy vakolat Yevropa Komissiyasi va uning Raqobat boʻyicha Bosh Direktoriyasiga tegishli, garchi qishloq xoʻjaligi kabi baʼzi tarmoqlarda davlat yordami boshqalar tomonidan amalga oshiriladi.

2020-yilga kelib, bir qator davlatlar, shu jumladan Germaniya va Avstriya kabi davlatlar oʻzlarining monopoliyaga qarshi qonunlariga raqamli bozorlarning oʻziga xos xususiyatlari bilan bogʻliq oʻzgartirishlar kiritdilar. Boshqa davlatlar esa raqamli asrda raqobatning oʻziga xos xususiyatlarini qonunosti aktlari va tavsiyalar darajasida koʻrib chiqdilar. Xususan, bu davlatlar qatoriga Janubiy Koreya va Yaponiya kiradi.

Monopoliyaga qarshi qonunchiligini o'zgartirishga ulgurmagan davlatlar, xususan Xitoy, Buyuk Britaniya, Italiya, Rossiya, Hindiston, Janubiy Afrika va Braziliyada esa mazkur sohada qonunchilikni takomillashtirish zarurati masalasi faol muhokama qilinmoqda.

XULOSA

Xulosa, qilib aytadigan bo'lsak, butun dunyo bo'ylab raqobatni tartibga solish borasida turli qonunlar mavjud bo'lib, ular orasidan eng samaralilarini bizning amaliyotga tatbiq qilish lozim. Ayniqsa Germaniya qonunchiligi 18-19-bo'limlaridagi o'zgartirishlarning raqobat qonunchiligimizda qo'llash ustun mavqeni suiiste'mol qilishni oldini olishda yaxshi tajriba bo'lar edi. Germaniya raqobat qonunchiligi 18-qismida ustun mavqe deb e'tirof etish uchun yoki hech qanday raqobatchi bo'lmasligi, yoki sezilarli raqobatchi bo'la olmaydigan subyektlarning bo'lishi ko'zda tutilgan. Aynan mana shu vaziyatda bizning qonunchilikda ustun mavqe deb e'tirof etish uchun hech qanday raqobatdosh subyektlar bo'lmasligi lozim degan fikr mavjud. Biroq bu bir oz g'aliz bo'lib, agar bozorda subyektning biror raqobatchisi bo'lmasa u ustun mavqe emas, balki monopol subyektga aylanib qoladi. Shu sababdan O'zbekiston Respublikasi "Raqobat to'g'risida"gi qonunining 13-moddasiga Ustun mavqe deya e'tirof etish uchun "agar xo'jalik yurituvchi subyektning yoki shaxslar guruhining raqobatchilari mavjud bo'lmasa, yoki lozim darajada raqobat qila olmaydigan raqobatchilari bo'lsa ular ustun mavqe deya e'tirof etiladi" jumlasini kiritishni tavsiya bergan bo'lar edim. Qonundagi aynan mana shunday bir-biriga juda yaqin tushunchalarga aniq ta'rif berib ularni bir-biridan ajratish ustun mavqega ega subyektni aniqlashda yordam bergan bo'lar edi. Qonunchilikda ustun mavqe va monopol subyektlar ta'rifi yana bir bor ko'rib chiqilishi maqsadga muvofiq bo'lar edi.

3. Germaniyaning GWB 19-moddasini O'zbekiston holatiga moslashtirish. Germaniya Raqobatga qarshi harakatlar to'g'risidagi qonunning 19-moddasi bo'yicha, ustun mavqedagi kompaniyalar nohaq shartlarni majburlash, raqobatchilarni siqib chiqarish va ma'lumotlarni suiiste'mol qilish orqali ustun mavqeni suiiste'mol qilishadi. Ushbu modda asosida Germaniya Federal Kartel idorasi harakat qiladi va suiiste'mol holatlari aniqlansa, ma'muriy jarimalar kiritilishi mumkin. Ushbu islohotni amalga oshirish, raqobatni rivojlantirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish qo'mitasining faoliyati yanada samarali bo'lishini ta'minlar edi. Shunday ekan, O'zbekiston Respublikasi "Raqobat to'g'risida"gi qonunining 30-moddasi tegishli organ vakolatlariga "ustun mavqe deb e'tirof etilishi mumkin bo'lgan subyektlarni avvaldan aniqlab, ularning harakatlarini baholab boorish" vakolatini berishni tavsiya qilar edim. 2021- yilda Germaniyaning raqobat to'g'risidagi qonuniga (GWB) kiritilgan tuzatish ustun mavqeni suiiste'mol qilish amaliyotlarini nazorat qilishni modernizatsiya qildi va kengaytirdi. Bundeskartellamt endi yirik raqamli kompaniyalarning raqobatga qarshi amaliyotlariga nisbatan tezroq va samaraliroq aralasha oladi. U "bozorlar bo'ylab raqobat uchun muhim ahamiyatga ega" kompaniyalarning raqobatga zarar yetkazadigan muayyan amaliyotlar bilan shug'ullanishini taqiqlashi mumkin. Kompaniyalar hali ustun mavqega ega bo'lib ulgurmagan bozorlarda ham nazoratni amalga oshirishlari mumkin. Bu avvalgi nazorat mexanizmidan sezilarli farqli bo'lib, Bundeskartellamtga bozorlarni ochiq saqlash, innovatsiyalarni rag'batlantirish va iste'molchilar tanlovini himoya qilish uchun erta bosqichda aralashish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Vazirlar mahkamasining “Raqamli platforma operatorining ustun mavqeyini va ustun muzokara kuchini e’tirof etish hamda raqobatning cheklanishiga va (yoki) iste’molchilarning, boshqa xo’jalik yurituvchi subyektlarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini kamsitishga olib keladigan harakatlarni aniqlash tartibi to’g’risida”gi nizomi 4-bandi. <https://lex.uz/docs/-6907023>. Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi, 02.05.2024-y., 09/24/256/0320-son;
2. Interaction between Trade and Competition Policy
https://www.wto.org/english/tratop_e/comp_e/comp_e.htm;
3. European Union competition law
https://en.m.wikipedia.org/wiki/European_Union_competition_law
4. ЕЭК. Обзор «Конкурентное (антимонопольное) регулирование на цифровых рынках». <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/caa/cpol/konkurentpol/Documents/%D0%9E%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80.pdf>
5. Stigler Committee on Digital Platforms, 2019, pp. 95-96
<https://www.chicagobooth.edu/research/stigler/news-and-media/committee-on-digital-platforms-final-report>;
6. Raqobat to’g’risidagi qonun (2023);
7. Germaniyaning “Raqobatni himoya qilish to’g’risidagi qonuni;
8. Sherman anti-trust law act(1890).