

UDC: 339.1(042)(575.1)
ORCID: 0000-0002-6027-1668

RAQOBAT HUQUQIDA USTUN MAVQE TUSHUNCHASI: XORIJIY TAJRIBA

Ahrorova Sayohat Akram qizi,
Toshkent davlat yuridik universiteti
“Biznes huquqi” kafedrası o‘qituvchisi
e-mail: sayohatahrorova@gmail.com

Annotatsiya. Mazkur maqola raqobat huquqi va uning asosiy tushunchalariga qisqacha yondashuv bilan birga, bugungi kunda milliy qonunchilik uchun huquqiy tartibga solinishga ehtiyoj sezuvchi ustun mavqe tushunchasi, uning yuridik tabiati hamda tartibga solish ahamiyati nuqtayi nazaridan muallif fikrlarini yoritib o‘tadi. Raqobat, raqobat siyosatining yuritilishi hamda raqobatlashish bozor munosabatlari bilan bog‘liq tabiiy-ijtimoiy hodisa bo‘lib, ushbu tushuncha, o‘z navbatida, ham iqtisodiy, ham huquqiy jihatlarni qamrab oladigan jarayon sanaladi. Qolaversa, rivojlanib borayotgan bozor munosabatlaridan kelib chiqib, erkin raqobat munosabatlarini o‘rganish o‘zida bir qator dolzarb masalalarni aks ettiradi. Davr, tadbirkorlik faoliyatiga keng imkoniyatlar, sharoitlar, imtiyoz va afzalliklar berilayotganligi, xo‘jalik yurituvchi subyektlar sonining ko‘payib borayotganligi, erkin raqobat munosabatlarining rivojlanishi hisobidan ushbu munosabatlarni huquqiy tartibga solish masalalarini o‘rganilishi, tadqiqot olib borilishi hamda rivojlantirish bo‘yicha takliflar tayyorlashni talab qilmoqda. Raqobat muhitining rivojlanib borishi uni inkor etuvchi ayrim holatlarning parallel ravishda o‘tib borishidan xoli yuzaga kelmaydi, bulardan biri – ustun mavqe kategoriyasi hisoblanadi va maqolada bu atroflicha o‘ganilgan.

Kalit so‘zlar: raqobat, iqtisodiy kategoriya, ustun mavqe, monopol mavqe, tovar bozori, milliy qonunchilik, ustun mavqeni suiiste‘mol qilish, monopoliya.

КОНЦЕПЦИЯ ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЯ ДОМИНИРУЮЩИМ ПОЛОЖЕНИЕМ В КОНКУРЕНТНОМ ПРАВЕ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Ахророва Саёхат Акрам кизи,
преподаватель кафедры “Бизнес-право”
Ташкентского государственного юридического университета

Аннотация. Конкуренция, конкурентная политика и конкуренция – это естественное социальное явление, связанное с рыночными отношениями, концепция, охватывающая как экономические, так и правовые аспекты. Кроме того, исследование свободной конкуренции в контексте отношений на развивающихся рынках решает ряд неотложных вопросов. В настоящее время создается широкий спектр возможностей, условий, льгот и преимуществ для бизнеса, для увеличения количества субъектов предпринимательства, поэтому необходимы изучение правового регулирования этих отношений, развития свободной конкуренции, исследования и разработка предложений. Развитие конкурентной среды не обходится без параллельного роста некоторых ее отрицательных сторон, одна из которых – доминирующая позиция. В статье дается краткий обзор законодательства о конкуренции и его основных понятий, а также авторские взгляды на понятие приоритета, правовую природу и нормативное значение национального законодательства, которое сегодня нуждается в правовом регулировании.

Ключевые слова: конкуренция, экономическая категория, доминирование, монополия, товарный рынок, национальное законодательство, злоупотребление доминирующим положением, монополия.

THE CONCEPT OF ABUSE OF DOMINANT POSITION IN COMPETITION LAW: FOREIGN EXPERIENCE

Ahrorova Sayohat Akram kizi,

Lecturer of the Department of Business Law of
Tashkent State University of Law

Abstract. Competition and competition policy are natural and social phenomena related to market relations, a concept that encompasses both economic and legal aspects. In addition, the study of free competition in the context of emerging market relations addresses a number of pressing issues. The period requires a wide range of opportunities, conditions, privileges and advantages for business, an increase in the number of business entities, the study of the legal regulation of these relations due to the development of free competition, research and development of proposals. The development of a competitive environment is not without its parallel growth of some of its negatives, one of which is the dominant category. This article provides a brief overview of the competition law and its basic concepts, as well as the author's views on the concept of priority, the legal nature and regulatory significance of national legislation, which today is need of legal regulation.

Keywords: competition, economic category, dominance, monopoly, commodity market, national legislation, abuse of dominant position, monopoly.

So'nggi o'n yilliklar butun dunyo miqyosida raqobat to'g'risidagi qonunlarni (ular trestlarga qarshi yoki monopoliyaga qarshi qonunlar deb ham ataladi) yanada rivojlantirish va amaliyotga kiritish davri bo'ldi. Sobiq sotsialistik lagerning parchalanib ketishi oqibatida Sharqiy Yevropa va Markaziy Osiyoning ko'pchilik mamlakatlari raqobat siyosatining negizi hisoblangan bozor iqtisodiyoti tamoyillarini joriy qila boshlagan bir vaqtda, bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlari ham bir joyda to'xtab qolmay, amaliyotda foydalanilayotgan monopoliyaga qarshi qonunchilikka o'zgartirishlar kiritib bordilar. Hozirgi kunda dunyoning 100 dan ortiq mamlakatlarida monopoliyaga qarshi qonunchilik tizimi mavjuddir [1]. Joriy huquq sohalaridan farqli o'laroq, raqobat huquqi o'z yondashuvi, o'z himoya doirasi (tartibga soluvchi ijtimoiy munosabatlar), umumiy olib aytganda, o'z manerasiga ega bo'lgan, 1990-yillardan tokim hozirga qadar nafaqat O'zbekiston, balki butun dunyo bo'yicha sezilarli o'zgarish yasa olgan kenja huquq sohalaridan biridir. Ammo qiziq tomoni shundaki, raqobat huquqining diqqat markazida bo'lgan obyekt savdo munosabatlari kabi qadimiy hamda har sohada, har tarmoqda mavjud, inkor etib bo'lmaydigan tabiiy hodisadir.

Raqobat muhitning mavjud bo'lishi jamiyatdagi munosabatlarning balans harakatini ta'minlasa, aksincha holati esa salbiy vaziyatlarni yuzaga keltiradi. Ko'pgina adabiyotlarda, iqtisodiy kategoriya sifatida qaraladigan hamda izlanish olib borilgan raqobat nazariyasi hozirgi kunga kelib,

huquqiy bilim sifatida ham o'z ko'lamini kengaytirib bormoqda, ammo bu orqali yaqin davrga qadar raqobat tushunchasi huquqiy sohada mavjud bo'lmagan degan xulosadan yiroq bo'lishimiz lozim, chunki jamiyatda qanaqa ijtimoiy munosabat mavjud bo'lmasin, albatta, huquqiy jihatdan tartibga solinishga muhtoj bo'ladi (ayrim ijtimoiy munosabatlar bundan mustasno), shu jumladan raqobat va u bilan bog'liq ijtimoiy munosabatlar ham.

Milliy qonunchiligimizning bugunidan to shu kabi munosabatlarni tartibga solish mexanizmi shakllanishi boshlangan davrga, ya'ni ortga nazar soladigan bo'lsak, uzoq o'tmishga qarab fikr yuritishimizga hojat yo'q, negaki bizning qonunchilik uchun o'rganilish hamda o'z o'rniga ega bo'lish borasidagi huquq sohalarida ichida raqobat huquqi eng yosh huquq tarmog'i sanaladi. Raqobat va u bilan aloqador munosabatlarning huquqiy xarakterini yoritishimiz hamda tushuncha hosil qilishimizdan oldin, uning iqtisodiy kategoriya sifatidagi o'rnini tahlil ostiga olishimiz maqsadga muvofiq bo'lar edi.

Bozor munosabatlarning faol hamda bir xilda, adolatli muhit asosida ish olib borishini raqobat mavjud bo'lishi, uning o'sishi hamda rivoj topishi uchun muhitning shakllanganligi, shuningdek ushbu muhitni sun'iy o'ldirishga qaratilgan harakatlarning yo'qligi ta'minlaydi.

Raqobat huquqining yuridik atmosferasiga kinar ekanimiz, avvalo, uning huquqiy tarmoq ekanligini isbotlovchi, tartibga soluvchi asosiy nor-

mativ-huquqiy hujjatlariga to'xtalib o'tmog'imiz lozimdir. 2012-yil 6-yanvardagi O'RQ-319-sonli O'zbekiston Respublikasining "Raqobat to'g'risida"gi Qonuni, raqobat muhitini tartibga soluvchi fundamental yuridik hujjat hisoblanib, ushbu hujjatning qabul qilinishi sohaning rivojlaniishi uchun katta ahamiyat kasb etdi. Qonunning 4-moddasiga ko'ra, 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.

XX asr iqtisodiyotni erkinlashuvi, bozorlarning ochilishi va tovarlar hamda xizmatlarni tarqatish va taqsimlashda ko'pchilik rivojlangan mamlakatlar davlat boshqaruviga emas, balki bozor kuchlariga suyana boshlashiga guvoh bo'ldi. Raqobat siyosati iqtisodiy erkinlikni rag'batlantirish, ba'zida esa mustaqil xaridorlar va sotuvchilar o'rtasida raqobatni talab qilish yo'li bilan qo'llab-quvvatlandi.

Raqobat tushunchasining aksi sifatida "monopoliya" tushunchasini kuzatishimiz mumkin. Mazkur termin yunon tilidan olingan bo'lib, mono – "tanho", poleo – "sotaman" degan ma'nolarni anglatadi.

Iqtisodiy soha vakillari fikri bilan aytganda, o'zaro dialektik birlikni tashkil etuvchi raqobat va monopoliya doimo bir-birlariga qarshi turadilar, fikrimizcha, ham aynan mazkur holat yuzasidan, davr bizdan raqobat huquqining shu kabi ijtimoiy munosabatlarga va o'zga davlatlar qonunchiligiga raqobatbardosh huquq tarmog'ini yuzaga keltirish va ta'minlashni talab qilmoqda. Raqobat kurashi va uni harakatlantiruvchi kuchlar, monopoliyaga qarshi boshqaruv mexanizmlari haqida dastlabki to'laqonli iqtisodiy nazariy qoidalar faqat XVIII asrning o'rtalariga kelib paydo bo'lgan. Bunda klassik siyosiy iqtisod vakillari sanalgan A. Smit va D. Rikardoning xizmatlari kattadir. Keyingi davrlarda F. Perru, A. Marshall, Dj. Keyns, V. Leontev, Y. Shumpeter, P. Sraffa, M. Porter, F. Kotler va boshqalarning mehnatlari tufayli raqobat nazariyasi yanada rivoj topdi [2].

Raqobat huquqiy munosabatlarni muvofiqlashtirishga qaratilgan qonunlar asosan ikkita, ammo bir-biriga bog'liq bo'lgan konsepsiyalarga asoslanadi.

Bozor hukmronligi va bozorda ustun mavqega ega bo'lish. Amaliyotda ko'pgina raqobat siyosatining shakllari yoxud yetkazib beruvchilarni bozor hukmronligini amalga oshirishga to'sqinlik qilish yoxud ustun mavqeni suiiste'mol qilishini to'xtatib turish hamda oldini olishga qaratilgandir.

Bunday holat bozor hukmronligini amalga oshirish iqtisodiy samaradorlik bilan bir-biriga to'g'ri kelmasligi, ustun mavqega ega bo'lish esa yetkazib beruvchiga savdo-sotiq yo'lida xususiy to'siqlarni yuzaga keltirishga, raqobatni cheklashga va boshqa tomonlarni iqtisodiy erkinligi va faoliyat ko'rsatishiga imkon yaratadi [3]. Bozor hukmronligi iqtisodiy bozorlarning nisbiy hajmi (bozor ulushi) va tuzilmasiga, ya'ni o'zaro raqobatlashuvchi yetkazib beruvchilar soniga, savdo-sotiqni amalga oshirishda mavjud bo'lgan juddiy to'siqlar, tovarni o'rnini bosuvchisi mavjudligiga bog'liq bo'ladi.

Ustun mavqega ega bo'lish yetkazib beruvchilarning absolyut hajmiga, uni buyurtmachilar va shaxsiy yetkazib beruvchilari bilan aloqalariga, shuningdek uni savdo bo'yicha hamkorlarini iqtisodiy ahvolini bilish qobiliyatiga bog'liqdir. Bozor hukmronligi konsentratsiyasi va samaradorligiga asoslanadigan raqobat to'g'risidagi qonunlar iste'molchilarni farovonligini ko'zlagan holda yuzaga keladi. Aksincha, ustunlik konsentratsiyasiga asoslangan qonunlar raqobat jarayonini emas, balki raqobatchilarni himoyalashga xizmat qiladi [4].

Raqobat to'g'risidagi qonun uchta sohaga kirib boradi, ya'ni: biznesni amalga oshirish usuliga, iqtisodiy bozorlar tuzilmasiga va xo'jalik yuritish usullariga. O'rganib chiqilgan qonunchiliklar o'rtasida harakatlanishni o'zining bozordagi ustun mavqeyini suiiste'mol qiluvchi yoxud savdo-sotiqni cheklovchi, raqobatni susaytiruvchi man qilingan shakllarini tan oluvchi o'zini tutish qoidalari mazmunan bir-biriga yaqinligi bilan ajralib turadi.

Raqobat bilan bog'liq ijtimoiy munosabatlarni tartibga solishga yo'naltirilgan qonunlarning barchasi (nafaqat milliy balki xorij davlatlarining qonunchiligini ham hisobga olganda) to'rtta asosiy harakatlar (faoliyatlar) natijasida zarar yetishi mumkin bo'lgan sog'lom raqobatni himoya qilishga mo'ljallangan:

1. *Raqobatga qarshi bitimlar va kelishib qilingan harakatlar, jumladan, kartel bitimlar, shuningdek bir nechta korxona, shaxslarni raqobatni chek-*

lashga qaratilgan ataylab yoki ataylab qilmagan harakatlari, bitimlari;

2. Bitta yoki bir nechta korxonalar tomonidan o'z ustun mavqeyini, bozor hukmronligini suiiste'mol qilishi;

3. Insofsiz raqobat;

4. Bozor konsentratsiyasi, jumladan, korxonalarni qo'shib yuborish bo'yicha bitimlar yoki korxonalarni faoliyati ustidan nazorat olib borish bo'yicha mulkiy (odatda, paylar yoki aksiya paketlarini ulushlar orqali va boshqa) huquqlar berish;

Raqobat huquqining tartibga solish nuqtayi nazari yo'naltirilgan asosiy jihatlardan biri, yuqorida aytib o'tilganidek, barcha davlatlar qonunchiligida uchraydigan, ustun (monopol) mavqeni suiiste'mol qilish holatidir.

Davlatlar qonunchilik nazariyasida ustun mavqe atamasi bilan birdek, *dominant mavqe, hukmronlik holati* kabi atamalarining o'zaro alternativ qo'llanganligini ko'rish mumkin [5].

Hukmronlikni suiiste'mol qilish – bu bozor raqobatiga va pirovard farovonlikka zarar yetkazish hamda o'z manfaatlarini ta'minlash uchun ustun bozor kuchidan (ustun mavqedan) foydalangan holda, bir tomonlama amalga oshiriladigan xatti-harakatlar, deb qaraladi ko'pgina raqobat huquqi olimlari fikrlarida.

O'zbekiston Respublikasining "Raqobat to'g'risida"gi Qonunining 6-moddasi bergan ta'rifga ko'ra, ustun mavqe tovar yoki moliya bozorida xo'jalik yurituvchi subyektning yoxud shaxslar guruhining raqobatlashuvchi xo'jalik yurituvchi subyektlarga bog'liq bo'lmagan holda unga o'z faoliyatini amalga oshirish va raqobatning holatiga hal qiluvchi ta'sir ko'rsatish, tegishli bozorga boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarning kirishini qiyinlashtirish yoxud ularning iqtisodiy faoliyat erkinligini boshqacha tarzda cheklash imkoniyatini beradigan holatidir.

Shu o'rinda xorij davlatlarida mavjud ustun mavqe va uning tartibga solinishi bilan bog'liq jihatlarga to'xtalib o'tsak:

AQSh – jahonning eng yirik milliy iqtisodiyotiga ega, monopoliyaga qarshi qonunchiligi birinchi qabul qilingan davlat, qolaversa, uning qonunchiligi ko'p o'rganilgan hamda amaliyotda foydalanilgan.

AQShda trestlarga qarshi ijtimoiy munosabatlarni tartibga soluvchi, uning barcha normalarini belgilovchi yagona qonun yo'q. Mavjud

Qonunlarning o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, ularning matnida maqsad to'g'risida hech nima aytilmagan. Ushbu qonunlarning har birining maqsadi, shuningdek ulardan olingan alohida normalarning maqsadlari, odatda ishni ko'rib chiqish davomida sud tomonidan qaror, xususan, AQSh Oliy sudi qarori e'lon qilinadi va umumiy huquqqa asosan yuridik ta'rifi qabul qilinadi [6].

Masalan, Oliy sud Norzern Pasifik AQShga (1958) qarshi ishni ko'rib chiqishda Sherman qonuni maqsadini quyidagicha bayon qilgan:

Sherman qonuni savdo-sotiq qoidasi sifatida erkin raqobatni saqlab qolishga yo'naltirilgan keng hajmli iqtisodiy erkinlik huquqidan iboratdir. U bozor kuchlarini o'zaro erkin harakatlanishi bizning iqtisodiy resurslarimizni to'g'ri taqsimlashga, past narxlarga, yuqori sifatga va keng ma'noda moddiy taraqqiyotga olib keladi degan g'oyaga asoslanadi, shu vaqtning o'zida bizni demokratik, ijtimoiy va siyosiy institutlarimizni saqlash uchun qulay muhitni ta'minlaydi.

Ushbu g'oya nisbiy bo'lgan taqdirda ham, Qonunda bayon qilingan siyosat raqobatga aynan taalluqlidir [7].

Savdo-sotiqni ba'zi sohalarida federal va mahalliy hokimiyatlar erkin va ochiq raqobat to'g'risidagi qonun g'oyalari va normalariga zid holda, o'ziga xos xususiyatga ega bo'lgan iqtisodiy va ijtimoiy siyosatni qabul qiladilar. Ba'zi hollarda ushbu ziddiyat Kongress darajasida hal qilinadi. Bunda, qonunchilik asosida odatda sektorial (tarmoq) "erkinlik" beriladi [8].

Ushbu davlat qonunida ustun mavqega aynan qonuniy ta'rif keltirilmagan. AQSh yurisprudensiyasida ishlatiladigan o'xshash tushuncha – monopol (yoki bozor hukmronligi) qonun matnida yo'q bo'lsa-da, Oliy sud tomonidan belgilangan (AQSh Du Pont de, 1956) [9]: Monopol hukmronlik – bozor narxlarini yoki raqobatni nazorat qiladigan hukmronlikdir deb keltirib o'tilgan.

Qonunchilik, monopolistik faoliyatga aynan tushuntirish bermasa-da, mazmunan olib qaralganda, o'ziga xos yo'nalishni belgilaydi.

Qolaversa, AQSh qonunchiligida ta'rif berilmagan monopol yuqori narx (to'g'ridan to'g'ri tarjima: "haddan tashqari yuqori narxlar"):

Umuman olganda, korxonalarni bozor ulushi yoki foydani (qimmat narxlar hisobiga) oshirish bilan bog'liq harakatlari Amerika sudlari tomonidan qachonki ular raqobatga zarar yetkazmasa-

lar, qonunga qarshi emas deb topiladi. Haddan tashqari yuqori narxlar o'rnatilishi bo'yicha sud tomonidan aybdor qilish amaliyotda deyarli uchramaydi. Monopol yuqori narx (demak, foyda ham) bozor sharoitlarida doimiy hodisa hisoblanmaydi, sababi haddan tashqari yuqori foyda o'ziga ko'psonli raqobatlashuvchilarni jalb qiladi, natijada ular keyinchalik narxni pasaytirib yuborishlari mumkin. Shuning uchun, raqobat xavfi mavjud bo'lgan taqdirda ham, monopolist uchun haddan ziyod qimmat narxlarni belgilash noto'g'ri bo'ladi, yuqori darajada foydani mavjud bo'lishi esa faqat raqobatni kuchaytiradi (jumladan, potensial) degan taxmin mavjud [10].

Monopol arzon narxlar tushunchasi, ya'ni monopsoniya (yoki ustun mavqega ega bo'lgan korxona – sotib oluvchi) holatida o'rnatiladigan narxlar bo'yicha ham qonun aniq ta'rif bermagan, ammo ba'zi o'rinlarda monopol past narx (to'g'ridan to'g'ri tarjimasi "yirtqich narxlar") tushunchasi keltiradi.

Ustun mavqeni suiiste'mol qilishni taqiqlaydigan normalar AQShning qonunchiligida yo'q, ustun mavqe konsepsiyasi ham uchramaydi. "Ustun mavqe" monopol hukmronlikka o'xshash bo'lib, monopol hukmronlikni suiiste'mol qilishga savdo-sotiq (tijorat)ning monopollashuvini misol qilish mumkin.

Yevropa ittifoqi – raqobat bilan bog'liq qonunlardan farqli tarzda Yevropa Ittifoqi (keyingi o'rinlarda YI), raqobat to'g'risidagi qonuni ikkita asosiy maqsadga xizmat qiladi: 1) raqobat; 2) yanada muhimroq – yagona bozorga integrallashish. Mazkur g'oya quyidagidan iborat:

agar alohida korxonalarining o'zi ham mintaqalar va mamlakatlar bilan savdo-sotiq qilishga to'siqlar o'rnatishlari mumkin bo'lsa, chegara va bojxonasiz yagona bozorni tuzishdan qanday foyda bo'lishi mumkin.

Shunday qilib, raqobat siyosati YI rivojlanishi bobida turgan asosiy kuchlardan biri hisoblanadi. Bunday holat, Yevropa Komissiyasini raqobat siyosati to'g'risidagi yillik hisobotlarida aks ettiriladi. 1997-yil uchun tuzilgan yillik hisobotning kirish so'zida o'sha vaqtdagi Raqobat bo'yicha Komissioner Karel Van Mayert, raqobat siyosatini faqatgina an'anaviy ta'riflar bilan talqin qildi, balki uni federativ boshlanishda YI kuchlarini birlashtiruvchi kuchlar pozitsiyasidan turib ta'riflab berdi [11].

YI raqobat to'g'risidagi qonuni normalari interpretatsiyasi va amaliyotga tatbiq etilishi natijasida raqobat siyosati ortida turuvchi aniq maqsadlarni alohida ko'rsatishga imkon yaratadi:

- taqsimlovchi samaradorlikni oldinga surish;
- kichik va o'rta biznes subyektlarini himoyalash va rag'batlantirish;
- raqobatchilarni himoya qilish;
- iste'molchilarni himoya qilish (texnik ma'noda emas);
- Yevropa texnologiyalarini rivojlantiradigan kooperativ tadbirkorlikka ruxsat berish.

Ushbu maqsadlar ba'zida bir-biriga zid bo'ladi va ma'lum vaqt va holatlarda u yoki bunisida o'z aksini topadi. Masalan, *Oscar Bronner GmbH & Co KG Mediaprint (1998)* qarshi ishida, hakam Rim Shartnomasining (ustun mavqeni suiiste'mol qilishni taqiqlash) 82-moddasini oliy maqsadi bu raqobatni buzishning oldini olish, xususan, aniq raqobatchining tutgan o'rnini himoya qilish emas, balki iste'molchi manfaatini himoya qilish ekanligini eslatib o'tdi.

Yevropa Kengashi tomonidan vakolat berilganidan so'ng Yevropa Komissiyasi (raqobat bo'yicha Yevropa Ittifoqidan (YI) keyin turuvchi organ), Rim Shartnomasining 81-moddasi (raqobatga qarshi bitimlar va kelishib qilingan harakatlar) ta'siriga tushmaydigan sohalarini tanlash huquqiga ega bo'ladi. Bu ushbu moddaning 3-qismini amalga oshirishga imkon beradi. Komissiya raqobatga qarshi bitimlar va kelishib qilingan harakatlarni taqiqlovchi 81-moddani ta'siri bo'lmaydigan yagona yoki guruhlashgan istisnolar ro'yxatini chiqaradi. Ularning ba'zilar umumiy (masalan, vertikal cheklashlar va texnologiyalarni uzatish bo'yicha litsenziyalarga nisbatan), bir vaqtning o'zida boshqalari iqtisodiyotning alohida sektorlariga taalluqlidir (masalan, avtomashinalarni tarqatish yoki sug'urta), 82-moddada (ustun mavqeni suiiste'mol qilish) istisnolar yo'q [12].

Ustun mavqe tushunchasiga ta'rif qonunchilikda uchramaydi, Yevropa Komissiyasi singari Yevropa Sudi diqqat e'tiborni korxonani bozorda erkin harakatlanishi natijasida mustaqil xatti-harakatlarni amalga oshirish qobiliyatiga qaratadi. "*Kontinental Ken*" ishini ko'rib chiqishda Komissiya bozor hukmronligini mustaqillik va narx ustidan hukmronlik sifatida tavsiflagan.

Korxonalar ustun mavqega ega bo'ladilar, qachonki ular mustaqil tarzda harakatlanish va o'zlarini raqiblari, xaridorlar yoki yetkazib beruvchi-

lar harakatlarini hisobga olmagan holda harakatlana olsalar. Ular o'zlarining bozordagi ulushlariga qarab yoki birgalikdagi ulushiga qarab, yoxud texnologik bilimlari "xom ashyosi" yoki kapitali mavjudligi sababli ko'rilayotgan tovarlar (ximatlar)ni sezilarli qismi uchun narx belgilash yoki ishlab chiqarish yoki sotishni nazorat qilish kuchiga ega bo'ladilar. *"United Brends" ishini* ko'rib chiqishda Yevropa Sudi "ustun mavqega"ga ta'rif berdi va ko'pchilik hollarda undan foydalanib keladi. Ushbu moddada (Shartnomaning 82-bandi) qayd etilgan "ustun mavqe" korxonaga o'zining raqiblari, xaridorlar va nihoyat iste'molchilardan qat'i nazar o'ziga berilgan huquqdan foydalangan holda tegishli tovar bozorida samarali raqobatning oldini olishga to'sqinlik qilishda korxona foydalanadigan iqtisodiy kuchlar pozitsiyasiga taalluqlidir. *"Hoffman-La-Roche" ishini* ko'rib chiqishda Yevropa Sudi ushbu ta'rifni yanada rivojlantirdi [13].

Germaniya – "Raqobatga qarshi cheklash to'g'risida"gi Qonuni hajmi katta va mazmunan teran bo'lgani bilan (ushbu qonun oltita bob va 131 moddadan iborat) mazkur qonunning maqsadini oydinlashtirmagan.

Raqobatni cheklashni keltirib chiqaruvchi holatlarni ko'p sonli turlari va holatlari juda aniqlik bilan ta'riflanganligi sababli Germaniya Federativ Respublikasi (GFR) sudlari va Federal kartel organi raqobat siyosati borasida barcha siyosiy va iqtisodiy maqsadlarni chetlab o'tgan holda, ushbu qonunga so'zsiz itoat qiladilar. Lekin ma'lum bir holatda, raqobatning cheklanishi iqtisodiyot uchun yoki jamiyat uchun foyda keltirishi isbotlab berilsa, u holda Iqtisodiyot Vazirligi ushbu bitim, kelishuvlarga istisno tariqasida ruxsat berishi mumkin va bu qonunda qayd qilingan.

Shunga qaramasdan, qonunda kichik va o'rta biznes subyektlarini himoya qilishga alohida e'tibor qaratiladi. Buning sababi nemislar kichik va o'rta biznes subyektlarini nemis iqtisodiyotining ishonchli poydevori, innovatsiyalar va bandlik uchun qulaylik deb hisoblaydilar. Shu sababli ushbu subyektlarga ma'lum darajalarda kartel bitimlarini tuzishga ruxsat berilgan, masalan, agarda ushbu bitimlar ularni yirik raqobatchilariga nisbatan egalagan pozitsiyalarini kuchaytirishga yordam bersa.

Qonun, shuningdek monopolistga nisbatan preferensiyalarni qo'llash orqali ustun mavqeni suiiste'mol qilishni qat'iyana taqiqlaydi.

Ba'zi bir monopoliyaga qarshi normalardan ozod qilingan va alohida tartibga solinadigan sohalarga: qishloq xo'jaligi, sug'urtalash, intellektual mulk sohasi, sport kiradi.

Telekommunikatsiyalar sohasidagi raqobat "Telekommunikatsiyalar to'g'risida"gi Qonun (1996-yil) va ushbu sohada maxsus vakolat berilgan organ tomonidan tartibga solinadi.

Barchaturdagi mulkshakliga ega bo'lgan korxonalarga teng sharoitlarda yondashish Qonunning 130-moddasida qayd qilingan [14].

"Raqobatni cheklashga qarshi" Qonunida ustun mavqega berilgan ta'rif ham ustun mavqeni mavjudligiga asos sifatida korxonaning moliyaviy hukmronligidan foydalanadi. Ta'rif, shuningdek jamoa ustunligini ham hisobga oladi.

Xo'jalik yurituvchi subyekt ma'lum bir tovarni yoki tijorat xizmatini yetkazib beruvchi yoki sotib oluvchi sifatida ustun mavqega ega bo'lsa, u:

1) raqobatchilarga ega emas yoki raqobatlashishga tortilmagan; yoki

2) raqobatchilarga nisbatan sezilarli bozor pozitsiyasiga ega.

Ushbu maqsadda uning bozor ulushi, moliyaviy hukmronligi, xomashyo resurslaridan yoki bozorlardan foydalanishi, uni boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlar bilan aloqalari, boshqaxo'jalik yurituvchi subyektlarni bozorga kirishi uchun to'siqlar, ushbu qonun chegarasida yoki uning ta'sir doirasidan tashqarida xo'jalik yurituvchi subyektlarning haqiqiy yoki potensial raqobatlashishini shakllantirishi, uni o'z tovarlari va tijoratini joylashtirish imkoniyatlari hamda bozorni qarama-qarshi tomonlarini boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarga o'tkazish imkoniyatlari hisobga oladi.

Ikkita va undan ortiq xo'jalik yurituvchi subyekt ustunlikka ega bo'ladi, qachonki ularni o'rta-sida ma'lum tovarlar yoki tijorat xizmatlariga nisbatan sezilarli raqobat bo'lmasa va ular birgalikda taklif shartlarini qondirsalar.

Xo'jalik yurituvchi subyekt ustunlikka ega bo'ladi, qachonki uning bozor ulushi uchdan bir qismdan ortiq bo'lsa. Bir nechta xo'jalik yurituvchi subyekt ustunlikka ega bo'ladi, agarda ular:

1) uchta va undan kam xo'jalik yurituvchi subyektning bozordagi birgalikdagi ulushi 50 %ga yetsa;

2) 5 ta yoki undan kam xo'jalik yurituvchi subyektning bozordagi birgalikdagi ulushi uchdan ikki qismga yetsa.

Bundan tashqari, agarda xo'jalik yurituvchi subyekt ushbu sharoit ular o'rtasidagi raqobatni qo'llab-quvvatlashini ko'rsatsa yoki xo'jalik yurituvchi subyektlarning soni qolgan raqobatchilar uchun ahamiyatga ega bo'lmasa [15].

Ustun mavqeni suiiste'mol qilishning shakllaridan biri sifatida, kamsituvchi shartlar tushunchasi deganda Germaniya Federativ Respublikasi Qonunida keltirilgan ta'rifni aytishimiz mumkin:

Ustun mavqega ega korxona haq to'lashni qulay bo'lmagan shartlarini yoki boshqa shartlarini talab qilishi ayni vaqtning o'zida ushbu korxona taqqoslanayotgan bozorlardagi o'xshash xaridorlardan talab qilgan darajada, tabaqalashtirishga obyektiv isbot mavjud bo'lmasa.

Suiiste'mol qilish holati mavjud bo'ladi, qachonki ustunlikka ega korxona tovarlarni ma'lum turlari yoki tijorat xizmatlarini yetkazib beruvchi sifatida bo'lsa:

1) boshqa korxonalarining shunday tarzda raqobatlashish imkonini yomonlashtiradi, shunday qilib bozordagi raqobat hech qanday obyektiv asoslarsiz buziladi;

2) samarali raqobat mavjud bo'lgan holatda bo'lishi mumkin bo'lmagan haqni va boshqa ish shartlarini talab qiladi, ushbu ma'noda korxonalarini taqqoslanadigan bozorlardagi xatti-harakatlari, ya'ni samarali raqobat ustun bo'lgan holda, e'tiborga olinadi;

3) ushbu tarzda tabaqalashtirish uchun obyektiv sabablar mavjud bo'lmaganda taqqoslanadigan (o'xshash) bozorlarda ustunlikka ega bo'lgan korxona o'xshash xaridorlardan unchalik qulay bo'lmagan haq to'lash va boshqa ish shartlarini talab qiladi;

4) boshqa korxonani o'z tarmoqlariga va infrazilma xizmatlariga kirishiga, bir xil haq to'lashni o'rnatishga to'sqinlik qiladi, bunda vertikal bo'yicha yuqori yoki quyida joylashgan bozorlarda ustunlikka ega bo'lgan korxonaning raqibi qonuniy va haqiqiy sabablarga ko'ra ushbu tarzdagi parallel foydalanish holatiga ega bo'lmaydi [16].

Shunday qilib, GFR qonunchiligi qanday holat ustun mavqeni suiiste'mol qilish deb e'tirof etilishiga aniq ta'rifni keltirmaydi va uning 4 ta turinigina keltiradi. Suiiste'mol qilishning keltirilgan 4 ta turining bittasi ham "bozorlarni monopolashtirish"ga tegishli emas. Sherman Qonunidan (AQSh) farqli tarzda, GFR "Raqobatni cheklashga qarshi Qonun"i "bozorlarni monopolashtirish"ni

taqiqlamaydi. Har bir korxona ustun mavqeni olishi mumkin va ushbu holat bilan bog'liq o'zining raqobat afzalliklaridan suiiste'mol qilmasdan foydalanishi mumkin.

Yaponiya – Yaponiyaning "Monopoliyaga qarshi qonun"ida, nafaqat erkin va halol raqobatni qo'llab-quvvatlashni, balki uning oxirgi maqsadlarini himoyalashni ko'zda tutadi.

Yaponiyaning monopoliyaga qarshi qonuni ustun mavqeni taqiqlash, insofsiz savdo usullarini cheklash, iqtisodiy hokimiyatning haddan ziyod bir joyda to'planishining oldini olishga qaratilgan qoidalarini o'zida mustahkamlagan. U ishlab chiqarish, sotish, narxlar, texnologiyalar va boshqalarni noto'g'ri cheklashni bartaraf qilish, shuningdek tadbirkorlik subyektlarining noqonuniy manfaatlarda qo'shib ketishi, birlashishiga yo'l qo'ymaslikka xizmat qiladi. Mazkur qonun tadbirkorlarning ijobiy tashabbusini rag'batlantirib, ularning ishdagi faolligini oshirish orqali erkin va haqqoniy raqobatni qo'llab-quvvatlashga, bandlikni ta'minlanishiga va aholining real daromadini ko'paytirishga, buning natijasida iqtisodiyotni demokratik tarzda va sog'lom rivojlanishini, shuningdek iste'molchilarning manfaatlarini qo'llab-quvvatlashni nazarda tutadi [17].

Shunday qilib, yaponlar uchun erkin va halol raqobat quyidagilar maqsadlarda kerak:

- tadbirkorlarning ijodiy tashabbuslarini rag'batlantirish;
- tadbirkorlarning ishdagi faolligini rag'batlantirish;
- bandlik darajasi va aholining real daromadini ko'paytirish;
- demokratiya va milliy iqtisodiyotni sog'lom rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash;
- iste'molchilarni qo'llab-quvvatlash.

Yaponiyaning Monopoliyaga qarshi Qonuni uni tatbiq etish sohasini cheklamaydi. Biroq, uning normalarini ba'zi bir shartlari alohida tarmoqlarga tatbiq etilmaydi (masalan, bank faoliyati, sug'urta). Bunday holatlarda qonunning matni ushbu to'g'risida ochiq ma'lum qiladi [18].

Ushbu Qonunda ishlatilgan "monopolistik vaziyat" atamasi shunday holatni bildiradiki, unda quyida keltirilgan bozor tuzilmalarining har biri va kerakmas bozor harakatlari biznesni barcha maxsus sohalarida mavjud bo'ladi, undagi narxning umumiy summasining yig'indisi (ushbu atama soliq summasiga nisbatani eng kichik ekvivalent

summani tashkil etgan tovarlar narxiga taalluqli, xuddi shunday ta'rifli tovarlar (jumladan, xizmat ko'rsatish vositalarida sezilarli o'zgarishlarsiz yoki tadbirkorlik faoliyatida o'zgarishlarsiz yetkazib beriladigan tovarlar; keyinchalik ushbu bo'limda eslatilgan "maxsus tovarlar") va shunday (narx) bir-biriga funksiyalari va foydaliligi bilan o'xshaydigan, Yaponiyada ishlab chiqarilgan (eksport qilinganlar bundan mustasno) yoki umumiy narx summasi (ushbu atama o'sha hisob-kitob bilan ushbu xizmatlarni oluvchiga solinadigan soliq summasiga kichik ekvivalent bo'lgan xizmat narxlariga tegishli) [19].

1) bozor ulushi (yalpi hajmdan tashkil topganiga nisbatan maxsus tovarlar va funksiyalar va foydaliligi yoki xizmat hajmlari o'xshash, tadbirkorlar tomonidan taqdim qilinadigan yoki ularga taalluqli bo'lgan boshqa barcha tovarlar, Yaponiyada ishlab chiqarilganlarning to'liq hajmi, eksport qilinganlar bundan mustasno, yarmidan ortiq bo'lsa yoki ikkita o'zaro birlashgan tadbirkorni bozor ulushi bir yillik davr mobaynida to'rtidan uch qismga ortiq bo'lsa;

2) biznesni maxsus sohasida band bo'lgan boshqa tadbirkor uchun anchagina qiyin bo'ladigan shartlar mavjud bo'lganda;

3) tadbirkor tomonidan ishlab chiqarilgan maxsus tovarlar yoki xizmatlarni narxining oshishi va ushbu o'zgarish ma'lum vaqt davomida talab va taklifdagi yoki ushbu tovarlar uchun yetkazib berish qiymatlaridagi o'zgarishlarga nisbatan unchalik sezilarli bo'lmasa va qachonki ushbu tadbirkor ushbu vaqt mobaynida quyidagi talablardan biri ta'siriga tushsa:

a) tadbirkor Hukumat qaroriga muvofiq biznes sinfi uchun belgilangan normadan ortiq foyda normasini olganda;

b) tadbirkor o'zi faoliyat ko'rsatayotgan biznes sohasi uchun norma sifatida qabul qilingan sotish xarajatlari va umumiy va ma'muriy xarajatlar darajasini sarflaganda [20].

Ichki industrial ortish va ulgurji narxlardagi o'zgarishlar bilan yakunlangan iqtisodiy sharoitlardagi barcha o'zgarishlar hollarida, aytilganidek, narxlarning soni Hukumat qarori bilan ushbu o'zgarishni aks ettirish maqsadida qaytadan ko'rib chiqilishi mumkin.

Ekvivalent – bu "insofsiz savdo-sotiq usullari"dir. Biroq, insofsiz savdo-sotiq usullari degan tushunchaning o'zi bizning nazarimizda insof-

siz raqobatni nazarda tutadi. Lekin ta'rif "ustun mavqeni suiiste'mol qilish" ta'rif bilan ko'proq o'xshashdir.

Ushbu qonunda foydalaniladigan "insofsiz savdo-sotiq usullari" atamasi raqobatni rivojlantirishga to'sqinlik qiladigan va insofli savdo-sotiq bo'yicha Komissiya tomonidan belgilangan quyidagi paragraflar mos keluvchi barcha holatlarni aks ettirishi kerak:

(I) boshqa tadbirkorlarga nisbatan nohaq kamsitish;

(II) insofsiz (nohaq, noto'g'ri) narxlar bo'yicha kontraktlar;

(III) rag'batlantirishdagi nohaqlik yoki raqibni bevosita ish olib borishga majbur qilishdagi nohaqlik;

(IV) boshqa tomon bilan ish olib borganda ushbu tomonni tadbirkorlik faoliyatini nohaq cheklashga olib keladigan usullardan foydalanish;

(V) boshqa tomon bilan ish olib borganda bitim tuzuvchining holatidan nohaq foydalanish;

(VI) Yaponiyada o'zi bilan raqobatlashuvchi tadbirkor o'rtasidagi bitim bilan nohaq to'qnash keluvchi yoki kompaniya bevosita aksioner yoki mansabdor shaxs va uning hamkorlik qiluvchi boshqa tarafi yoki bunday tadbirkor nohaq rag'batlantiruvchi, qarshi qo'yuvchi yoki aksionerlar yoki ushbu kompaniyaning manfaatlariga qarshi haraktlanuvchi mansabdor shaxsi bo'lsa.

Yaponiya "Monopoliyaga qarshi qonuni"ning 3-moddasida shunday deyilgan:

Hech qaysi tadbirkor xususiy monopollashtirishni yoki savdo-sotiqni asossiz cheklashi mumkin emas [21].

Ushbu modda Sherman Qonunining (AQSh) 2-moddasi o'xshash tarzda tuzilgan. Yaponiyaning monopoliyaga qarshi qonuni, xuddi Sherman Qonuni singari asosiy e'tiborini monopollashtirish yoki savdo-sotiqni asossiz cheklash mezonlariga qaratadi, iste'molchi, xaridorlarni manfaatlarini ustun korxona manfaatlariga qarama-qarshiligi to'g'risida hech nima demaydi [22]. Modda, shuningdek, monopollashtirish yoki savdo-sotiqni asossiz cheklash ta'siri ostida bo'lgan harakatlarni indikativ ro'yxatini keltirmaydi. Ushbu modda ta'siriga tushgan aniq va indikativ harakatlar hozirgi kunga qadar president huquqlar asosida aniqlanadi. Qo'shimcha sifatida suiiste'mol qilishni alohida turlari insofsiz raqobatni man qiluvchi normalar doirasida ko'rib chiqiladi.

– insofsiz savdo-sotiq harakatlari;

- bitim tuzishdan bir tomonlama bosh tortish;
- savdo assotsiatsiyalarida kamsituvchi munosabat;
- insofsiz yuqori va past narxlar;
- xaridorlarini chalg'itish yo'li bilan jalb qilish;
- majburan qabul qildirish;
- bitimlarni tuzishda ustun mavqeni sui-iste'mol qilish;
- raqibini xo'jalik faoliyatiga aralashish.

Raqobat huquqi bilan bevosita aloqador raqobat siyosati degan tushuncha ham mavjud bo'lib, aynan mazkur tushuncha raqobat huquqining tovar bozoridagi ahamiyatini belgilab beradi.

Zamonaviy sharoitda bozor munosabatlarining samarali rivojlanishi iqtisodiy munosabatlarni tartibga soluvchi qonunchilik tizimining sifatiga bog'liqdir. Iqtisodiy munosabatlarning sog'lom hamda barqaror bo'lishini ta'minlab beruvchi omillardan biri bu raqobatdir [23].

Raqobatning bir qator ijobiy xususiyatlari mavjud bo'lib, u quyidagilarda namoyon bo'ladi:

Birinchidan, bozor talablariga javob bermaydigan tovarlar, ishlar, xizmatlar sifat va narx jihatdan talabga javob bermasa, o'z-o'zidan bozorni tark etadi. Bu orqali raqobatning sog'lomlashtirish funksiyasi namoyon bo'lib, raqobatbardosh bo'lmagan subyektlardan bozor tozalanadi;

Ikkinchidan, raqobat rag'batlantirish xususiyatiga ega. Bunda raqobatlashuvchilar nisbatan yaxshiroq sifat va mutanosib narxni shakllantirish uchun tinimsiz ravishda o'z tovarlari (ishlar, xizmatlar)ning sifatini yaxshilashga intiladi. Shuni qayd etish lozimki, ko'pchilik holatlarda, ma'muriy ta'sir etish vositalariga nisbatan xo'jalik yurituvchi subyektlarning o'zaro raqobati tovarning narxi va sifatiga samaraliroq ta'sir ko'rsatadi;

Uchinchidan, raqobat orqali iste'molchilarning manfaatlari ham ta'minlanadi.

Agar bozorda raqobat mavjud bo'lmasa, tabiiyki, iste'molchida tanlash imkoniyati mavjud bo'lmaydi. Raqobatning mavjudligi hamda muqobil tovarlar, ishlab chiqaruvchilar hamda xizmat ko'rsatuvchilarning mavjudligi iste'molchi uchun tanlov maydonini yuzaga keltiradi.

Raqobat muhitining muhofaza etilishi hamda davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi natijasida musobaqalashuvchi shaxslarning mustaqil va tashabbuskor faoliyat olib borish erkinligi ta'minlanadi, tadbirkorda o'ziga xos "kim o'zar"likka intilish hissi kuchayadi. Ustunlik strategik iqtisodiy samaradorlikni raqobat siyosatini asoslash sifatida to'ldiradi. Ba'zi bir olimlar va siyosatni ishlab chiquvchilar, bozor hukmronligi va iqtisodiy samaradorlik raqobat to'g'risidagi qonunning asosiy bazasi bo'lmasligi kerak degan fikrdalar. Iqtisodiy hukumat konsentratsiyasini demokratiyaga qarshi sifatida ko'riladi, raqobatlashuvchi bozor tuzilmalarini qo'llab-quvvatlashda va kichik korxonalarni himoya qilishdan olinadigan foyda esa samaradorlikni yo'qotishdan yuzaga keladigan barcha yo'qotishlarni qoplaydi deb ko'riladi.

Savdo-sotiqni erkinlashuvi samarali raqobat siyosatini o'zgartiradi, sababi ko'pgina holatlarda erkin savdo-sotiq bozorning raqobat tuzilmasida unchalik aniq namoyon bo'lmaydi va bozorda samarali faoliyat ko'rsatishni rag'batlantirmaydi.

Shuning uchun, raqobat siyosati va savdo-sotiqning erkinlashuvini muqobil siyosatga qo'shimcha sifatida ko'rib chiqish maqsadga muvofiq bo'ladi.

REFERENCES

1. Lorenz M. An introduction to EU competition law. Published in the United States of America by Cambridge University Press, New York, 2013, p. 428.
2. Yaxshieva M.T. Hozirgi zaman raqobat nazariyasi. O'quv qo'llanma [Current competition theory. Study guide]. Tashkent, TSUL, 2019, p. 280.
3. 4.1.2 of the Merger Assessment Guidelines of the UK Office of Fair Trading and Competition Commission, CC2 revised and OFT 1254, September 2010. Available at: www.competition-commission.org.uk/.
4. Smith and King. Does Competition Law Adequately Protect Consumers? European Competition Law Review, 2007, no. 28.

5. Akhrorova S. The influence of digital marketing in competition law: overview. Herald pedagogiki. Nauka i Praktika – Nerald of pedagogy. Science and Practice, 2021, no. 1 (5).
6. Hurwitz J.D. The Impact of the Continental Can Case on Combinations and Concentrations within the Common Market, 25 Hastings L.J., 1974, p. 469.
7. Brown W. Legal certainty and competition law: can they be reconciled? Dissertation presented for the degree of Legum Doctor (LLD) in faculty of law at Stellenbosch University. December, 2018.
8. Patrick M.H. United Brands Company v. Commission of the European Communities: Window to Price Discrimination Law in the European Economic Community, 1 Nw. J. Intel L. & Bus., 1979, p. 338.
9. Ezrachi A. The competitive effects of parity clauses on online commerce, European Competition Journal, 2015, no. 11:2-3, pp. 488–519. DOI: 10.1080/17441056.2016.1148870/.
10. Abuse of Dominance: Effect over Form? Available at: <https://competition.cyrilamarchandblogs.com/tag/hoffmann-la-roche-case/>.
11. Competition law and policy in the United States. Department of Justice. Federal Trade Commission publishing house. Textbook. 2002, p. 18.
12. Competition Law in Japan. Abstract of Doctoral Thesis by Simon Vande Walle and Tadashi Shiraishi. University of Tokyo, 2015, p. 34.
13. United States v. E. I. Du Pont de Nemours & Co. - 351 U.S. 377, 76 S. Ct. 994 (1956). Available at: <https://www.lexisnexis.com/community/casebrief/p/casebrief-united-states-v-e-i-du-pont-de-nemours-co/>.
14. Competition Law in Germany. Watson, Farley and Williams 2014. Guide book. Published by Hamburg Publishing house.
15. Abuse of dominance and monopolisation. Available at: <https://www.oecd.org/competition/abuse/>.
16. 2012-yil 6-yanvardagi O'RQ-319-sonli O'zbekiston Respublikasining "Raqobat to'g'risida"gi Qonun [Law of the Republic of Uzbekistan "On Competition" No. ZRU-319 of January 6, 2012].
17. Mualliflar jamoasi. Raqobat huquqi. Darslik [Team of authors. Right to compete. Textbook]. Tashkent, TSUL Publ., 2017, p. 239.
18. Stones R.R. EU Competition law and the Rule of Law: Justification and Realisation (A thesis submitted to the Department of Law of the London School of Economics and Political Science for the degree of Doctor of Philosophy). London, September 2018.
19. The Antimonopoly Act of Japan. 1947, may 14.
20. Competition Law in Germany. Watson, Farley and Williams 2014. Guide book. Published by Hamburg Publishing house.
21. Markert K. Recent developments in German Antitrust law, 43 Fordham L. Rev. 697, 1975. Available at: <https://ir.lawnet.fordham.edu/flr/vol43/iss5/1/>.
22. The Antimonopoly Act of Japan. 1947, may 14. Available at: https://www.jftc.go.jp/en/legislation_gls/amended_ama09/index/.
23. Mualliflar jamoasi. Raqobat huquqi. Darslik [Team of authors. Right to compete. Textbook]. Tashkent, TSUL Publ., 2017, p. 239.
24. Aminjon K. Comparative analysis of corporate bankruptcy in Uzbekistan and abroad. Herald pedagogiki. Nauka i Praktika – Nerald of pedagogy. Science and Practice, 2021, Tashkent, no. 5.

YURISPRUDENSIYA

HUQUQIY ILMIY-AMALIY JURNALI

MAXSUS SON / 2021

II QISM

BOSH MUHARRIR:

Nodirbek Salayev

Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektor

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Ikrom Ergashev

Ilmiy boshqarma boshlig'i

Mas'ul muharrir: D. Xudoynazarov

Muharrirlar: Sh. Jahonov, K. Abduvaliyeva,
F. Muhammadiyeva, Y. Yarmolik

Texnik muharrirlar: U. Sapayev, D. Rajapov

Tahririyat manzili:

100047. Toshkent shahar, Sayilgoh ko'chasi, 35.

Tel.: (0371) 233-66-36, 233-41-09.

Faks: (0371) 233-37-48.

Web-sayt: www.tsul.uz

E-mail: lawjournal@tsul.uz

E-mail: tn.tdyu@mail.ru

Jurnal 15.12.2021-yilda tipografiyaga topshirildi.

Qog'oz bichimi: A4. Shartli 25,92 b.t. Adadi: 100.

Buyurtma: № 70.

TDYU tipografiyasida chop etildi.