

UDC: 339.1(042)(575.1)
ORCID: 0000-0002-7289-5304

INSOFSIZ RAQOBAT – INSOFSIZ SAVDO AMALIYOTI TUSHUNCHASI VA BELGILARI

Tadjibayeva Maxsuda Rustamjonovna,
Toshkent davlat yuridik universiteti
“Biznes huquqi” kafedrası katta o‘qituvchisi
e-mail: m.tadjibayeva@tsul.uz

Annotatsiya. Shiddat bilan rivojlanayotgan bozor munosabatlari sharoitida insofsiz raqobat va uning oldini olish bugungi kunning eng muhim iqtisodiy masalalaridan biri hisoblanadi. Shu bois davlat tomonidan iqtisodiy munosabatlarni tartibga solish sohasida shaxslarni raqobatga zid bo‘lgan har qanday harakatlardan himoya qilish bilan bog‘liq qonunchilik tizimini yanada takomillashtirishga qaratilgan tizimli huquqiy islohotlar amalga oshirilmoqda. Shu bilan birga, raqobat bor joyda har doim qonun bilan taqiqlangan insofsiz raqobat bo‘lishi mumkin. Insofsiz savdo amaliyoti ham insofsiz raqobat bilan birgalikda xuddi shunday huquqbuzarlikdir. Insofsiz raqobat, xususan, insofsiz savdo amaliyoti qonunchilikning turli sohalari, xususan, Intellectual mulk hamda Raqobat huquqi bilan huquqiy tartibga solinishi orqali raqobatchilar hamda iste‘molchilar huquqlarini himoya qilish sohasidagi huquqbuzarlik turlarini tan olishi mumkin. Maqolada muallif insofsiz raqobat tushunchasi va belgilarini, insofsiz savdo amaliyoti tushunchasi va xususiyatlarini huquqiy doktrina, xalqaro qonunchilik va O‘zbekiston Respublikasi “Raqobat to‘g‘risida”gi Qonuni nuqtayi nazaridan tahlil qilgan holda insofsiz savdo amaliyotini tartibga solish qoidalarini O‘zbekiston Respublikasining raqobatga oid qonun hujjatlarida aks ettirish orqali qonunchilikni takomillashtirishga oid qator ustuvor masalalarga javob berishga harakat qiladi.

Kalit so‘zlar: adolat, insoflilik, insofsiz raqobat, insofsiz savdo amaliyoti, narx, insofsiz raqobat belgilari, bozorda o‘z kuchini ko‘rsatish, narxlarni manipulyatsiya qilish, iste‘molchilarni kamsitish, ishchanlik obro‘sga putur yetkazish, iqtisodiy afzallik va zarar.

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ – НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ ТОРГОВАЯ ПРАКТИКА: ПОНЯТИЕ И ПРИЗНАКИ

Таджибаева Махсуда Рустамжоновна,
старший преподаватель кафедры “Бизнес-право”
Ташкентского государственного юридического университета

Аннотация. В условиях быстро развивающихся рыночных отношений недобросовестная конкуренция и ее предотвращение являются сегодня одной из важнейших экономических проблем. Поэтому в сфере регулирования экономических отношений государство проводит системные правовые реформы, направленные на дальнейшее совершенствование законодательной системы, связанной с защитой граждан от любых противозаконных действий. Однако там, где есть конкуренция, всегда может иметь место недобросовестная конкуренция, запрещенная законом. Недобросовестная торговая практика – это такое же преступление, как и недобросовестная конкуренция. Недобросовестная конкуренция, в частности недобросовестная торговая практика, может применяться в виде различных нарушений в области защиты конкурентов и прав потребителей, а также регулироваться посредством правового регулирования различных областей законодательства, в частности права об интеллектуальной собственности и права о конкуренции. Автор статьи анализирует понятие и характеристики недобросовестной конкуренции, понятие и характеристики недобросовестной торговой практики с точки зрения правовой доктрины, международного права, а также Закона Республики Узбекистан “О конкуренции”, стремится решить ряд приоритетных задач и вопросы, связанные с совершенствованием законодательства путем отражения в соответствующем законодательстве.

Ключевые слова: справедливость, добросовестность, недобросовестная конкуренция, недобросовестная торговая практика, цена, признаки недобросовестной конкуренции, рыночная власть, манипулирование ценами, дискриминация потребителей, нанесение ущерба деловой репутации, экономическая выгода и ущерб.

UNFAIR COMPETITION – UNFAIR TRADE PRACTICES: THE CONCEPT AND CHARACTERISTICS

Mahsuda Rustamjonovna Tadjibaeva,
Senior Lecturer of
the Department of Business Law,
Tashkent State University of Law

Abstract. In the conditions of rapidly developing market relations unfair competition and its prevention is one of the most important economic problems today. Therefore, in the sphere of regulation of economic relations the state carries out systematic legal reforms aimed at further improving the legislative system related to the protection of citizens from any unlawful actions. However, where there is competition, there can always be unfair competition prohibited by law. Unfair trade practices are as much a crime as unfair competition. Unfair competition, in particular unfair trade practices, can be applied in the form of various violations in the field of protection of competitors and consumer rights and regulated through legal regulation of different areas of law, in particular the Intellectual Property law and the Competition law. The author of the article analyzes the concept and characteristics of unfair competition, the concept and characteristics of unfair trade practices in terms of legal doctrine, international law and the Law of the Republic of Uzbekistan "On Competition", seeks to address a number of priorities, issues associated with the improvement of legislation by reflecting in the relevant legislation.

Keywords: fairness, unfair trade practices, price, signs of unfair competition, market power, price manipulation, consumer discrimination, damaging business reputation, economic advantage and damage.

Bozorda faoliyat olib borish, biznes yuritish va boshqa yo'llar bilan raqobatlashish erkinligi har qanday erkin tadbirkorlik tizimining ajralmas qismidir. Erkin raqobat korxonalarini sifatli mahsulotlarni maqbul narxlarda taklif qilish orqali mijozlarning sadoqatiga erishish uchun turtki beradi.

Erkin raqobat mavjud bo'lgan bozorda mustaqil korxonalar bir xil faoliyat bilan shug'ullanadi va iste'molchilarni jalb qilish uchun kurashadi, ya'ni har bir korxona boshqalarning raqobat bosimiga duchor bo'ladi [1]. Erkin raqobatning yana bir xususiyati uning korxonalarga raqobatchilardan mijozlarni tortib olish huquqini berishida namoyon bo'ladi. Bir korxona boshqa raqobatchidan yetarlicha mijozlarni tortib olsa, raqobatchi o'z biznesini yopishga [2] yoki faoliyat sohasini o'zgartirishga majbur bo'lishi mumkin. Insofsiz raqobat esa bozorda erkin raqobatni cheklaydi.

Ijtimoiy bozor iqtisodiyotiga asoslangan tizimda raqobat erkinligiga erishish va bozor raqobatbardoshligini ta'minlashda raqobat to'g'risidagi qonun va insofsiz raqobatga qarshi qonunchilik birgalikda muhim rol o'ynaydi [3].

Raqobat huquqining ushbu ikkita katta prinsipi: erkinlik va insofililik prinsiplari orqali raqobat aslida qanday xususiyatga ega bo'lishi haqida xulosa qilish mumkin. Aniqroq qilib aytadigan bo'lsak, raqobat erkin va insofli bo'lishi lozim [4]. Erkin raqobat buzilsa, bu monopoliya, kartel va boshqa raqobatga zid harakatlarga olib keladi [5]. Insofililik prinsipi buzilsa, insofsiz raqobatga qarshi qoidalar ishlaydi. Insofsiz raqobatga qarshi normalar ishlashi uchun eng avvalo insofsiz raqobat nima ekanligi: uning belgilari va xususiyatlari to'g'ri belgilanishi lozim.

Insofsiz raqobat – bu bozor ishtirokchisining savdo yoki tijoratda chalg'ituvchi, yolg'on, insofsiz, firibgarona, majburlash yoki vijdonsiz xatti-harakatlari orqali o'z raqiblaridan ustunlikka ega bo'lgan yoki bozorda raqobatdosh ustunlikka ega bo'lish uchun intilayotgan xatti-harakatidir.

Bugungi kunda raqobat huquqi va raqobat qonunchiligida insofsiz raqobat tushunchasiga oid ko'plab ta'riflar mavjud. Ularning talqinlari bir-birdan sezilarli darajada farq qilsa-da, ular yagona ma'noga ega. Insofsiz raqobat tushunchasini tahlil qilishdan oldin mashhur huquqshunos

olimlarning insofsiz raqobat nimadan iborat ekanligi haqidagi fikrlarini keltirib o'tamiz.

Xususan, V.A. Dozorovning fikriga ko'ra, insofsiz raqobat "Iste'molchiga (potensial iste'molchiga) raqobatchini, uning faoliyatini va (yoki) mahsulotini (shu jumladan, mahsulotning tabiati, ishlab chiqarish usuli, xususiyatlari, foydalanishga yaroqliligi yoki miqdori bo'yicha chalkashliklarni keltirib chiqaradigan) obro'sizlantiradigan noto'g'ri fikrlarni keltirib chiqarishi yoki uning faoliyati va (yoki) tovarlari va (yoki) mahsuloti yoki raqobatchining faoliyati va (yoki) mahsuloti bilan chalkashlikka olib kelishi mumkin bo'lgan, shuningdek, ish muomalasi odatlariga, insofililik, oqillik va insofililik (noto'g'ri yoki to'g'ri) talablariga zid bo'lgan xabardir" [6].

Y.I. Svyadosts esa insofsiz raqobatni sanoat va tijorat ishlarida raqobatchilarga nisbatan insofli qoidalar va urf-odatlariga zid nohaq harakatlarni amalga oshirish orqali mulkiy foyda olishga qaratilgan xatti-harakatlarning sodir etilishi, [7] deb ta'riflagan.

V.I. Eremenko insofsiz raqobat ta'rifini zarar keltiradigan yoki keltirishi mumkin bo'lgan raqobat maqsadida iqtisodiy faoliyatni amalga oshirishda ishbilarmonlik odatlariga, kasbiy etikaga yoki halollikka zid bo'lgan har qanday aybli harakat, [8] deb hisoblaydi.

Y. Kasyanov insofsiz raqobatni "iste'molchining o'z raqobatchilarining tovarlariga nisbatan salbiy fikrini shakllantirish yoki iste'molchining o'z mahsulotiga nisbatan nuqtayi nazarini shakllantirish orqali har qanday iqtisodiy afzallik yoki foyda olish maqsadida tovar bozorida mustaqil xo'jalik yurituvchi subyektlarning raqobati", [9] deb belgilaydi.

Demak, MDH huquqshunos olimlarining insofsiz raqobatga bergan ta'riflarida taraflarga zarar yetkazish xususiyatiga ega bo'lgan insofililik prinsipi va qonunga zid, chalkashlikni keltirib chiqaradigan va ishchanlik obro'siga zid harakatlar insofsiz raqobat ekanligi ta'kidlanadi.

Insofsiz raqobatga qarshi rivojlangan g'arb mamlakatlari raqobat qonunchiligida esa insofsiz raqobat jamiyatning umumiy farovonligiga ham ta'sir qilishi e'tirof etilgan holda, insofsiz raqobatni vijdotsizlik, firibgarlik yoki zulm bilan tavsiflanadigan raqobat deb hisoblanadi [10]. Unda jabrlanuvchining raqobatchining tadbirkorlik faoliyatini yoki iste'molchining mahsulot (xizmat, ish) iste'molini muvaffaqiyatli amalga oshirishga

to'sqinlik qilishi yoki xalal berishi tendensiyasi tufayli u davlat siyosatiga zid harakat deb qabul qilinadi.

Jahon mamlakatlarida iste'molchilar va biznesni himoya qilish va noqonuniy savdoning oldini olishga yordam beradigan insofsiz raqobatga qarshi qonunlar o'rnatilgan. Lekin jahon amaliyotida insofsiz raqobatning huquqiy ta'rifini topish mumkin bo'lgan holatlar kam uchraydi. Masalan, 1986-yil 19-dekabrda qabul qilingan Insofsiz raqobatga qarshi Shveysariya Federal qonunining 2-moddasiga ko'ra, firibgarlik yoki boshqacha tarzda insofililik qoidalarini buzadigan va raqobatchilar yoki yetkazib beruvchilar va mijozlar o'rtasidagi munosabatlarga yoxud tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir qiladigan har qanday xatti-harakatlar insofsiz va noqonuniy hisoblanadi [31]. Polsha mamlakatining 1993-yil 16-apreldagi "Insofsiz raqobatga qarshi kurash to'g'risida"gi Qonuni, agar harakat boshqa tadbirkor yoki mijozning huquqini buzsa yoki bunday buzilish bilan tahdid qilsa, bunday noqonuniy va insofli biznes amaliyotini buzuvchi harakat insofsiz raqobat deb e'tirof etiladi [32].

Shuningdek, 1883-yilgi sanoat mulkini muhofaza qilish bo'yicha Parij konvensiyasida ham insofsiz raqobat konsepsiyasi aks ettirilgan. Konsepsiyaning maqsadi insofsiz raqobatni to'xtatish bo'lib, "sanoat yoki tijorat masalalarida insofli amaliyotga zid bo'lgan har qanday raqobat harakati"dir. Parij konvensiyasi raqobatchini obro'sizlantiradigan noto'g'ri bayonotlar, shuningdek, savdo jarayonida jamoatchilikni mahsulotning tabiati, ishlab chiqarish jarayoni, xususiyatlari, ularning maqsadiga muvofiqligi yoki miqdori to'g'risida chalg'itishi mumkin bo'lgan ko'rsatmalar yoki bayonotlar kabi muayyan taqiqlarni belgilaydi [10].

Insofsiz raqobat to'g'risidagi qonunlar korxonalarni faqat muvaffaqiyatga erishgani uchun yoki o'z mahsulotlarini sotish uchun agressiv marketing usullaridan foydalanganliklari uchun kompaniyani javobgarlikka tortmaydilar. Balki ularning yakuniy maqsadi kompaniyalarning boshqa kompaniya hisobidan insofsizlarcha foyda olishlarini cheklashdir [11].

Umumiy qoidaga ko'ra, sanoat yoki tijorat faoliyati davomida amalga oshirilgan halol amaliyotga (honest practices) zid bo'lgan har qanday harakat yoki amaliyot insofsiz raqobatni tashkil

etadi. Bunda hal qiluvchi mezon “insofli amaliyotga zid” bo’lishdir. Belgiya va Lyuksemburgda halol amaliyot ba’zan “halol savdo amaliyoti”, Shveysariyada Ispaniyada “yaxshiniyyat tamoyili”, Italiya-da esa “professional to’g’rilik” deb ataladi [12].

Halol amaliyotga (honest practices) uning aksi bo’lgan harakatni ifodalovchi aniq va umum qabul qilingan ta’rifni topish oson emas. “Halollik” va “insoflilik” me’yorlari ma’lum bir jamiyatning iqtisodiy, sotsiologik va axloqiy tasavvurlarini aks ettirishda har bir davlatda farq qilishi mumkin. Shuning uchun “halollik” tushunchasi tegishli davlatning sud organlari tomonidan sharxlanishi muhimdir. Xalqaro savdoda ustun bo’lgan halol amaliyot tushunchalari, ayniqsa, turli mamlakatlardagi tashkilotlar o’rtasidagi raqobat holatlarida ham hisobga olinishi kerak.

“Insofli amaliyotga zid bo’lgan harakat yoki amaliyot”ga keng talqin berilishi mumkin. Masalan, harakat qilmaslik ham insofsiz raqobat deb hisoblanishi mumkin. Jahon intellektual mulk tashkilotining insofsiz raqobatdan himoya qilish to’g’risidagi namunaviy qoidalarida iste’molchilar uchun mahsulot haqida ma’lumot berishga mo’ljallangan maxsus jurnallardagi mahsulotning sinov ma’lumotlarini tuzatish yoki to’ldirishni rad etish yoki yetarli ma’lumotni taqdim etmaslik, mahsulotdan to’g’ri foydalanish yoki yuzaga kelishi mumkin bo’lgan nojo’ya ta’sirlar haqida ma’lumot bermaslik ham insofsiz raqobat sifatida belgilanadi [13].

Shuningdek, Parij konventsiyasi ham to’g’ridan to’g’ri insofsiz raqobatni harakat ekanligini aniq ko’rsatmaydi, lekin “sanoat va savdo ishlarida halol urf-odatlariga zid bo’lgan har qanday raqobat” deb hisoblaydi. Demak, insofsiz raqobat ham harakatsizlik bo’lishi mumkin degan xulosaga kelish mumkin.

Insofsiz raqobatga qarshi qonun normalari korxonalar biznesini bozorda muvaffaqiyatga muvaffaqiyatsizlikka uchragani uchun javobgarlikka tortmaydi. Aldamchi, firibgar yoki insofsiz bo’lmagan agressiv, makkor yoki boshqa muvaffaqiyatli marketing taktikasi uchun hech qanday javobgarlik yuklanmaydi. Lekin bunday qonun normalari bitta biznes tomonidan ishlab topilgan mablag’ uchun raqobatchi tomonidan yo’qotilgan mablag’ borligini taxmin qiladi. Shunga ko’ra, qonun tadbirkorlik subyektlarining o’z raqobatchisi hisobidan insofsiz foyda olishini taqiqlaydi.

Insofsiz raqobat AQSh va Yevropa mamlakatlari raqobat huquqining ichki tarkibiy qismi sifatida insofsiz raqobatga qarshi ijtimoiy munosabatlarni tartibga soluvchi normalar ko’rinishida alohida huquq instituti sifatida shakllangan. Bu esa butun dunyo mamlakatlari biznes amaliyotida uchraydigan insofsiz raqobatga oid munosabatlarni bartaraf etish uchun huquq normalarini to’g’ri tatbiq qilib foydalanishda muhim rol o’ynaydi.

AQShning Kornel universitetining Huquqiy axborot instituti tadqiqotlariga ko’ra “insofsizlik” tushunchasi biznes kontekstiga, ko’rib chiqilayotgan harakatga va muayyan ishning faktlariga bog’liq ekanligi aniqlanadi. Shuningdek, tadqiqot natijalariga ko’ra Insofsiz raqobat korxona tomonidan iste’molchilarga yoki boshqa biznesga iqtisodiy zarar yetkazadigan firibgarlik yoki noqonuniy xatti-harakatlar – huquqbuzarliklar sifatida baholanadi.

Tadqiqotchilar va olimlarning ilmiy izlanishlari natijasi o’laroq insofsiz raqobat ikki toifaga bo’linishi mumkin. Bular ba’zan iste’molchilarni mahsulot manbasi to’g’risida chalg’itishga qaratilgan huquqbuzarliklarga nisbatan qo’llaniladigan “insofsiz raqobat” (unfair competition) va insofsiz raqobatning boshqa barcha shakllarini o’z ichiga olgan “insofsiz savdo amaliyotlari” (unfair trade practices) [14].

Insofsiz raqobat bir nechta turli da’volarga olib keladigan doktrinalar to’plamidan iborat. Jumladan:

- 1) patent, tovar belgisi yoki mualliflik huquqining buzilishi bo’yicha da’volar;
- 2) firma nomlari, taqdimot va tijorat sirlarini o’zlashtirish to’g’risidagi da’volar;
- 3) tuhmat, yolg’on yoki chalg’ituvchi bayonotlarni nashr etish da’volari [15].

Demak, Insofsiz raqobatning asosiy toifasi xaridorlarni mahsulot qayerdan kelganligi haqida qasddan chalkashtirib yuborish bilan bog’liq bo’lsa, ikkinchi toifasi esa insofsiz savdo amaliyotiga taalluqlidir.

Insofsiz raqobat instituti butun dunyoda Intellektual mulk huquqi va Raqobat huquqi bilan tartibga solinishi sir emas. Insofsiz raqobatning xaridorlarni mahsulot qayerdan kelganligi haqida qasddan chalkashtirib yuborish bilan bog’liq jihatlari, jumladan, tadbirkorlik subyektlarining intellektual faoliyati natijalaridan va ularga tenglashtirilgan individuallashtirish vositalaridan, tovarga oid

xususiyatlar xususida iste'molchilarni chalg'itish, raqobatchining tovarini individuallashtiruvchi barcha elementlardan nusxa ko'chirish orqali qalbakilashtirish yoki ularni takrorlash kabilar Intelktual mulk huquqi obyektiga bo'lsa, qolgan munosabatlar, xususan, insofsiz savdo amaliyoti raqobat huquqining obyektiga hisoblanadi.

Shu o'rinda insofsiz savdo amaliyoti – savdo munosabatlarida insofsiz raqobat nima ekanligi, uning qanday belgi va xususiyatlarga ega ekanligiga aniqlik kiritib olish maqsadga muvofiq.

Nemis huquqshunos olimi Wolfgang Shumaxer fikricha, ma'lum bir savdo amaliyoti professional insof talablariga zid bo'lsa va iste'molchilar xarid qiladigan mahsulotiga nisbatan iqtisodiy xatti-harakatni jiddiy ravishda buzsa yoki jiddiy ravishda buzishi mumkin bo'lsa, Insofsiz savdo amaliyoti deb ataladi [17].

Ba'zi olimlarning fikricha esa Insofsiz savdo amaliyoti yaxshi tijoriy xatti-harakatlardan qo'pol ravishda chetga chiqadigan, halol va insofli bitim tamoyillariga zid bo'lgan va bir savdo sherigi tomonidan boshqasiga bir tomonlama ravishda yuklanadigan amaliyot sifatida aniqlanadi [17].

Huquqshunos olimlar Baxshullo Xodjayev va Shuya Hayashi insofsiz savdo amaliyotiga nisbatan kengroq ta'rif beradilar. Xususan, insofsiz savdo amaliyoti turli xil aldamchi, firibgarlik yoki boshqa zararli savdo amaliyotlarini o'z ichiga oladigan va asosan iste'molchilarga bevosita ta'sir ko'rsatadigan (bu biznes-iste'molchi munosabatlarida namoyon bo'ladi), shuningdek raqobatchilarga yoki boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarga (biznes-biznes munosabatlarida) qarshi firibgarlikni ham o'z ichiga olishi mumkin [14].

Insofsiz savdo amaliyoti har qanday tovar yoki xizmatlarni sotish, foydalanish yoki yetkazib berishni rag'batlantirish uchun insofsiz usul, insofsiz yoki yolg'on amaliyotlardan foydalanadigan savdo amaliyotini anglatadi.

Insofsiz savdo amaliyoti tovarlarni sotish, ishlarni bajarish yoki biron-bir xizmatlarni ko'rsatishni rag'batlantirish maqsadida bir yoki bir nechta amaliyotni amalga oshirib, bunday tovarlar yoki xizmatlar iste'molchisiga zarar yetkazish yoki yo'qotishga olib keladigan har qanday savdo amaliyotini nazarda tutadi [18].

AQSh va Yevropa mamlakatlarida bunday xatti-harakatlar qonunchilikka muvofiq noqonuniy

hisoblanadi (ayniqsa, iste'molchilar huquqlarini himoya qilishga oid), bu esa iste'molchilarga zararni qoplash yoki jazolash uchun vakolatli organlarga murojaat qilish imkonini beradi. Insofsiz savdo amaliyoti ba'zan "aldamchi savdo amaliyoti" yoki "nohaq biznes amaliyoti" deb ham ataladi.

AQShning aksariyat Shtatlarida insofsiz savdo amaliyotiga oid qonunlarni dastlab 1960 va 1970-yillar orasida qabul qilingan. Bundan keyin ko'plab davlatlar insofsiz savdo amaliyotining oldini olish uchun bu kabi qonunlarni qabul qildilar. Xususan, AQSh Federal Savdo komissiyasi to'g'risidagi qonunning 5(a)-bo'limida "savdo-da yoki unga ta'sir qiladigan jarayonlarda insofsiz yoki aldamchi harakatlar yoki amaliyotlarni" taqiqlanishi ko'rsatilgan. Ushbu qoidaga ko'ra, insofsiz harakatlar iste'molchilarga zarar yetkazadigan yoki zarar yetkazishi mumkin bo'lgan, iste'molchilar qochib qutula olmaydigan va mahsulot yoki xizmatning foydasi aldovdan ustun bo'lmagan harakatlardir. Firibgarlik harakatlari esa sotuvchining iste'molchini to'g'ri yo'ldan ozdirishi yoki noto'g'ri ma'lumot ko'rsatiladigan xatti-harakatlar deb ta'riflanadi [19]. Insofsiz savdo amaliyotiga oid qonunchilikning maqsadi iste'molchilarga o'zlari sotib olgan tovarlar va xizmatlar bo'yicha ongli, oqilona qarorlar qabul qilish imkonini berishdir.

Demak, insofsiz savdo amaliyoti bozorda ustunlikka erishish yoki foyda olish uchun o'zida raqobatchi va iste'molchilarni aldash, firibgarlik orqali iste'molchilar ishonchini suiiste'mol qilish yoki axloqiy bo'lmagan usullar orqali iste'molchiga zarar yetkazish xususiyatiga ega har qanday biznes amaliyoti yoki xatti-harakati tushuniladi.

Insofsiz savdo amaliyoti odatda iste'molchilar tomonidan tovar va xizmatlarni sotib olish, ijaraga berish, sug'urta da'volari va hisob-kitoblar, qarz-larni undirishda kuzatiladi.

Insofsiz raqobat, xususan, insofsiz savdo amaliyotlari o'zida quyidagi belgilarni namoyon etadi:

- odatda, raqobatchi subyektlar yoki iste'molchilarga zarar yetkazadi [10];

- bunday amaliyotini amalga oshirgan korxona bozor yoki biznesda afzallikka erishishni o'z oldiga maqsad qilib qo'yadi va buning uchun chalg'ituvchi, aldamchi, firibgarlik yoki axloqsiz

usullardan foydalanish orqali iste'molchilar va bozorni egallaydi;

- bu amaliyot bozor manipulyatsiyasi orqali ham amalga oshiriladi.

- korxonalarning bozorda o'z kuchini ko'rsatishi – Market powerini ko'rsatish orqali ham namoyon bo'ladi [29].

Insofsiz raqobatning asosiy belgilaridan biri sifatida raqobat jarayoniga yoki ma'lum bir raqibga shubhasiz zarar yetkazadigan xatti-harakatlarni tushunish mumkin. Bu holat ko'pincha savdo munosabatlarida namoyon bo'ladi. Lekin insofsiz raqobat va insofsiz savdo amaliyotining iste'molchilarga ham zarar yetkazishi tez-tez kuzatiladi.

Insofsiz raqobat va insofsiz savdo amaliyotining iste'molchilarga yetkazadigan yoki yetkazishi mumkin bo'lgan zararida iste'molchilar undan qochib qutula olmaydigan va iste'molchi yolg'on natijasida foydalangan tovari yoki xizmati yolg'on olinganidan sifat, narx va h.k. bo'yicha ustun bo'lmagan amaliyotdir.

Shu bilan birga, insofsiz raqobat doirasida zararni quyidagicha hisobga olish kerak bo'ladi:

- sodir bo'lgan oqibatlar – haqiqiy zarar
- huquqi buzilgan shaxsning mol-mulkining yo'qolishi yoki shikastlanishi bilan bog'liq xarajatlar);

- yuzaga kelishi mumkin bo'lgan oqibatlar (potensial zararlar – potensial yo'qotishlar – huquqi buzilgan shaxs buzilgan huquqini tiklash uchun qilishi kerak bo'lgan xarajatlar);

- boy berilgan foyda (fuqarolik muomalasi-ning normal sharoitida, agar uning huquqi buzilmaganda, shaxs ololmaydigan daromad) [20].

Insofsiz raqobat va insofsiz savdo amaliyoti bozorda iqtisodiy afzallikka erishishda ham namoyon bo'lishi mumkin.

Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda afzalliklarga ega bo'lish tushunchasida qonuniy usullar va tadbirkorlikning insofli raqobatning samarasi sifatida boshqa usullari orqali ularga berilgan ustunliklar emas, balki asossiz imtiyozlar nazarda tutiladi. Insofsiz raqobat belgilarini aniqlash uchun esa asossiz afzalliklar faqat tadbirkorlik faoliyati sohasiga tegishli bo'lishi kerak [26].

Huquqshunos olim Baxshullo Xodjayevning fikricha, Iqtisodiy afzallik bozorni egallash maqsadida narxlarni belgilash orqali bozorni mani-

pulyatsiya qilish va oqibatda raqobatni cheklash kabilarda namoyon bo'ladi [25].

Insofsiz raqobat tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda afzalliklarga ega bo'lishga qaratilgani bilan aslida boshqa raqobatga zid harakatlar: ustun mavqeni suiiste'mol qilish yoki kelishib olingan harakatlar yoki kelishuvlar ham tadbirkorlik faoliyatida afzalliklarga ega bo'lishga qaratilgan. Zero, raqobat o'z-o'zidan bozorda foyda olish uchun kurashdir. Shuning uchun, iqtisodiy afzallikka ega bo'lish belgisini insofsiz raqobatning asosiy xususiyati deb hisoblab bo'lmaydi.

Insofsiz raqobat va Insofsiz savdo amaliyoti bozor manipulyatsiyasi orqali ham amalga oshirilishi mumkin. Bozor manipulyatsiyasi g'ayritabiiy yoki sun'iy darajadagi bir yoki bir nechta moliyaviy vositalar orqali taklif va talab yoki narxga nisbatan yolg'on yoki chalg'ituvchi signallarni beradigan yoki yaratishi mumkin bo'lgan savdolar yoki buyurtmalar tushuniladi.

Bozor manipulyatsiyasi – bu bozor narxini ataylab ongli holda sun'iy ravishda o'zgartirish hisoblanib, manipulyatsiyachi tomonidan go'yoki bozordagi narx navo talab va taklif asosida shakllanayotgandek ko'rsatiladi. Ular iste'molchi va raqobatchilarni adashtirib narxlarni o'zgarishidan foydalangan holda daromad olishga harakat qiladilar. Bunday harakatlar bozorda insofli narxlanishga to'sqinlik qiladi va investorlarga kutilmagan zarar yetkazadi, shuning uchun ular qonun hujjatlari bilan taqiqlanadi [21].

Rivojlangan mamlakatlar tajribasida qalbaki qurilmalardan yoki aldash yoxud hiyla-nayrangning boshqa shakllaridan foydalanadigan bozordagi narxga ta'sir qiladigan yoki ta'sir qilishi mumkin bo'lgan har qanday holat yoki xatti-harakat bozorni manipulyatsiya qilish sifatida taqiqlanadi. Bozor manipulyatsiyasi quyidagi ko'rinishlarda

- shaxslar tomonidan buyurtmalar yoki sotuvlar o'sha shaxslar yoki ular bilan bog'liq shaxslar tomonidan yolg'on yoki chalg'ituvchi ma'lumotlar – axborotlarni ("axborot" keng ma'noda tushuniladi, shu jumladan, mish-mishlar) tarqatish uchun taqdim etilgan holatlarda;

- o'sha shaxslar yoki ular bilan bog'liq bo'lgan shaxslardan oldin yoki undan keyin buyurtmalar yoki sotuvlarga noto'g'ri, noxolis yoki moddiy manfaat ko'rinib turgan holda ta'sir ko'rsatadigan investitsiya tavsiyalarini ishlab chiqarish yoki tarqatadigan holatlarda;

– talab, taklif yoki narx bo'yicha noto'g'ri yoki chalg'ituvchi signallarni beradigan yoki berishi mumkin bo'lgan ma'lumotlarni tarqatish [22] holatlarida namoyon bo'lishi mumkin.

Insofsiz raqobat va Insofsiz savdo amaliyoti korxonalarining bozorda o'z kuchini ko'rsatish – Market power orqali ham namoyon bo'lishi mumkin. Xo'jalik yurituvchi subyektlarning narxni raqobat sharoitida ustun bo'ladigan darajadan yuqori ko'tarishi va ushlab turish qobiliyati bozorda o'z kuchini ko'rsatish – (Market power) deb ataladi. Odatda Market power orqali korxonalar bozordagi tovar (xizmat) narxlarini marjinal xarajatlardan yuqori o'rnatib, ya'ni raqobatbardosh bozorda narxlarni ko'tarish qobiliyatini ishga solib bundan foyda oladilar. Bunda narxlar nazorat qilinib raqobat istisno qilinadi.

Market powerda xo'jalik yurituvchi subyekt yoki shaxslar guruhi ishlab chiqarishini cheklash orqali to'g'ridan to'g'ri raqobatbardosh darajadan yuqori narxni oshirishi yoki ushlab turishi (narxni nazorat qilishi) mumkin [23]. Bozorda o'z kuchini ko'rsatish belgisiga ega bo'lgan korxona, agar u ko'proq mijozlarni jalb qilish uchun o'z narxini pasaytirsas, mavjud mijozlardan tushgan daromadni yo'qotishini biladi. Shuning uchun ham u iste'molchilar manfaatini oshirishdan ko'ra maksimal darajada yuqoriroq narxni talab qilishi va o'z mahsulotining bozordagi hajmini kamaytirishni afzal ko'radi. Agar bir korxona narxlarni oshirish, iste'molchilar uchun mahsulot yoki xizmat sifatini pasaytirish yoki tadbirkorlarning kirishiga to'sqinlik qilish uchun o'zining Bozorda o'z kuchini ko'rsatishdan foydalansa, erkin raqobatning susayishi yoki yo'qolishi yuz berishi, iste'molchilarning ahvoli yomonlashishi bu orqali insofsiz savdo amaliyotiga xos bo'lgan amaliyotlar yuzaga kelishi mumkin.

Insofsiz raqobat va Insofsiz savdo amaliyoti tushunchalarining va ularning belgilarini xalqaro huquqiy normalar, rivojlangan mamlakatlar qonunchiligi hamda nazariy huquqiy manbalaridagi ifodasini ko'rib chiqdik. O'zbekiston Respublikasi "Raqobat to'g'risida"gi Qonunni xalqaro huquqiy normalar va rivojlangan mamlakatlar qonunchiligi bilan solishtirganda "insofsiz raqobat" tushunchasining ta'rifi tor doirada ekanligini bilish mumkin.

Insofsiz raqobatning milliy qonunchilikdagi huquqiy ta'rifiga murojaat qiladigan bo'lsak,

O'zbekiston Respublikasi "Raqobat to'g'risida"gi Qonunining 4-moddasida insofsiz raqobatga quyidagicha ta'rif berilganining guvohi bo'lamiz. *Insofsiz raqobat* – xo'jalik yurituvchi subyektning yoki shaxslar guruhining iqtisodiy faoliyatni amalga oshirishda afzalliklarga ega bo'lishga qaratilgan, qonunchilikka, ish muomalasi odatlariga zid bo'lgan hamda boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarga (raqobatchilarga) zarar yetkazadigan yoki zarar yetkazishi mumkin bo'lgan yoxud ularning ishchanlik obro'siga putur yetkazadigan yoki putur yetkazishi mumkin bo'lgan harakatlaridir.

Qonun insofsiz raqobatning birinchi belgisi sifatida afzallik belgisini ko'rsatadi. Tadbirkorlik o'z iqtisodiy faoliyatini amalga oshirishda afzalliklarga ega bo'lish xususiyati amalga oshirilgan harakatning maqsadini tavsiflaydi. Bundan tashqari, shuni ta'kidlash kerakki, afzallikka erishish faqat ushbu afzalliklar asossiz bo'lsa, insofsiz raqobat deb hisoblanishi mumkin, chunki oddiy tadbirkorlik faoliyatidan va insofsiz raqobat bilan bog'liq bo'lmagan harakatlardan olingan foyda insofli raqobat natijasidir. Asossiz afzalliklarga raqobatchining taniqli nomidan foydalanish, raqobatchini asossiz ravishda obro'sizlantirish, raqobatchining yutuqlarni o'zlashtirish va boshqalar kiradi [20].

Qonun insofsiz raqobatning yana bir belgisi sifatida qonunga zid xatti-harakatni ham nazarda tutadi. Lekin insofsiz raqobat har doim ham qonunga zid bo'lavermaydi. Ba'zan insofsiz raqobat subyekti qonun hujjatlariga muvofiq harakat qilishi ham mumkin [27].

Insofsiz raqobat ish muomalasi odatlariga ham zid bo'lishi qonunda keltirilgan. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksining 6-moddasida Tadbirkorlik faoliyatining biron-bir sohasida vujudga kelgan va keng qo'llaniladigan, qonunchilikda nazarda tutilmagan xulq-atvor qoidasi, biron-bir hujjatda yozilganligi yoki yozilmaganligidan qat'i nazar ish muomalasi odati deb hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi sharxida ushbu modda quyidagicha sharxlanadi: "o'zining vazifasi va xususiyati bo'yicha ular fuqarolik-tadbirkorlik muomalasi sohasida qo'llanadigan O'zbekiston Fuqarolik huquqi manbalari guruhiga mansubdir. Odat ashyoviy huquq emas, majburiyat huquqining manbasidir. Shu sababdan Fuqarolik kodeksida ular ish muomalasi

odatlari deb atalmoqda. Tadbirkorlik munosabatlari doirasidan tashqarida ish muomalasi odatlari (savdo odatlari) fuqarolik huquqi manbalari deb hisoblanmaydi” [24]. Amaldagi qonunchilik va huquq nazariyasi ish muomalasi odatlarini fuqarolik huquqining manbayi sifatida tasniflaydi. Ish muomalasi odatlari asosan majburiyatlar huquqi sohasida, shartnoma munosabatlari sohasida qo'llaniladi. Insofsiz raqobat, qoida tariqasida, shartnomadan tashqari xususiyatga ega. Shunday qilib, xo'jalik yurituvchi subyektning xatti-harakatlarini ish muomalasi odatlariga zidligi asosida insofsiz raqobat harakati deb kvalifikatsiya qilish amalda imkonsizdir. Ana shu xususiyatlardan kelib chiqib, xo'jalik yurituvchi subyektning xatti-harakatlarini insofsiz raqobat harakati sifatida tavsiflash mumkinligi esa savol ostida qoladi.

Shuningdek, insofsiz raqobat muammolari bo'yicha yirik tadqiqotlar olib brogan V.I. Yermenkonning fikricha, ish muomalasi odatlari axloqiy me'yorlarning yuqori talablariga zid keladigan tarzda rivojlanishi mumkin va kelajakda bu insofsiz raqobatning kvalifikatsiyasi bilan qarama-qarshilikni keltirib chiqarishi mumkin [33].

Insofsiz raqobatning boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlarga (raqobatchilarga) zarar yetkazadigan yoki zarar yetkazishi mumkin bo'lgan belgisi insofsiz xatti-harakatlarning yuridik ahamiyatga molik mulkiy va nomulkiy oqibatlarini tavsiflaydi. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksining 14-moddasida haqiqiy zarar va boy berilgan foyda quyidagicha bayon etiladi: “Zarar deganda, huquqi buzilgan shaxsning buzilgan huquqini tiklash uchun qilgan yoki qilishi lozim bo'lgan xarajatlari, uning mol-mulki yo'qolishi yoki shikastlanishi (haqiqiy zarar), shuningdek bu shaxs o'z huquqlari buzilmaganida odatdagi fuqarolik muomalasi sharoitida olishi mumkin bo'lgan, lekin ololmay qolgan daromadlari (boy berilgan foyda) tushuniladi. Shu jihatdan ham Insofsiz raqobat doirasida zararni hisobga olishda sodir bo'lgan oqibatlar, yuzaga kelishi mumkin bo'lgan oqibatlar va boy berilgan foydani inobatga olish muhim.

Insofsiz raqobatning nafaqat raqobatchilarga, balki iste'molchilarga yetkazadigan zararlari ushbu amaliy misol orqali ko'rsatib berishga harakat qilamiz.

“Orasta” MCHJ tomonidan ishlab chiqarilgan bosh kiyim mahsulotlari “100 % junli mato” deb

reklama qilinadi. Iste'molchilarning murojaatlari natijasidagi tekshiruvlardan mahsulot 100 foiz junli mato emasligi, aksincha, *jun va sintetik matolar aralashmasi* ekanligi aniqlanadi. Bu holatda tovarning xususiyati haqida noto'g'ri ma'lumot berilib iste'molchilar *chalgi'gan* va natijada ular *zarar ko'rgan*. O'zbekiston Respublikasi “Raqobat to'g'risida”gi Qonunida tovarning xususiyati, ishlab chiqarilish usuli va joyi, iste'mol xossalari, narxi, sifati, ishlab chiqaruvchining (bajaruvchining) kafolat majburiyatlari xususida iste'molchilarni chalg'itish orqali ularga zarar yetkazish insofsiz raqobat sifatida taqiqlanishi keltirilgan.

Insofsiz raqobat doirasida ishchanlik obro'siga putur yetkazish uning muhim natijasidir. Adabiyotlarda ishchanlik obro'si odatda kasbiy yoki tadbirkorlik faoliyati davomida olingan jamoatchilik bahosi, shaxs yoki yuridik shaxsning ishbilarmonlik fazilatlarini, xizmatlari to'g'risida umumiy yoki keng tarqalgan fikr sifatida ta'riflanadi.

Shu o'rinda ushbu fikrni ushbu amaliy misol bilan tushuntirish maqsadga muvofiqdir. Ish faoliyatini yaqindagina ish faoliyatini boshlagan “*Drink King*” alkogol mahsulotlari savdosi bilan shug'ullanuvchi do'kon, binoning tashqarisidagi fasadiga “Qarshimizdagidan ko'ra arzonroq” (“*Alcohol дешевле, чем напрому*”) yozuvi tushirilgan banner o'rnatgan. Bu esa haqiqatdan ushbu do'konning ro'parasida joylashgan yana bir alkogol mahsulotlar savdosi bilan shug'ullanuvchi do'konning obro'sini tushishiga sabab bo'lgan.

O'zbekiston Respublikasi “Raqobat to'g'risida”gi Qonunida bu kabi noto'g'ri solishtiruvlar yoki ifodalashlar orqali boshqa bir xo'jalik yurituvchi subyektning obro'si, savdosiga zarar yetkazishiga yo'l qo'ymaydi. Ushbu holatni o'rganish jarayonida yuqorida keltirilgan vaziyatlar aniqlanganligi sababli, O'zbekiston Respublikasi Monopoliyaga qarshi kurash qo'mitasi tomonidan “*AVANGARD TRADE GROUP*” MCHJga o'rnatilgan tartibda “*ALCOSTORE*” MCHJning foydasiga mazkur bannerlarni olib tashlash ko'rsatmasi berilgan.

Xo'jalik yurituvchi subyektning ishchanlik obro'siga bunday usulda putur yetkazilsa, zarar yetkazilgan hisoblanadi. Xo'jalik yurituvchi subyektning ishchanlik obro'siga yetkazilgan zararining mulkiy xususiyati, jumladan, nomoddiy aktiv sifatida ishbilarmonlik obro'sining pasayishiga olib keladigan raqobat harakatlari natijasida yo'qotishlar mavjudligida namoyon bo'ladi. Ish-

chanlik obro'siga yetkazilgan zararining nomulkiy xususiyati xo'jalik yurituvchi subyekt tomonidan o'zining ishbilarmonlik fazilatlarini to'g'risida jamoatchilik, xususan, tadbirkorlik jamiyati oldida ijobiy fikrni yo'qotishida namoyon bo'ladi. Bunday yo'qotish mijozlarning yo'qolishiga, buyurtmalar sonining kamayishiga, shartnoma munosabatlarning buzilishiga olib kelishi mumkin, ya'ni oxir-oqibat mulkiy yo'qotishlarga olib kelishi mumkin, bu esa ushbu yo'qotishning umumiy xususiyatini ko'rsatadi [20].

O'zbekiston Respublikasi "Raqobat to'g'risida"gi Qonunida insofsiz raqobatning yuqorida sanalgan umumiy belgilaridan market power – Bozorda o'z kuchini ko'rsatish va bozorni manipulyatsiya qilish belgilari uchramaydi yoki tor doirada uchraydi. Aslida insofsiz raqobat bozorda afzallikka erishish, uchinchi shaxslarga zarar yetkazish, bozorda o'z kuchini ko'rsatish, bozorni manipulyatsiya qilish kabi belgilari bilan cheklangan raqobat (erkin bo'lmagan raqobat)dan ajralib turadi.

Shuningdek, qonunida insofsiz raqobatga oid qoidalarining aksariyat qismi intellektual mulk bilan bog'liq munosabatlarni tartibga soladi. Insofsiz savdo qoidalari esa qonunda o'z aksini topmagan. Shu tufayli ham amaliyotda yuzaga keladigan muammolar yechimsiz qolmoqda.

Yuqoridagilardan kelib chiqib shunday xulosa qilish mumkinki, bozor iqtisodiyoti ravnaqini ta'minlashning asosi bu tadbirkorlikni va raqobat muhitini yaratishdan iborat [28]. Raqobat esa erkin va insofli bo'lishi lozim. Insofsiz raqobat esa bozorda erkin raqobatni cheklaydi. Insofilik prin-

sipi buzilsa, erkin raqobat cheklangan jarayon vujudga keladi va insofsiz raqobatga qarshi qoidalar ishlashiga zarurat tug'iladi. Keltirilgan fikrlardan kelib chiqib insofsiz raqobatga quyidagicha ta'rif berish mumkin. Insofsiz raqobat bozor ishtirokchisining savdo yoki tijoratda chalg'ituvchi, yolg'on, insofsiz, firibgarona, majburlash yoki vijdonsiz xatti-harakatlari orqali qonun hujjatlariga, ish muomalasi odatlariga, shuningdek, axloq normalariga zid bo'lgan, raqobatchilar va iste'molchilarga zarar yetkazadigan insofli raqobatni chetlab o'tishni nazarda tutadigan harakat yoki harakatsizligidir. Insofsiz raqobat jamoat manfaatlariga zid deb topilgan amaliyotlarni o'z ichiga olishi, raqobat qilish qobiliyatiga bozorda iqtisodiy ustunlikka ega bo'lishni yoki daromad olishni nazarda tutadigan zarar yetkazishi mumkin bo'lgan harakat yoki harakatsizlikdir.

Raqobat huquqining maqsadi erkin bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat jarayonini himoya qilishdir [30].

Raqobat huquqining obyekti sifatida savdo munosabatlaridagi insofsiz savdo amaliyoti esa bozorda ustunlikka erishish yoki foyda olish uchun o'zida raqobatchi va iste'molchilarni aldash, firibgalik orqali iste'molchilar ishonchini suiiste'mol qilish yoki axloqiy bo'lmagan usullar orqali iste'molchiga zarar yetkazish xususiyatiga ega bo'lgan amaliyotdir. Insofsiz raqobatning insofsiz savdo amaliyoti hisoblangan jihatlarini milliy qonunchilikda aks ettirish esa tobora rivojlanib borayotgan raqobat munosabatlaridagi muammolarni hal etishda muhim rol o'ynaydi.

REFERENCES

1. An official website of the European Union. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/summary/glossary/competition.html/>.
2. Hudajbergenov B.B. Pravovye aspekty vyyavleniya priznakov neplatezhesposobnosti [Legal aspects of identifying signs of insolvency: cash flows and balance sheets]. Review of law sciences, 2020, no. 4.
3. Roles of unfair competition and protection of competition rules in the attainment of social market economy in Turkey. Yrd. Doç. Dr. Hamdi PINAR & Dr. Elif Cemre Hazirolu, TFM, 2017, no. 3 (2), pp. 97-104. Available at: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/394225/>.
4. Hodzhaev B.K. Perehodnaya model' konkurencii dlja regulirovaniya vvodjashhey v zabluzhdenie reklamy v Uzbekistane: al'ternativnyj podhod [A Transitional Competition Model for Regulating Misleading Advertising in Uzbekistan: An Alternative Approach]. Review of law sciences, 2020, no. 4.
5. Radzhapov H. The Identification of Tacit Collusion in Oligopolistic Markets. Diss., 2019.
6. Dozorcev V.A. Nedobrosovestnaya konkurenciya ili nespravedlivaya? [Unfair or unfair competition?]. Yuridicheskiy mir – Legal world, 1997, no. 4, p. 33.
7. Svjadoc Y.I. Pravovaya ohrana tovarnix znakov v kapitalisticheskix stranah [Legal protection of trademarks in capitalist countries]. Moscow, 1969, p. 170.

8. Eremenko V.I. O presechenii nedobrosovestnoy konkurensii [On suppression of unfair competition]. Voprosi izobretatelstva – Invention issues, 1992, no. 1-2.
9. Kasyanov Y. Problemi rossiyskogo antimonopolnogo zakonodatelstva [Problems of Russian Antimonopoly Legislation]. Zakonodatelstvo i ekonomika – Legislation and economics, 2000, no. 6, p. 37.
10. Tadjibayeva M. Discrediting as one of the signs of unfair competition. Review of law sciences, 2020, Special issue 3.
11. Unfair Competition: Everything You Need to Know. Available at: <https://www.upcounsel.com/unfair-competition#reasons-to-consider-not-using-unfair-competition/>.
12. Tadjibayeva M.R. The Principle Of Good Faith In Civil Law. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT), 2021, no. 12.4, pp. 1062-1067.
13. Protection against unfair competition. Available at: https://www.esa.int/About_Us/Law_at_ESA/Intellectual_Property_Rights/Protection_against_unfair_competition/.
14. Shuya H., Khodjaev B. Regulatory Approach and Specification of Unfair Trade Practices in Uzbekistan: Comparison with Japanese Law. 同志社法學= The Doshisha Hogaku (The Doshisha law review), 2017, no. 68.7, pp. 3262-3225.
15. Abad A.R., Gonzales K., Rosellon M., Yap T. Unfair trade practices in the Philippines. Philippine Institute for Development Studies, 2012.
16. Hilty R., Henning-Bodewig F. (ed.). Law against unfair competition: towards a new paradigm in Europe?m Springer Science & Business Media, 2007, vol. 1.
17. Popović V., Mihailović B., Simonović Z. Modern food retail and unfair trading practices. 2018, no. 4. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/modern-food-retail-and-unfair-trading-practices> popović, Branko Mihailović, Zoran Simonović Modern food retail and unfair trading practices (accessed 07.11.2021).
18. What are Unfair Trade Practices? Available at: <https://accountlearning.com/what-are-unfair-trade-practices/>.
19. Business Law I Essentials Mirande Valbrune, Renee De Assis, Suzanne Cardell. University of Massachusetts Dartmouth
20. Sklyar R.V. Nedobrosovestnaya konkurenciya: ponyatie i obshhaya harakteristika [Unfair competition: concept and general characteristics]. Imushhestvennye otnosheniya v RF – Property relations in the Russian Federation, 2014, no. 2 (149). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/nedobrosovestnaya-konkurenciya-ponyatie-i-obshchaya-harakteristika> (accessed 12.11.2021).
21. Japan Exchange Group, Inc. (JPX). Available at: <https://www.jpx.co.jp/regulation/preventing/manipulation/index.html/>.
22. Klepitskij I. Market Manipulation in Russia and in Europe: The Criminal Law Dimension. Russian Law Journal, 2016, no. 4 (3), pp. 120-135. Available at: <https://doi.org/10.17589/2309-8678-2016-4-3-120-135/>.
23. Monopoly Power and Market Power in Antitrust Law. Available at: https://www.researchgate.net/publication/228211409_Monopoly_Power_and_Market_Power_in_Antitrust_Law/.
24. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksiga sharh. 1-jild (birinchi qism). Adliya vazirligi [Commentary to the Civil Code of the Republic of Uzbekistan. Vol. 1 (first part). Ministry of justice]. Tashkent, Vektor-Press, 2010, p. 816.
25. Raqobat huquqi. Darslik. Mualliflar jamoasi [Right to compete. Textbook. Team of authors]. Tashkent, TSUL Publ., 2017, p. 110.
26. Nedobrosovestnaya konkurenciya: uchebno-prakticheskoye posobiye. Pod red. O.A. Gorodova [Unfair competition: a training manual. Ed. o.A. Gorodova]. Moscow, Yustitsinform, 2020, 324 p.
27. Razhabov A. Primeneniye nalogovih l'got v malom biznese: zarubejnaya praktika [The use of tax liens in small business: foreign practice]. Review of law sciences, 2020, Special issue 4.
29. Tadjibayeva M.R. Unfair Trade Practices In E-Commerce. Herald pedagogiki. Nauka i Praktika – Herald of pedagogy. Science and Practice, 2021, no. 1.5.
30. Akhrorova S. The influence of digital marketing in competition law: overview. Herald pedagogiki. Nauka i Praktika – Herald of pedagogy. Science and Practice, 2021, no. 1.5.
31. Sr 241 Federal Law Of December 19, 1986 Against Unfair Competition (Lcd). Available at: <https://www.global-regulation.com/translation/switzerland/2974976/sr-241-federal-law-of-december-19%252c-1986-against-unfair-competition-%2528lcd%2529.html/>.
32. The Polish Investment and Trade Agency. Unfair competition. Available at: https://www.paih.gov.pl/polish_law/unfair_competition/.
33. Eremenko V.I. Osobennosti presecheniya nedobrosovestnoy konkurensii v Rossiyskoy Federatsii [Features of suppression of unfair competition in the Russian Federation]. Advokat, 2000, no. 7, p. 10.

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.