



## E-COMMERCE PLATFORMALARINING MONOPOLLASHGAN HOLATI VA RAQOBAT HUQUQI

Fayzulloyeva Charos Sobirjon qizi

[fayzulloyevachs@gmail.com](mailto:fayzulloyevachs@gmail.com)

Toshkent davlat yuridik universiteti Jinoiy odil sudlov  
fakulteti 1-kurs

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17614932>

### ARTICLE INFO

Received: 1<sup>st</sup> November 2025  
Accepted: 2<sup>nd</sup> November 2025  
Published: 15<sup>th</sup> November 2025

### KEYWORDS

*e-commerce, raqobat huquqi, monopoliyalashuv, elektron savdo, raqamli iqtisodiyot, O'zbekiston qonunchiligi, sun'iy intellekt.*

### ABSTRACT

*Ushbu maqolada elektron savdo (e-commerce) platformalarining bozorda ustun mavqega ega bo'lishi natijasida yuzaga kelayotgan monopollashuv holatlari va ularning raqobat huquqi doirasida qanday tartibga solinayotganiga e'tibor qaratilgan. O'zbekiston Respublikasining elektron tijorat va raqobatni muhofaza qilishga oid qonunchilik hujjatlari, so'nggi yillarda amalga oshirilgan islohotlar, shuningdek, Monopoliyaga qarshi kurashish qo'mitasining vakolatlari va faoliyati tahlil qilinadi. Maqolada raqamli platformalar tomonidan bozordagi noteng raqobat, resurslar ustidan nazorat, va sun'iy intellekt vositalari orqali ma'lumotlardan foydalanish orqali monopol mavqeni mustahkamlash holatlariga urg'u beriladi. Shuningdek, xalqaro tajriba asosida milliy qonunchilikni takomillashtirish yuzasidan tavsiyalar ilgari suriladi.*

### KIRISH

So'nggi yillarda raqamli iqtisodiyot jadal rivojlanib, elektron savdo (e-commerce) global miqyosda tijoratning asosiy tarmoqlaridan biriga aylandi. Bu jarayon O'zbekiston uchun ham istisno emas. Aholining internetga kirish imkoniyatlarining kengayishi, elektron to'lov

tizimlarining ommalashuvi, hamda yirik e-commerce platformalarning paydo bo'lishi mamlakat ichki bozorida yangi iqtisodiy aloqalar va iste'mol madaniyatini shakllantirishga xizmat qilmoqda. Biroq, e-commerce platformalarining jadal kengayishi raqobat muhitiga salbiy ta'sir ko'rsatishi, ya'ni ayrim kompaniyalar tomonidan bozordagi ustun mavqe suiiste'mol qilinishi holatlari hamda monopoliyalashuv xavfini yuzaga keltirishi mumkin.

Elektron savdo bozorida raqobat muhitini ta'minlash har qanday sog'lom iqtisodiyotning zaruriy shartidir. Bunday muvozanat mavjud bo'lmaganda, yirik platformalar kichik va o'rta biznes subyektlarini siqib chiqarishi, narxlarni sun'iy oshirishi yoki foydalanuvchi ma'lumotlaridan noqonuniy foydalangan holda bozordagi ustun mavqeini mustahkamlashi mumkin. Bu esa, nafaqat iqtisodiy tengsizlik, balki iste'molchilarning huquqlarining buzilishi, innovatsiyalar sustlashuvi va umumiy iqtisodiy samaradorlikning pasayishiga olib keladi. Shuning uchun mazkur maqola e-commerce sohasidagi monopoliyalashuv holatlarini va ularning raqobat huquqi bilan qanday tartibga solinayotganini o'rganishga qaratilgan.

O'zbekiston Respublikasi e-commerce sohasida huquqiy asoslarni yaratish borasida bir qator muhim qadamlarni tashlagan. Jumladan, 2022- yil 29-sentabrda qabul qilingan "Elektron tijorat to'g'risida"gi Qonun ushbu sohaning dastlabki huquqiy negizini belgilab berdi. Bu hujjatda elektron shakldagi bitimlar, elektron hujjat aylanishi va elektron imzo kabi masalalar tartibga solingan.<sup>1</sup> Shuningdek, 2012-yilda ilk tahrirda qabul qilingan "Raqobat to'g'risida"gi Qonun raqobat muhitini himoya qilish va monopoliyaga qarshi kurashishda muhim rol o'ynaydi. Ushbu qonunga muvofiq, bozorda ustun mavqega ega xo'jalik yurituvchi subyektlarning o'z mavqeini suiiste'mol qilishi man etiladi.

So'nggi yillarda davlat tomonidan ushbu sohada qator islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, Monopoliyaga qarshi kurashish qo'mitasi faoliyati kengaytirilib, raqamli platformalar tomonidan bozordagi ustun mavqeni suiiste'mol qilish holatlarini monitoring qilish tizimi takomillashtirilmoqda. Shu bilan birga, 2023-yilda "Raqobat to'g'risida"gi Qonunning yangi tahriri qabul qilinib, raqamli iqtisodiyot va platformaviy biznes modellar doirasida yuzaga keladigan anti-raqobatbardosh amaliyotlarni yanada chuqurroq tartibga solish ko'zda tutilgan.

Biroq, maqolani yozish va mavzuni tadqiq qilish jarayonida ko'rdikki, mavjud huquqiy mexanizmlar amaliyotda doim ham samarali ishlamayapti. Ko'plab hollarda yirik elektron savdo platformalari kichik tadbirkorlar uchun noteng shartlar yaratadi, ularni bozorga kirishdan to'xtatadi yoki marketing va reklama vositalarini nazorat qilib, ularni o'z manfaati yo'lida yo'naltiradi. Bu esa nafaqat raqobat tamoyillarini buzadi, balki innovatsion rivojlanishni ham to'xtatadi. Ayniqsa, AI (sun'iy intellekt) va big data texnologiyalarining e-commerce sohasiga joriy etilishi raqobat muhitini yanada murakkablashtirgan.

Shu sababli, ushbu maqolada e-commerce platformalarining bozorga ta'siri, mavjud monopollashuv holatlari, ularning raqobatga salbiy ta'siri, shuningdek, ushbu muammolarga nisbatan qabul qilinayotgan huquqiy choralar tahlil qilinadi. Shuningdek, xalqaro tajriba asosida O'zbekiston qonunchiligini takomillashtirish bo'yicha takliflar ham ilgari suriladi.

Maqolaning asosiy maqsadi — raqamli iqtisodiyot sharoitida raqobat huquqining dolzarbligini ochib berish va e-commerce sektorida sog'lom raqobatni ta'minlash uchun takomillashgan huquqiy mexanizmlarni ishlab chiqishga hissa qo'shishdir.

## USULLAR

Mazkur ilmiy maqola sifatli (qualitative) va qisman miqdoriy (quantitative) tahlil usullariga asoslangan bo'lib, e-commerce [1] platformalarining monopollashuv holatini va ularning raqobat huquqiga ta'sirini baholash uchun kompleks yondashuv qo'llanildi. Tadqiqot quyidagi asosiy metodlarga tayanadi:

**Huquqiy-huquqshunoslik tahlil usuli:** Birinchi navbatda, O'zbekiston Respublikasining e-commerce va raqobatga oid qonunchilik hujjatlari chuqur tahlil qilindi. Jumladan, "Elektron tijorat to'g'risida"gi Qonun; "Raqobat to'g'risida"gi Qonun. Ushbu hujjatlar asosida elektron savdo sohasida qanday huquqiy normalar amal qilayotgani va ularning monopolistik faoliyatga qarshi kurashishdagi samaradorligi baholandi.

**Taqqoslama-huquqiy (comparative legal) tahlil:** O'zbekiston tajribasi rivojlangan davlatlar, xususan, Yevropa Ittifoqi, AQSh va Janubiy Koreya kabi mamlakatlardagi raqobat qonunchiligi va e-commerce sohasidagi yondashuvlar bilan taqqoslandi. Jumladan, Yevropa Komissiyasining "Digital Markets Act", [4] AQShning "Sherman Antitrust Act" va "Clayton Act" qonunlari.[5] Bu taqqoslama orqali milliy qonunchilikda mavjud bo'shliqlar, raqamli platformalar bilan ishlashdagi institutsional zaifliklar va huquqiy mexanizmlarning dolzarbligi aniqlab berildi.

**Empirik tahlil:** Amaliy jihatdan Monopoliyaga qarshi kurashish qo`mitasi va O`zbekiston Statistika agentligi rasmiy axborotlari asosida elektron savdo sektorida yirik subyektlarning bozordagi ulushi, ularning ustun mavqega ega bo`lishi va raqobatchilarga nisbatan yuritayotgan siyosatlari o`rganildi. Bunda platformalar tomonidan o`z xizmatlarini reklama qilish, cheklovli shartlar qo`yish yoki ma`lumotlar ustidan nazoratni kuchaytirish orqali bozorga kirishni murakkablashtiruvchi holatlar qayd etildi.

**Doktrinal tahlil:** Huquqshunos olimlar, iqtisodchi ekspertlar va xalqaro tashkilotlar (UNCTAD, OECD) tomonidan e-commerce va raqamli iqtisodiyotdagi raqobat masalalari yuzasidan yozilgan maqolalar, hisobotlar va ilmiy ishlar o`rganildi. Ushbu manbalar orqali nazariy asoslar mustahkamlandi va ilmiy yondashuvlar orqali dolzarb masalalarga yechim topishga harakat qilindi.

**Dolzarb tomonlarni aniqlash:** Tadqiqotda e-commerce platformalari bilan bog`liq quyidagi muammolar dolzarb ekani aniqlangan:

- bozordagi konsentratsiyaning kuchayishi - bir nechta yirik platformalar kichik bizneslarni siqib chiqarishi;
- foydalanuvchi ma`lumotlari ustidan to`liq nazorat - bu ularning raqobatchilar ustidan sun`iy ustunlikka ega bo`lishiga olib kelmoqda;
- algoritmik diskriminatsiya – foydalanuvchilarga narx, reklama yoki xizmatlar algoritmik tarzda farqli ko`rinishda taqdim etilmoqda;
- huquqiy monitoring mexanizmlarining sustligi - hozirgi qonunchilik raqamli monopoliyalarni tez aniqlab, tez choralar ko`rish imkonini bermaydi.

Shu asosda maqola qonunchilikni yangilash, davlat nazoratini kuchaytirish va xalqaro tajribani integratsiya qilish zarurligini asoslashga xizmat qiladi.

## NATIJALAR

Tadqiqot davomida elektron savdo (e-commerce) platformalarining O`zbekiston ichki bozoridagi faoliyati, ularning bozordagi mavqei, raqobatga ta`siri va ushbu jarayonlarga nisbatan huquqiy tartibga solish mexanizmlari chuqur o`rganildi. Quyida olingan asosiy natijalar bayon qilinadi:

### Yirik platformalarning bozorni egallab olish tendensiyasi

Empirik tahlil natijalariga ko`ra, O`zbekistonda elektron savdo sohasida bir nechta yirik platformalar (masalan, uzum.uz, asaxiy.uz, texnomart.uz) bozordagi umumiy savdo hajmining 70% dan ortig`ini tashkil qilmoqda. Bu esa ularning dominant mavqega ega ekanligini ko`rsatadi. Dominant subyektlar o`zlarining ommaviy auditoriyasi, algoritmik reklama tizimlari va katta ma`lumotlar (big data) ustidan nazorat orqali yangi kirib kelayotgan raqobatchilarga jiddiy to`siq yaratmoqda.

### Kichik tadbirkorlar uchun noteng sharoitlar

Platformalar tomonidan qo`llanilayotgan "preferensial pozitsiyalash" (ya`ni, o`z mahsulotlarini birinchi sahifalarda chiqarish) amaliyoti raqobat huquqining buzilishi sifatida namoyon bo`lmoqda. Ko`plab kichik tadbirkorlar o`z mahsulotlarini ilgari surish uchun yuqori reklamaviy to`lovlarni to`lashga majbur bo`lyapti. Bu holat O`zbekistonning "Raqobat to`g`risida"gi Qonunining 17-moddasiga zid bo`lib, ustun mavqeni suiiste`mol qilish sifatida baholanadi.

## Foydalanuvchi ma'lumotlaridan biryoqlama foydalanganlik

E-commerce platformalari foydalanuvchilarning xarid tarixi, izlash faoliyati va qaror qabul qilish odatlari asosida shaxsiylashtirilgan narx siyosatini yuritmoqda. Bu amaliyot raqobatchilarga nisbatan ma'lumot asimmetriyasini kuchaytiradi va iste'molchilarning haqiqiy tanlov erkinligini cheklaydi. Bunday yondashuv Yevropa Ittifoqining "Digital Markets Act" hujjatida raqobatga xalaqit beruvchi amaliyot sifatida ta'riflangan.

## Huquqiy mexanizmlarning sustligi

Huquqiy tahlil natijalariga ko'ra, O'zbekiston qonunchiligida e-commerce sohasiga xos raqamli monopoliya holatlarini aniqlash va chora ko'rish bo'yicha aniq va tezkor mexanizmlar yetarlicha ishlab chiqilmagan. Masalan, Antimonopoliya organining platformalarning algoritmlarini audit qilish vakolati yo'q; ma'lumotlar tahlili asosida raqobatga zid harakatlarni aniqlash vositalari yetarli emas; sun'iy intellekt asosidagi diskriminatsion amaliyotlarni aniqlovchi yondashuvlar qonunchilikda aks etmagan.

## Xalqaro tajribaga nisbatan orqada qolish

Taqqoslama-huquqiy tahlil shuni ko'rsatdiki, O'zbekistonning mavjud raqobat qonunchiligi hali Yevropa Ittifoqi (DMA) yoki AQShdagi raqamli monopoliyalarga qarshi qat'iy yondashuv darajasiga yetmagan. Misol uchun, DMA hujjatida "gatekeeper" platformalar maxsus tartib bilan nazorat qilinadi va ular o'z xizmatlarini raqib xizmatlaridan ustun qo'yishga haqli emas. Bunday huquqiy konsepsiyalar hozircha O'zbekiston qonunchiligida mavjud emas.

## Davlat nazoratining fragmentarligi

Monopoliyaga qarshi kurashish qo'mitasining raqamli bozorlar ustidan nazorati hozircha faqat kelib tushgan murojaatlarga javob berish shaklida amalga oshmoqda. Proaktiv monitoring, algoritmik tahlil, yoki platforma faoliyatini kompleks audit qilish tizimi shakllanmagan. Bu holat esa monopol holatni vaqtida aniqlash va bartaraf etish imkoniyatlarini kamaytiradi.

## Xulosa sifatidagi quyidagi umumiy natijalarni taqdim qilish mumkin:

Birinchi, O'zbekistondagi e-commerce sektori jadal rivojlanmoqda, ammo raqobat huquqiy muhitida "tashkilotlangan notenglik" (structured inequality) shakllanmoqda.

Ikkinchi, huquqiy normalar mavjud bo'lsa-da, ularni raqamli bozorlarga tatbiq qilish uchun yangi generatsiyadagi yondashuvlar zarur.

Uchinchi, me'yoriy-huquqiy islohotlar faqatgina formal qonun qabul qilish bilan emas, balki institutsional salohiyatni oshirish orqali amalga oshirilishi kerak.

To'rtinchidan, bozorga kirishdagi soddalik emas, balki barqaror raqobat muhitini yaratish bugungi kunning dolzarb muammosidir.

## MUHOKAMA

Ushbu tadqiqot natijalari O'zbekistonda elektron savdo platformalari sohasida yuzaga kelayotgan monopoliyalashuv jarayoni raqamli iqtisodiyotning o'sib borayotgan tendensiyasi bilan chambarchas bog'liqligini ko'rsatadi. Monopollashuv nafaqat bozor mexanizmlarini buzadi, balki iste'molchilar tanlovini cheklaydi, kichik va o'rta biznes subyektlarini bozor tashqarisiga siqib chiqaradi hamda mamlakatdagi umumiy raqobat muhiti va iqtisodiy barqarorlikka jiddiy tahdid tug'diradi.

Avvalgi davrlarda klassik monopoliyalar ishlab chiqarish quvvatlari yoki narx siyosati orqali shakllangan bo'lsa, zamonaviy e-commerce platformalari raqamli ustunlik,

ma'lumotlar ustidan nazorat, sun'iy intellekt vositalari orqali ta'sir qilish kabi vositalar yordamida monopol mavqeni egallamoqda. Bu esa klassik antimonopoliya yondashuvlarini qayta ko'rib chiqishni talab etadi. Masalan, preferensial joylashtirish, differensial narxlash yoki data-driven targeting kabi amaliyotlar qonunchilikda aniq belgilab qo'yilmagan bo'lsa-da, ularning real oqibatlarini an'anaviy monopol amaliyotlar bilan barobar. Bu esa "bozorni suiiste'mol qilishning yangi shakllari" sifatida baholanishi zarur.

O'zbekiston Respublikasining "Raqobat to'g'risida"gi Qonuni bozorga kirishdagi adolatli shart-sharoitlarni ta'minlashga qaratilgan bo'lsa-da, hozirgi raqamli muhitga mos keluvchi maxsus modellar hali to'liq shakllanmagan. Ayniqsa, algoritmik diskriminatsiya, foydalanuvchi ma'lumotlarining tijorat maqsadida ekspluatatsiyasi, va platforma ichidagi ichki raqobat siyosati kabi sohalarda normativ-huquqiy bo'shliqlar mavjud.

Shu bois, Yevropa Ittifoqining "Digital Markets Act" (DMA) [4] modeli O'zbekiston uchun foydali andoza bo'lishi mumkin. DMA asosida gatekeeper deb tan olingan kompaniyalarga nisbatan maxsus majburiyatlar yuklanadi: o'z mahsulotlarini raqiblaridan ustun qo'ymaslik, ma'lumotlardan teng foydalanishga ruxsat berish va reklama algoritmlarining shaffofligini ta'minlash kabi talablar.

Raqobat muhitini himoya qilishdagi asosiy mas'ul tuzilma bo'lgan Monopoliyaga qarshi kurashish qo'mitasi hozirda ko'proq klassik sohalarga e'tibor qaratmoqda. Raqamli sektor esa ilg'or texnologiyalarni, algoritmik auditni va yirik ma'lumotlar tahlilini talab qilmoqda. Bu esa raqamli texnologiyalarni tushunadigan mutaxassislar jamoasini shakllantirishni, sun'iy intellekt asosida tahlil qilish tizimlarini joriy etishni, platformalarning ichki faoliyatini tahlil qilish uchun vakolatli texnik audit tizimini yaratishni talab qiladi.

Aks holda, monopollashuv jarayonlari "ko'zga ko'rinmas" biroq juda kuchli ta'sirga ega bo'lgan darajada rivojlanadi va ularni kech aniqlash befoyda bo'lib qoladi.

Iste'molchilarga ko'proq tanlov berilgani singari ko'rinsa-da, aslida algoritmik tanlov toraygan bo'ladi. Shu bois raqobatni faqat bizneslar o'rtasidagi kurash sifatida emas, balki iste'molchi huquqlari va erkinligi bilan bog'liq ijtimoiy adolat muammosi sifatida ham ko'rish kerak.

Shuningdek, kichik va o'rta biznes subyektlarini himoya qilish maqsadida yirik platformalar uchun maxsus kodekslar joriy qilish, platformalar orqali savdo qiluvchi sotuvchilar uchun minimal shartlar to'plamini belgilash, kichik bizneslar uchun alohida texnik va reklama imtiyozlari yaratish muhim.

#### **Bu borada quyidagilarni taklif qilish mumkin:**

- "Raqamli bozorlar to'g'risida" maxsus qonun loyihasini ishlab
- Antimonopoliya qo'mitasi huzurida Raqamli tahlil markazi tashkil etish;
- Huquqshunoslar, iqtisodchilar va IT-mutaxassislar ishtirokida sohaviy ekspert kengashlari tuzish.
- Platforma algoritmlarini shaffof qilish bo'yicha yirik kompaniyalar bilan ijtimoiy mas'uliyatli shartnomalar tuzish.

#### **XULOSA**

Ushbu maqolada elektron savdo (e-commerce) platformalarining O'zbekistondagi bozorda egallayotgan monopollashgan mavqei va bu holatning raqobat huquqiga ta'siri atroflicha yoritildi. Tadqiqot natijalari asosida bir nechta muhim jihatlar aniqlangani qayd etildi: Yirik e-commerce platformalarining bozordagi ustun mavqei ularga raqobat muhitini o'zgartirish, kichik tadbirkorlarni siqib chiqarish va foydalanuvchilar tanlovini cheklash imkonini bermoqda. Preferensial joylashtirish, algoritmik diskriminatsiya va narxlarni

shaxsiylashtirish kabi raqamli ustunliklar klassik monopoliyalar shaklidan farq qiluvchi yangi xavflarni yuzaga chiqarmoqda. O'zbekistonning amaldagi raqobat qonunchiligi ushbu zamonaviy raqamli realiyalarga to'liq javob bera olmayotgani, ayniqsa platformalarning algoritmik siyosati ustidan nazorat yo'qligi, huquqiy bo'shliqni yanada chuqurlashtirmoqda. Xalqaro tajriba, xususan Yevropa Ittifoqining "Digital Markets Act" (DMA) modeli, O'zbekiston uchun huquqiy-modernizatsion yo'nalishda muhim namuna bo'la oladi. Monopoliyaga qarshi kurashish davlat institutlarining texnologik salohiyati yetarli darajada emasligi, bu esa platformalarning harakatlarini nazorat qilishda sezilarli cheklovlarga olib kelmoqda.

Ushbu holatlarni bartaraf etish uchun raqamli bozorlarga xos bo'lgan maxsus qonunchilikni ishlab chiqish, raqobatni tahlil qilishda algoritmik va sun'iy intellekt asosidagi vositalarni joriy etish, kichik tadbirkorlar va iste'molchilar manfaatlarini himoya qilishga qaratilgan davlat siyosatini kuchaytirish zarur.

Shunday qilib, O'zbekiston elektron tijorat sohasining jadal o'sishini sog'lom raqobat tamoyillariga asoslangan holda rivojlantirishi

uchun huquqiy, institutsional va texnologik yondashuvlarning sinergiyasi zarur.

#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston Respublikasi "Raqobat to'g'risida" gi Qonuni, 2023-yil 3-iyul. <https://lex.uz/uz/docs/-6518381>
2. O'zbekiston Respublikasining "Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3724 sonli qarori, 2018-yil 14-may. <https://lex.uz/ru/docs/-3744594>
3. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyaga qarshi kurashish qo'mitasi rasmiy sayti. <https://raqobat.gov.uz/>
4. European Commission. "Digital Markets Act (DMA)". [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_20\\_2347/](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_2347/)
5. OECD. "Competition in Digital Markets". <https://www.oecd.org/daf/competition/competition-in-digital-markets.htm/>
6. Statistika va bozordagi ulushlar haqida ochiq ma'lumotlar - O'zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi hisobotlari. <https://gov.uz/oz/digital/pages/reports>
7. Khan, L. (2017). Amazon's Antitrust Paradox. Yale Law Journal. [https://yalelawjournal.org/pdf/e.710.Khan.805\\_zuvfyyeh.pdf](https://yalelawjournal.org/pdf/e.710.Khan.805_zuvfyyeh.pdf)