

**ПРАВОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ
ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЯ ПРЕВОСХОДНОЙ ПЕРЕГОВОРНОЙ СИЛОЙ
НА ЦИФРОВЫХ РЫНКАХ УЗБЕКИСТАНА**

Бобоёрова Гулчехрахон Ганижон кизи

Главный специалист Комитета по развитию конкуренции и защите прав потребителей Республики Узбекистан

***Аннотация:** в данной статье анализируются правовые аспекты применения института «превосходной переговорной силы» (ППС) в условиях цифровых платформ и маркетплейсов. Автор рассматривает вопросы определения критериев экономической зависимости в цифровой экономике и предотвращения недобросовестных торговых практик, осуществляемых через алгоритмы.*

***Ключевые слова:** цифровая конкуренция, маркетплейс, превосходная переговорная сила, ЗРУ-850, алгоритмы, экономическая зависимость.*

ВВЕДЕНИЕ

Современный этап развития экономики Республики Узбекистан характеризуется глубокой цифровой трансформацией всех торговых процессов. В рамках реализации стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030» наблюдается стремительный рост сегмента электронной коммерции (e-commerce). Однако параллельно с технологическим прогрессом возникают новые формы рыночных диспропорций, связанные с концентрацией рыночной власти в руках владельцев цифровых платформ и маркетплейсов.

Традиционное антимонопольное законодательство, ориентированное на борьбу с классическими монополиями, не всегда эффективно в условиях многосторонних цифровых рынков. В связи с этим, введение в новую редакцию Закона Республики Узбекистан «О конкуренции» (№ ЗРУ-850 от 3

июля 2023 года) понятия «превосходная переговорная сила» (статья 14) стало своевременным и необходимым ответом на вызовы цифровой эпохи. Данный институт позволяет регулировать отношения «платформа — продавец», защищая интересы малого и среднего предпринимательства от недобросовестных практик технологических гигантов.

1. ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВАЯ ПРИРОДА ПРЕВОСХОДНОЙ ПЕРЕГОВОРНОЙ СИЛЫ В «ЦИФРЕ»

В отличие от классического доминирующего положения (статья 13), которое основывается на доле компании на всем товарном рынке, превосходная переговорная сила (ППС) имеет относительный характер. В цифровой среде это проявляется в создании условий «вертикальной зависимости».

1.1. Феномен сетевых эффектов (Network Effects) Цифровые платформы обладают уникальным свойством: их ценность для пользователей растет пропорционально количеству участников. Это создает ситуацию, при которой несколько крупных маркетплейсов становятся «неизбежными партнерами» (unavoidable trading partners) для тысяч мелких предпринимателей. В такой ситуации продавец не может просто закрыть свой магазин на одной платформе и перейти на другую без потери доступа к основной массе потребителей.

1.2. Высокие затраты на переключение (Switching Costs) Для предпринимателя в цифровой среде «капитал» — это его рейтинг, история отзывов и узнаваемость внутри конкретного маркетплейса. Переход на альтернативную площадку означает обнуление этого рейтинга и

необходимость заново инвестировать в продвижение. Это формирует так называемый эффект «запирания» (Lock-in effect), который и является фундаментом для возникновения превосходной переговорной силы у владельца платформы.

2. КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ППС НА ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ СОГЛАСНО ПКМ № 256

Применение статьи 14 Закона «О конкуренции» требует четкой методологии, которая была закреплена в Постановлении Кабинета Министров № 256 от 1 мая 2024 года. Применительно к цифровым гигантам, сотрудники антимонопольного органа должны учитывать следующие факторы:

Информационная асимметрия: Платформа обладает данными о поведении всех покупателей и продавцов, в то время как отдельный предприниматель видит только свои продажи. Это дает платформе преимущество при диктовке условий договора.

Доля в обороте продавца: Если продажи через один маркетплейс составляют более 50–70% от общей выручки предпринимателя, его зависимость признается критической.

Инфраструктурная незаменимость: Если платформа предоставляет не только витрину, но и логистику (fulfillment), платежные системы и маркетинговые инструменты, уйти от такого партнера практически невозможно.

3. ФОРМЫ ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЯ ПРЕВОСХОДНОЙ ПЕРЕГОВОРНОЙ СИЛОЙ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Практика мониторинга цифровых рынков позволяет выделить специфические формы недобросовестных торговых практик (Unfair Trading Practices — UTPs), которые становятся возможными именно благодаря наличию ППС у владельца платформы. Согласно статье 14 ЗРУ-850, к таким злоупотреблениям в цифровой сфере следует относить:

3.1. Алгоритмическое самопредпочтение (Self-preferencing)

Обладатель ППС, выступая одновременно в роли «арбитра» (владельца площадки) и «игрока» (продавца собственных товаров под собственными торговыми марками), может настраивать алгоритмы поиска таким образом, чтобы его товары всегда оказывались выше товаров конкурентов. Это лишает малый бизнес возможности честной конкуренции, основанной на качестве и цене.

3.2. Необоснованные штрафные санкции и блокировки

Используя зависимость продавца, платформы часто вводят односторонние штрафы за незначительные нарушения или блокируют личные кабинеты предпринимателей без предоставления доказательств и возможности оперативного обжалования. Для предпринимателя, чья выручка на 80% зависит от маркетплейса, такая блокировка равносильна банкротству.

3.3. Принудительное участие в маркетинговых акциях

Злоупотребление ППС часто проявляется в требованиях платформы установить скидки на товары за счет самого продавца. В случае отказа алгоритм платформы «пессимизирует» (скрывает из поиска) товары данного предпринимателя, что фактически является формой экономического принуждения.

