

A Registry Instead Of Gatekeepers: How Uzbekistan Can Regulate Digital Platforms By Drawing On The Dma Experience And Existing Legislation

Kholboyev Javokhir Parvizovich

Master's Student, Department of Business Law,

Tashkent State University of Law,

Tashkent, Republic of Uzbekistan

javokhir.kholboyev17@gmail.com

Abstract. It is commonly believed that, in order to control digital platforms, Uzbekistan needs to adopt its own law modeled after the European DMA. This article demonstrates that the actual task is different. Through Cabinet of Ministers Resolution No. 256 dated May 1, 2024, Uzbekistan has already established a fairly sophisticated specialized regulatory regime, comprising criteria for platform dominance, a registry of dominant operators, the concept of "superior bargaining power," and a prohibition on abuses. In essence, this constitutes a domestic analogue to the designation and obligations of "gatekeepers" as defined in the DMA. Therefore, the question is not whether to enact a new law, but rather how to refine the existing regulatory framework. Drawing upon a tripartite classification of platform power and a "DMA norm transfer" test, the author identifies three key weaknesses in the current regime: its status as a purely sub-legislative framework, its reactive (*ex post*) regulatory logic, and a lack of specific regulatory tools. Consequently, the author proposes consolidating this regime within the existing Law "On Competition," while simultaneously incorporating the currently missing elements. A draft of the corresponding statutory provision is provided.

Keywords: Digital platform, platform hegemony, superior bargaining power, dominant position, registry of dominant platforms, *ex ante* regulation, DMA, gatekeeper, self-preferencing, legal transplantation.

Реестр Вместо Гейткипера: Как Узбекистану Отрегулировать Цифровые Платформы, Опираясь На Опыт Dma И На Уже Действующий Закон

Холбойев Жавохир Парвизович

магистрант кафедры бизнес-права,

Ташкентский государственный юридический университет,

г. Ташкент, Республика Узбекистан

javokhir.kholboyev17@gmail.com

Аннотация. Принято считать, что для контроля над цифровыми платформами Узбекистану нужно принять свой закон по образцу европейского DMA. В статье показано, что задача другая. Узбекистан уже построил — постановлением Кабинета Министров № 256 от 1 мая 2024 года — довольно развитый специальный режим: критерии доминирования платформ, реестр доминирующих операторов, понятие превосходной переговорной силы и запрет злоупотреблений. По сути это и есть отечественный аналог отбора и обязанностей гейткиперов из DMA. Поэтому вопрос не в том, принимать ли новый закон, а в том, как усовершенствовать уже действующее. Опираясь на разделение власти платформы на три вида и на тест переноса норм DMA, автор выделяет три слабых места — подзаконный уровень всего режима, его реактивную (ex post) логику и нехватку отдельных инструментов — и предлагает консолидировать режим в Законе «О конкуренции», достроив недостающее. Дан проект соответствующей нормы.

Ключевые слова: цифровая платформа, платформенная гегемония, превосходная переговорная сила, доминирующее положение, реестр доминирующих платформ, ex ante регулирование, DMA, гейткипер, самопреференцирование, правовая трансплантация.

1. Введение



За два года рынок электронной коммерции в Узбекистане вырос так, как в других странах рос десять лет. Маркетплейсы, платёжные сервисы, агрегаторы доставки стали частью обычной жизни. А вместе с ними пришла знакомая проблема — рынок собирается вокруг нескольких крупных игроков. Регулятор отреагировал быстро: в 2023 году в Законе «О конкуренции» закрепили понятие «превосходная переговорная сила», в 2024 году постановлением Кабинета Министров утвердили критерии доминирования для цифровых платформ, а с начала 2025 года антимонопольный орган стал одну за другой признавать крупные платформы доминирующими. Но между тем, что нормы появились, и тем, что они реально сдерживают власть платформ, — большая разница. Её пока никто толком не оценил.

Обычно рассуждают так: раз в Евросоюзе приняли отдельный Закон о цифровых рынках, значит, и нам нужно что-то похожее. Об этом говорят во многих странах региона, обсуждая «свой DMA». Однако к Узбекистану этот вопрос применим плохо. Дело в том, что специальный режим для платформ здесь уже создан — постановлением Кабинета Министров № 256 от 1 мая 2024 года: в нём есть и критерии доминирования платформ, и реестр, и превосходная переговорная сила, и запрет злоупотреблений. То есть главная часть европейского механизма — отбор платформ и обязанности для них — у страны фактически есть. Вопрос в другом: насколько прочна и полна эта конструкция и что в ней нужно доработать.

Поэтому цель статьи — оценить уже действующий режим и понять, чего ему не хватает по сравнению с DMA и, главное, на каком уровне его стоит закрепить. Новизна работы — в трёх вещах. Во-первых, предложен способ различать три вида власти платформы, чтобы видеть, какой из них реально охвачен регулированием. Во-вторых, дан тест переноса норм DMA: что стоит добавить, а что для местного рынка избыточно. В-третьих, обоснован «достроечный» подход — не писать новый закон, а поднять уже работающие подзаконные нормы на уровень Закона «О конкуренции» и дополнить недостающим. В работе использованы сравнительно-правовой, формально-юридический и функциональный методы.

2. Откуда у платформ власть

На цифровых рынках старое правило не работает. Раньше силу компании мерили долей рынка. С платформами так не выходит. Маркетплейс силён не тем, что много продаёт, а тем, что через него идут и покупатели, и продавцы. Чем больше покупателей — тем нужнее площадка продавцам, и наоборот. Этот самораскручивающийся механизм давно описали экономисты Ж.-Ш. Роше и Ж. Тироль [2]: платформа не просто торгует на рынке, она задаёт правила, по которым торгуют все остальные. К этому добавляются данные о пользователях — их у платформы больше, чем у любого конкурента, и купить такое преимущество новичок не может. А когда платформа уже вырвалась вперёд, сетевой эффект закрепляет лидерство так, что рынок «опрокидывается» в её пользу и назад уже не возвращается.

Поэтому Л. Хан в известной работе показала простую вещь: обычный антимонопольный подход смотрит на цены для потребителя, а платформы годами держат цены низкими и при этом всё сильнее давят на продавцов [1]. Вред есть — но не там, где его привык искать закон. Чтобы этот вред увидеть, мало сказать «монополия». Нужна точная оптика.

Власть платформы удобно делить на три вида — потому что бороться с каждым нужно по-своему. Первый вид — власть через данные: платформа знает о спросе и ценах больше всех, и это само по себе даёт ей фору. Второй — власть в переговорах: продавцу некуда идти, кроме как на площадку, поэтому он соглашается на любые условия. Третий, самый незаметный и потому самый опасный, — власть над доступом к рынку: платформа решает, кого и как пускать, и может поставить свой товар выше чужого, понизить конкурента в выдаче или поменять алгоритм. И всё это — не нарушая ни одного прямого запрета. Это деление не ради красоты: как будет показано ниже, узбекское право сегодня закрывает первые два вида власти и почти не трогает третий.

3. Как с этим справляется Евросоюз: модель DMA

Евросоюз столкнулся с той же тройной властью и решил, что наказывать после нарушения уже поздно. Пока расследование идёт, рынок

успевает «опрокинуться», а конкурентов вытесняют. Поэтому в ЕС поменяли сам подход. Толчком стал доклад экспертов Еврокомиссии «Competition Policy for the Digital Era» (2019): в нём прямо сказано, что одними наказаниями постфактум большие платформы не сдержать [3]. Так появился принятый в 2022 году Закон о цифровых рынках (Регламент (ЕС) 2022/1925, DMA). Его главная идея — действовать заранее, до нарушения, а не после.

DMA стоит на двух вещах. Первая — отбор: статус «гейткипера» получает платформа, которая прошла по порогам оборота и числа пользователей. Как идёт этот отбор и как Комиссия принимала первые решения, разбирают Ф. Бостун и Дж. Монти [6]. Сейчас гейткиперами признаны семь компаний: Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Microsoft, Meta и Booking.com. Вторая вещь — обязанности, которые сразу ложатся на такую платформу: нельзя ставить свои сервисы выше чужих в выдаче (это и есть самопреференцирование), нельзя мешать продавцам сообщать клиентам о ценах вне платформы, нельзя без согласия пользователя сливать воедино его данные из разных сервисов.

Что это не пустые слова, показал 2025 год. 23 апреля 2025 года Комиссия впервые признала нарушение DMA и оштрафовала Apple на 500 млн евро (за то, что мешала «стирингу» в App Store) и Meta на 200 млн евро (за модель «плати или соглашайся»: либо подписка, либо отдай свои данные). В сентябре 2025 года Google получил штраф намного крупнее — 2,95 млрд евро. Apple и Meta подали жалобы в Суд ЕС, а Комиссия готовит новые решения по Alphabet и Apple. Важно, что максимальный штраф по DMA — до 10 % мирового оборота компании, а за продолжение нарушения капают ежедневные взыскания. Вот почему обязанности здесь имеют реальный вес.

При этом DMA — не идеал, и делать вид, что это образец без изъянов, не стоит. П. Акман показывает, что DMA смешивает две разные логики — регулирование и конкурентное право, — и местами его требования слишком жёсткие, без права объяснить исключение [5]. Для нас этот упрёк полезен: он подсказывает, что копировать надо не текст DMA целиком, а



его рабочую идею — связку «отбери платформу и сразу дай ей обязанности».

4. Что уже сделано в Узбекистане

Сам Закон «О конкуренции» № ЗРУ-850 (принят 3 июля 2023 года, вступил в силу 4 октября 2023 года; дальше — в действующей редакции на 5 февраля 2026 года) даёт по нашей теме немного, но важное. Статья 14 закрепила «превосходную переговорную силу» — это когда одна сторона настолько сильнее другой, что фактически диктует условия. А статья 18 запретила этим злоупотреблять. По сути закон закрыл переговорный вид власти — и сделал это раньше многих соседей. При этом ни понятия цифровой платформы, ни критериев её доминирования, ни реестра в самом тексте закона нет: всё это, как будет показано ниже, вынесено на подзаконный уровень.

Основная же конструкция регулирования платформ держится не на законе, а на подзаконном акте — постановлении Кабинета Министров № 256 от 1 мая 2024 года (вступило в силу 3 августа 2024 года). Это не рамочный документ: в нём есть отдельное Положение о порядке признания доминирующего положения и превосходной переговорной силы оператора цифровой платформы и выявления действий, ведущих к ограничению конкуренции и ущемлению прав потребителей и других субъектов. Положение довольно подробное: отдельные главы посвящены признанию доминирующего положения оператора платформы, его превосходной переговорной силе, прекращению такого статуса и — что особенно важно — запрету злоупотребления доминирующим положением или превосходной переговорной силой. По сути это и есть отечественный аналог двух опор DMA: отбор адресата (через критерии и реестр) и перечень запрещённых действий. Отдельным постановлением о развитии электронной коммерции введено и правило резидентства: оператором электронной коммерции может быть только компания-резидент Узбекистана. Сам же Закон «Об электронной коммерции» № ЗРУ-792 (принят 29 сентября 2022 года, вступил в силу 31 декабря 2022 года; в

редакции Закона № ЗРУ-1057 от 17 апреля 2025 года) задаёт лишь общую рамку.

Этот режим не остался на бумаге. С начала 2025 года антимонопольный орган шаг за шагом составляет реестр доминирующих платформ: 30 января 2025 года в него попал Payme, в марте — Uzum Market как доминирующий на рынке маркетплейсов, 2 апреля — Uzum Tezkor, 5 мая — Click. К 2026 году в реестре уже девять компаний на шести рынках: онлайн-платежи, маркетплейсы, доставка еды, объявления, стриминг и такси. Реестр и есть отбор тех, к кому применяют повышенные требования, — то же, что делает назначение гейткиперов в DMA. Как отмечает председатель Совета антимонопольных экспертов Узбекистана З. Вахидов, с принятием постановления № 256 в стране фактически заработало особое регулирование цифровых платформ [9].

И вот тут — главное наблюдение. Если приложить к этому режиму три вида власти, видно, что формально закрыты все три. Власть через данные прикрыта законом о персональных данных и локализацией. Переговорную власть закрывают статьи 14 и 18 Закона «О конкуренции» и Положение из постановления № 256. Власть над доступом к рынку тоже не оставлена без внимания: то же Положение запрещает доминирующим операторам злоупотреблять своим положением, в том числе мешать продавцам работать с покупателями вне платформы и использовать данные конкурирующих продавцов. То есть «пробел» в смысле полного отсутствия норм — это миф; на бумаге Узбекистан продвинулся дальше, чем принято думать.

Слабость не в отсутствии норм, а в трёх других вещах. Первое — уровень акта: весь специальный режим платформ закреплён в постановлении правительства, а не в законе. Подзаконный акт проще принять, но проще и изменить, и юридический вес у него меньше; важнейший для цифровой экономики режим стоит на не самом прочном основании. Второе — логика регулирования: положение работает реактивно, через признание доминирования и последующее выявление злоупотреблений, тогда как сила DMA в другом — в автоматических обязанностях, которые действуют заранее и не требуют каждый раз

доказывать злоупотребление. Третье — полнота инструментов и правоприменение: даже там, где запрет есть, не хватает поддерживающих механизмов вроде обязательной прозрачности алгоритма выдачи, а практика применения запрета самопреференцирования к маркетплейсам пока почти не наработана. Именно сюда — на уровень, архитектуру и зрелость, а не на наличие норм — и стоит направить реформу.

5. Какие нормы DMA стоит переносить: простой тест

Но признать пробел — не значит закрыть его слепым копированием европейских норм. Право — не набор запчастей. Норма, которая работает в экономике ЕС, на маленьком рынке может оказаться бесполезной или даже вредной. Чтобы решать с умом, каждую обязанность DMA стоит проверять по трём вопросам.

Вопрос первый — про масштаб и игроков. DMA рассчитан на мировых гигантов с оборотами в десятки миллиардов евро. В Узбекистане же главную роль играют местные компании с куда меньшим оборотом. Если норма работает только при таких больших порогах выручки — она тест не проходит, пороги придётся заменить своим критерием.

Вопрос второй — сможет ли регулятор это проверять. Обязанность нужна только тогда, когда орган может проследить, выполняют её или нет. Если для проверки нужен постоянный аудит алгоритмов, а ресурсов на это пока нет, норму лучше вводить позже или с отсрочкой — по мере того как у органа появятся силы.

Вопрос третий — до кого вообще дотянется норма. Из-за правила резидентства (введённого подзаконно для операторов электронной коммерции) местные платформы полностью подсудны узбекскому регулятору, а зарубежные сервисы — нет. Норму, которую нельзя применить к иностранцу, придётся вводить отдельно. Как раз такой отдельный механизм Комитет по конкуренции готовит к 1 октября 2026 года.

Если прогнать главные нормы DMA через эти три вопроса и сопоставить их с тем, что уже действует в Узбекистане, получается удобная таблица (таблица 1). Каждая норма получает свой вывод: уже есть и стоит

поднять в закон, добавить как недостающую, изменить под местные условия или отказаться как от избыточной.

Таблица 1. Какие нормы DMA можно перенести в Узбекистан

Норма DMA	Что она означает	Решение	Почему так (по трём вопросам)
Запрет самопреференцирования	Платформа не вправе ставить свои сервисы выше чужих в выдаче	Уже есть → поднять в закон	Введён постановлением № 256; нужны уровень закона и практика применения
Свобода стиринга (ст. 5(4))	Продавец вправе сообщать клиентам о ценах вне платформы	Уже есть → поднять в закон	Введена постановлением № 256; стоит закрепить в Законе «О конкуренции»
Прозрачность выдачи (ст. 6(5))	Раскрыть, по каким правилам строится выдача	Добавить	В явном виде не закреплена; нужен рост проверяющих возможностей регулятора
Автоматические ex ante обязанности	Обязанности действуют по факту статуса, без доказывания	Добавить	Меняет реактивную логику режима на превентивную
Пороги по обороту (ст. 3)	Статус гейткипера по	Отказаться	Рассчитаны на гигантов; их

		выручке и числу пользователей		заменяет реестр доминирующих
Правила иностранцев	для	Применение к зарубежным платформам	Изменить	Без отдельного механизма не исполнить (срок — 10.2026)

6. Что предлагается: достроить закон, а не писать новый

Отсюда решение, которое можно назвать «достройкой» — в отличие от «пересадки». Узбекистану не нужен отдельный закон-двойник DMA: материально режим уже создан постановлением № 256, а реестр выполняет роль отбора платформ. Достроить нужно по трём линиям, отвечающим трём слабым местам. Первая — поднять уровень: ключевые нормы о платформах (критерии доминирования, обязанности, запреты) перенести из постановления в Закон «О конкуренции», чтобы режим опирался на акт высшей силы и не менялся одним росчерком правительства. Вторая — сменить логику с реактивной на превентивную: сделать так, чтобы обязанности применялись к платформе автоматически по факту включения в реестр, без необходимости всякий раз доказывать злоупотребление. Третья — дополнить инструментарий: ввести обязанность раскрывать основные параметры ранжирования и наладить практику применения уже существующих запретов, прежде всего против самопреференцирования.

При этом обязанности логично делать модульными — под тот вид власти, которым платформа реально обладает. Маркетплейс с властью над доступом к рынку получает чётко прописанный запрет ставить свой товар выше чужого и обязанность прозрачного ранжирования; платёжный сервис, чья сила в данных, — ограничения на объединение данных. Один и тот же реестр служит опорой для разных обязанностей в зависимости от профиля платформы. Так уже имеющийся, но рассеянный по подзаконным актам режим превращается в стройную и устойчивую систему.

Плюс тут не только в экономии сил законодателя. Меняется и то, кто что доказывает. Сейчас доказывать злоупотребление должен сам продавец

— то есть слабая сторона. А при обязанности, которая действует заранее, уже платформа должна сама заранее её соблюдать. И ещё: привязка к работающему реестру снимает главное возражение против переноса DMA. Не нужно искать узбекские пороги в миллиардах евро — критерием становится сам факт, что платформу признали доминирующей, а это регулятор и так устанавливает.

Нельзя промолчать и о риске в обратную сторону. Если ввести такие обязанности слишком рано или слишком широко, можно придавить те самые местные платформы, которые государство хочет растить, и отпугнуть инвесторов. Поэтому «достройка» нарочно сделана узкой: обязанности не для всех подряд, а только для уже признанных доминирующими, и только по тому виду власти, где есть реальный риск. В этом и есть соразмерность, которой самому DMA иногда не хватает.

Всё это можно перевести на язык закона. Ниже — проект статьи, переносящей ключевые обязанности из постановления № 256 на уровень Закона «О конкуренции» и дополняющей их прозрачностью ранжирования (предложение для обсуждения; точную нумерацию и формулировки надо согласовать со структурой действующего закона).

«Статья 14-1. Обязанности оператора цифровой платформы, занимающей доминирующее положение. Оператор цифровой платформы, включённый уполномоченным государственным органом в реестр субъектов, занимающих доминирующее положение, не вправе: 1) при ранжировании товаров (услуг) предоставлять необоснованные преимущества собственным товарам (услугам) либо товарам (услугам) лиц своей группы перед товарами (услугами) иных участников платформы (самопреференцирование); 2) препятствовать участникам платформы информировать потребителей о возможности приобретения товаров (услуг) вне платформы. Оператор обязан раскрывать основные параметры, определяющие ранжирование, в порядке, установленном уполномоченным государственным органом. Перечень и объём обязанностей определяются с учётом характера рыночной власти оператора и могут дифференцироваться уполномоченным государственным органом».



7. Заключение

До сих пор спор о регулировании платформ в Узбекистане шёл в духе «принимать свой DMA или нет». Эта статья показала, что вопрос задан неправильно. Специальный режим уже существует: постановление № 256 ввело критерии доминирования платформ, реестр, превосходную переговорную силу и запрет злоупотреблений, а реестр работает как отбор адресатов — то же, что назначение гейткиперов в Европе. Проблема не в отсутствии норм, а в трёх других вещах: весь режим закреплён на подзаконном уровне, построен на реактивной логике и не доведён до конца ни по инструментам, ни по практике применения.

Два предложенных инструмента — деление власти на три вида и тест переноса норм — позволяют доработать режим точно и соразмерно, без копирования чужого текста. На защиту выносятся три положения. Первое: власть цифровой платформы делится на три вида — через данные, в переговорах и над доступом к рынку; формально узбекское регулирование охватывает все три, но опирается при этом почти целиком на подзаконный акт. Второе: реестр доминирующих платформ вместе с Положением из постановления № 256 — это готовый отечественный аналог отбора и обязанностей гейткиперов, который не нужно создавать заново. Третье: реформу стоит вести путём достройки — поднять ключевые нормы о платформах в Закон «О конкуренции», перевести их с реактивной логики на автоматические ex ante обязанности и дополнить недостающими инструментами (прозрачность ранжирования, наработка практики против самопреференцирования). Отдельного изучения требует распространение этих правил на зарубежные платформы; такой механизм регулятор планирует подготовить к октябрю 2026 года.

Список использованной литературы

I. Нормативно-правовые акты и официальные источники

1. Закон Республики Узбекистан «О конкуренции» от 3 июля 2023 г. № ЗРУ-850 (вступил в силу 4 октября 2023 г.; в действующей редакции по состоянию на 5 февраля 2026 г.). Ст. 14, 18. — URL: <https://lex.uz/docs/6518383>

2. Закон Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» от 29 сентября 2022 г. № ЗРУ-792 (вступил в силу 31 декабря 2022 г.; в редакции Закона РУз от 17 апреля 2025 г. № ЗРУ-1057). — URL: <https://lex.uz/ru/docs/6213428>
3. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 1 мая 2024 г. № 256 «Об утверждении нормативно-правовых актов, касающихся антимонопольного регулирования на товарных и финансовых рынках» (вступило в силу 3 августа 2024 г.; включает Положение о порядке признания доминирующего положения и превосходной переговорной силы оператора цифровой платформы...). — URL: <https://lex.uz/uz/docs/6907023> (узб.); <https://lex.uz/ru/docs/6911909> (рус.)
4. Закон Республики Узбекистан «О персональных данных» от 2 июля 2019 г. № ЗРУ-547.
5. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 885 (требования к операторам электронной коммерции, в том числе правило резидентства; применяется с 1 июля 2025 г.). [Уточнить точное наименование и дату по lex.uz.]
6. Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act) // OJ L 265, 12.10.2022. P. 1–66.
7. European Commission. Decisions of 23 April 2025 in cases DMA.100109 (Apple) and DMA.100055 (Meta); decision of September 2025 (Alphabet/Google).

II. Научная литература

1. Khan L.M. Amazon's Antitrust Paradox // The Yale Law Journal. 2017. Vol. 126, No. 3. P. 710–805.
2. Rochet J.-C., Tirole J. Platform Competition in Two-Sided Markets // Journal of the European Economic Association. 2003. Vol. 1, No. 4. P. 990–1029. doi: 10.1162/154247603322493212.
3. Crémer J., de Montjoye Y.-A., Schweitzer H. Competition Policy for the Digital Era: A Report for the European Commission. Luxembourg: Publications Office of the EU, 2019. doi: 10.2763/407537.



4. Graef I. Differentiated Treatment in Platform-to-Business Relations: EU Competition Law and Economic Dependence // Yearbook of European Law. 2019. Vol. 38. P. 448–499. doi: 10.1093/yel/yez008.
5. Akman P. Regulating Competition in Digital Platform Markets: A Critical Assessment of the Framework and Approach of the EU Digital Markets Act // European Law Review. 2022. Vol. 47, No. 1. P. 85–114.
6. Bostoen F., Monti G. The Rhyme and Reason of Gatekeeper Designation under the Digital Markets Act // Journal of Antitrust Enforcement. 2025. jnae054. doi: 10.1093/jaenfo/jnae054.

III. Отечественные источники

1. Вахидов З. Антимонопольные реформы в Узбекистане. Как они изменят правила игры для цифровых платформ и монополий? : интервью portalу FinTech & Retail CA. 02.09.2024. — URL: <https://fintech-retail.com/2024/09/02/antimonopolnie-reformi/> (дата обращения: 31.05.2026).
2. Комитет по развитию конкуренции и защите прав потребителей Республики Узбекистан. Реестр хозяйствующих субъектов, признанных занимающими доминирующее положение в качестве цифровой платформы. — URL: <https://raqobat.gov.uz/> (дата обращения: 31.05.2026).