

*İlham Zülfüqarlı\**

## Rəqabət hüququ: Hökmran mövqedən sui-istifadə

### *Annotasiya*

Məqalədə açıq bazar iqtisadiyyatının əhəmiyyətli hüquq sahələrindən olan rəqabət hüququnda hökmran mövqe anlayışı, onun müəyyən edilməsi meyarları və ondan sui-istifadə halları yer almışdır. Hökmran mövqe, ondan sui-istifadə, hökmran mövqeyi müəyyən edən meyarlar, rəqabət mühitini pozan digər hallar beynəlxalq praktikanın, müxtəlif ölkələrin, o cümlədən Azərbaycanın rəqabət hüququ sahəsində nəzərdə tutulan normaların və Avropa Komissiyasının vermiş olduğu qərarların timsalında təhlil edilmişdir.

### *Abstract*

The article is discussing the definition of dominant position, criteria to determine it and abuse of it in competition law, which is one of the most important field of law in open marketing business. Dominant position, abuse of it, criteria of determining dominant position and cases, which break the atmosphere of competition, are analyzed in the example of international practice, legal norms of Azerbaijan Republic and other countries, decisions of Commission of European Communities.

### Giriş

**K**lassik iqtisadiyyat nəzəriyyəsinə əsasən bazar iqtisadiyyatının əsas subyektləri hesab edilən təsərrüfat subyektlərinin məqsədi ən yüksək mənfəət əldə etməklə? yəni: a) ən keyfiyyətli malı və ya xidməti; b) ən az xərclə istehsal edərək; c) ən yüksək qiymətə və maksimum miqdarda satmaqla rəqabət etməkdir. Tam rəqabət bazarlarının mühüm xüsusiyyətlərindən biri təsərrüfat subyektlərinin bazara giriş-çıxışlarının sərbəst olmasıdır. Bu xüsusiyyət təmin edilən sərbəst rəqabət mühitində bütün təsərrüfat subyektlərinin öz məqsədlərini reallaşdırmaqdan ötrü bir-birilə rəqabətdə yeni üsul və texnologiyalar tətbiq etməsini, öz istehsalat xərclərini minimuma endirməyə çalışmasını zəruri edir və iqtisadi məqsəd olan məhdud resurslardan səmərəli istifadə edilməsinə nail olunur, bu da dövlətin iqtisadiyyatını ümumi halda inkişafa aparır.

Uzun müddətdir ki, bütün dünyada tətbiq edilən bu sistemin zamanla hüquqi tənzimlənməyə ehtiyacı olan problemləri üzə çıxmışdır. Belə ki, bəzən təsərrüfat subyektləri ən yüksək mənfəəti əldə etmək məqsədlərinə bir-birlərilə rəqabət aparmaqla çatmaq əvəzinə, rəqabəti məhdudlaşdıraraq, ya da tamamilə aradan qaldıraraq, kartelləşmə və ya inhisarlaşma vasitəsilə çatmaq arzusunda olurlar. Nəticə olaraq, hədəflənən iqtisadi inkişafın təmin edilməsində çətinliklər yaranır. Bu səbəblə bazar iqtisadiyyatı sistemini tətbiq edən ölkələr bazardakı rəqabət mühitini qorumaq məqsədilə qanunvericilik normaları işləyib hazırlamışlar. Amerika Birləşmiş Ştatlarında

\* Bakı Dövlət Universiteti Hüquq fakültəsi, 4-cü kurs, 1418A qrup tələbəsi

(ABŞ) trest əleyhinə<sup>1</sup> 1890-cı ildə qəbul edilən “Sherman Act”, 1914-cü ildə “Clayton Act”,<sup>2</sup> 1957-ci il Avropa İqtisadi Birliyinin (AİB) qurucu müqaviləsi olan “Roma müqaviləsi”,<sup>3</sup> İngiltərədə 1973-cü ildə qəbul edilən “Fair Trade Act”<sup>4</sup> kimi qanunlarda nəzərdə tutulan rəqabət qaydaları, bazar iqtisadiyyatında yaranan problemlərin aradan qaldırılmasına dəstək mahiyyətli qaydalar olmaqla yanaşı rəqabət mühitinin qorunmasına və bazar iqtisadi mexanizminin düzgün işləməsinə xidmət edir.

Azərbaycan Respublikasında rəqabət hüququnun zəif inkişaf etməsi planlı iqtisadiyyatın hakim olduğu SSRİ dövlətinin tərkibində uzun müddət qalmasından irəli gəlir. Bazar iqtisadiyyatında rəqabət mühitinin qorunması ilə bağlı hazırkı qanunvericilik normalarında – AR Konstitusiyasında, “Antiinhisar fəaliyyəti haqqında”, “Təbii inshisarlara haqqında”, “Haqsız rəqabət haqqında”, “İstehlakçılarının hüquqlarının qorunması haqqında” qanunlarda və digər normativ aktlarda, eləcə də hüquq ədəbiyyatlarında rəqabət hüququ ilə bağlı tam formalaşmamış, systemsiz qaydalar, fikirlər mövcuddur.

Rəqabət hüququ sahəsində aparılan tədqiqatlarda iqtisadi nəzəriyyələrin son dövrlərdə aktuallığı daha da artmışdır. Belə mövzular içərisində rəqabət hüququ tənzimləmələrində mərkəz mövqeyə sahib olan təsərrüfat subyektlərinin bazar gücü, bazara giriş maneələri, geri qaytarılmayan xərc tez-tez işlədilən ifadələrdir. Rəqabət hüququnun əsas məqsədi bu elementləri özündə ehtiva edən sistemlərdə rəqabətin yaranması və maneəsiz işləməsi üçün əlverişli şəraitin yaradılmasıdır. Bunun üçün bazara giriş-çıxış maneələrinin vaxtında müəyyən edilməsinə və qarşısının alınmasına istiqamətlənmiş tədbirlər görmək başlıca vəzifədir.

Rəqabət mühitinin pozulması hallarından biri kimi bazarda əmtəələrin tədaviyə əhəmiyyətli təsir edə bilən bazar subyektlərinin öz mövqelərindən sui-istifadəsi çıxış edir. Belə pozulma hökmran mövqedən

<sup>1</sup> The Antitrust Laws, FTC, <https://www.ftc.gov/9tips-advice/competition-guidance/guide-antitrust-laws/antitrust-laws> (son baxış 17 noy. 2015)

Sherman Act 1890, ABŞ-da trest əleyhinə (yəni anti-monopoliya) qəbul olunmuş ilk qanundur. Trest (monopoliya) yaratmaq və bu məqsədlə gizli sövdələşməyə girməklə azad ticarətin aparılmasını əngəlləmək cinayət hesab edilmişdir.

<sup>2</sup> The Clayton Act works with the Sherman Act to improve business practices, <http://www.antitrustlaws.org/Clayton-Act.html> (son baxış 17 noy. 2015)

ABŞ-da Şerman aktını bir qədər yumşaldan və rəqabəti böyük ölçüdə məhdudlaşdıran cəhdləri qadağan edən qanundur. Bazardakı ümumi məhsulun əsas hissəsini istehsal edən təsərrüfat subyektlərinin inkişafının nəzarət altına alınması məqsədlə qəbul edilmişdir.

<sup>3</sup>1957-ci ildə Almaniya, Fransa, İtaliya, Belçika, Niderland və Lüksemburq tərəfindən insanların, əmtəənin, xidmət və kapitalın sərbəst hərəkətinə mane olan bütün maneələrin ləğvi barədə bağlanmış beynəlxalq müqavilə.

<sup>4</sup> Fair Trading Act 1973, chapter 41, <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1973/41> (son baxış 17 noy. 2015) İngiltərədə 1973-cü ildə qəbul edilmiş və istehlakçılarının hüquqlarının qorunmasına yönəlmişdir.

sui-istifadə adlanır. Məqalədə hökmran mövqedən sui-istifadə nəticəsində yaranan problemlərdən və onların həllində hansı metodların təsirli olmasından söhbət açılacaq.

## I. Hökmran mövqe anlayışı və onun müəyyən edilmə meyarları

### A. Hökmran Mövqe anlayışı

“Antiinhisar fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda<sup>5</sup> hökmran mövqe anlayışı “təsərrüfat subyektinin öz iqtisadi potensialının üstünlüyünə əsaslanaraq rəqabətə həlledici təsir göstərməyə imkan verən və bununla da bazarın digər iştirakçılarının bazara daxil olmasını çətinləşdirən müstəsna vəziyyəti” kimi qiymətləndirilib. Eyni zamanda bazar payı 35%-dən və ya qanunvericiliklə müəyyən olunmuş digər həddən<sup>6</sup> çox olan təsərrüfat subyekti hökmran mövqe tutmuş hesab edilir.

Əmtəə bazarında heç bir rəqibin olmadığı, resursların əldə edilməsi, malların (işlərin, xidmətlərin) satılmaq imkanlarının məhdud olduğu, bazara girişdə maneələrin, güzəştlərin və ya başqa səbəblərin mövcudluğundan digər subyektlərin bazara daxil olmasına çətinliklər yarandığına görə müəyyən təsərrüfat subyektinin (subyektlərinin) təsirli rəqabətlə qarşılaşmadığı şəraitdə müvafiq əmtəə bazarında əmtəələrin tədavülünün ümumi qaydalarına (şərtlərinə) həlledici təsir göstərə bildiyi müstəsna vəziyyət hökmran mövqe hesab edilir.<sup>7</sup> Bu anlayış rəqabət məəcəlləsi layihəsinə əlavə edilən 17.1-ci maddədə nəzərdə tutulmuşdur.

Hökmran mövqedə hesab edilə bilməsi üçün təsərrüfat subyekti özbaşına hərəkət etməklə müstəqil şəkildə bazarı idarə etməlidir. Bu vəziyyət inhisarçılıq kimi başa düşülməməlidir. Hər nə qədər inhisarçılığa oxşasa da hökmran mövqe ilə inhisarçılıq fərqli anlayışlardır. İnhisarçılıqda bazarda yalnız bir təsərrüfat subyekti fəaliyyət göstərir və təbii olaraq o, hökmran mövqedə hesab edilir. İnhisarçılığın olmadığı birdən çox təsərrüfat subyektinin fəaliyyət göstərdiyi bazarlarda da hökmran mövqedə olma vəziyyəti mövcud olur. Bir digər anlayış isə bazarda lider vəziyyətdə olmaqdır. Bu anlayış da hökmran mövqedən fərqləndirilməlidir. Bazarda lider olan təsərrüfat subyekti adətən bazarda fəaliyyət göstərən digər subyektlərin fəaliyyətini nəzərə alaraq hərəkət etdiyindən bazar şərtlərini müstəqil olaraq müəyyən etmək iqtidarında olmur. Halbuki hökmran mövqe müəyyən bazardakı bir və ya birdən çox təsərrüfat subyektinin rəqiblərindən

<sup>5</sup> Antiinhisar fəaliyyəti haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 4 Mart, 1993, 4-cü maddə

<sup>6</sup> Eldar Qocayev, Antiinhisar (Rəqabət) Qanunvericiliyinin Müqayisəli Təhlili (26 yanvar, 2013) “Bank, sığorta, lizinq, qeyri-hökumət təqəüd fondları xidmətləri bazarında maliyyə təsisatlarının payı 25%-dən çox olduqda, qiymətli kağızlar bazarında qiymətli kağızları idarəedənin payı 10%-dən çox olduqda”

<sup>7</sup> Yəni orada

və müştərilərindən asılı olmadan müstəqil hərəkət edərək qiymət, tələb, təklif, istehsal miqdarı kimi iqtisadi parametrləri müəyyənləşdirə bilmə iqtidarındadır.

Avropa Komissiyası *United Brands*<sup>8</sup> işi ilə bağlı çıxardığı qərarında hökmran mövqe sayıla bilən vəziyyəti müəyyən etmişdir. Qərarla “rəqiblərindən, müştərilərindən, mal göndərənlərindən və istehlakçılardan əhəmiyyətli dərəcədə müstəqil olan müvafiq bazardakı effektiv rəqabətin davam etməsinə maneə törədə bilən iqtisadi gücə sahib təsərrüfat subyektlərinin” mövqeyi hakim mövqe hesab edilir. Türk qanunvericiliyində<sup>9</sup> hökmran mövqeyə “müəyyən bazarda bir və ya daha artıq təsərrüfat subyektinin, rəqiblərindən və istehlakçılardan müstəqil olaraq qiymət, təklif, istehsalat, bazara çıxarılan mal miqdarı kimi iqtisadi parametrləri müəyyən etmə gücü” kimi anlayış verilmişdir.

Ümumilikdə müvafiq bazarda hər hansı bir təsərrüfat subyektinin hakim mövqe vəziyyətində olub-olmamasının düzgün təyin edilməsi hakim mövqenin müəyyən edilmə ölçüsü olan meyarların təhlili nəticəsində həll olunur. İlk olaraq müvafiq bazarın müəyyən edilməsi vacibdir. Bununla bağlı Avropa Komissiyasının *Continental Can*<sup>10</sup> işi üzrə çıxardığı qərarında, hakim mövqenin yalnız müəyyən bir bazarda mövcud olmasını və bu bazarın təyin edilməsinin vacibliyi vurğulanmışdır.

Hökmran mövqenin müəyyən edilmə meyarlarına keçməzdən əvvəl bazara giriş maneələri, texnoloji üstünlük, əqli mülkiyyət və patent hüquqları, yüksək investisiya xərci, təsərrüfat subyektinin mövcud olan lakin istifadə edilməyən istehsalat həcmi (istehsal potensialı) kimi anlayışlara toxunmaq yerində olardı. Sadalanan bu anlayışlar rəqabət hüququnda hökmran mövqenin müəyyən edilməsi ilə sıx bağlı olub, onun sərhədlərinin daha düzgün təyin edilməsinə şərait yaradır.

(a) **Bazara giriş maneələri** - bazara giriş maneələri tarif normaları, normadan kənar tənzimləmələr və digər inzibati tənzimləmələrdən yaranan beynəlxalq ticarətin normal inkişafına təsir göstərən müxtəlif siyasi və hüquqi tədbirləri ifadə edir. Belə maneələrin əsas xüsusiyyəti müvəqqəti xarakter daşımamalarıdır. Bazara girişdə maneələr yaradan tədbirlər Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (ÜTT)/Tariflər və Ticarət üzrə

<sup>8</sup> Judgment of the Court of 14 February 1978, *United Brands Company and United Brands Continental BV v Commission of the European Communities, Chiquita Bananas*, Case 27/76, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:61976CJ0027&from=EN> (son baxış 22 noy. 2015)

<sup>9</sup> 4054 sayılı Rekabetin Korunması Kanunu, madde 3

<sup>10</sup> Judgment of the Court of 21 February 1973, *Europemballage Corporation and Continental Can Company Inc. v Commission of the European Communities*, Case 6-72, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:61972CJ0006&from=EN> (son baxış 23 noy. 2015)

Baş Saziş (GATT) kimi çoxtərəfli, regional və ya digər ikitərəfli ticarət müqavilələrində nəzərdə tutulan qaydalara zidd tədbirlərdir.

- (b) *Texnoloji üstünlük, əqli mülkiyyət və patent hüquqları* - bazarda mövcud olan bir təsərrüfat subyektinin texnologiya cəhətdən digər subyektlərdən rəqabət olunmayacaq səviyyədə üstünlüyünün olması, həmçinin faydalı model/patent kimi qanuni inhisar hüququ yaradan əqli mülkiyyət hüquqlarının bir çoxuna sahib olması bazara yeni subyektlərin girişində çətinlik yarada bilər. Bu məsələ ilə bağlı Avropa Komissiyası Michelin<sup>11</sup> və Tetra Pak<sup>12</sup> işləri üzrə verdiyi qərarında avtomobil şini istehsalı və maye qidaların qablaşdırılmasında istifadə edilən sistemi yüksək texnologiya kimi qiymətləndirdiyindən bazara giriş maneəsi hesab etmişdir. Antiinhisar fəaliyyəti haqqında qanun patent-lisenziya inhisarçılığının 5 şərtini müəyyən etmişdir. Bu şərtlər<sup>13</sup> müvafiq əmtəə bazarında patent və lisenziyalar üzərində inhisar hüququndan sui-istifadə edən idarəetmə orqanlarının və təsərrüfat subyektlərinin qeyri-qanuni fəaliyyətini səciyyələndirir. Lakin qanunda əqli mülkiyyət hüquqları ilə bağlı heç bir norma nəzərdə tutulmamışdır. Əqli mülkiyyət hüquqları mütləq hüquqlardır və öz sahibinə müəyyən müddət ərzində əqli məhsulu ilə bağlı yalnız ona məxsus olan müəyyən maddi və mənəvi hüquqların təminini şərtləndirir. Əqli mülkiyyət hüquqlarının yaratdığı belə inhisarçı xüsusiyyət nəticəsində həmin hüquqlara sahib olan şəxs hüquqların aid olduğu sahə üzrə başqalarının bu hüquqların məzmununu təşkil edən patentdən, faydalı modeldən, sənaye nümunələrindən və ya əsərlərdən istifadə etməsini məhdudlaşdırıla bilər.
- (c) *Bazara girişdə yüksək investisiya* - bazara giriş üçün çox yüksək investisiya xərcinin tələb olunduğu bazarlarda təsərrüfat subyektinin hökmran mövqedə sayıla bilməsi üçün nisbətən daha aşağı bazar payına (35%-40% kimi)<sup>14</sup> sahib olan, lakin mənsub olduğu qrup

---

<sup>11</sup> Judgment of the Court of 9 November 1983 <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:61981CJ0322&from=EN> (son baxış 24 noyabr 2015)

<sup>12</sup> Judgment of the Court of First Instance (Second Chamber) of 6 October 1994 – <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:61991TJ0083&from=EN> (son baxış 24 noy. 2015)

<sup>13</sup> Antiinhisar fəaliyyəti haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı, 4 Mart 1993, 12-ci maddə "Bu şərtlərə patent sahibinin ondan istifadə etməməsi və bu patentə lisenziya verməkdən əsassız imtina etməsi, lisenziya alanın texniki siyasətinin məhdudlaşdırılması, lisenziyalasdırılmış texnologiyanın lisenziya alan tərəfindən mənimsənilməsinin məhdudlaşdırılması, lisenziya alanın kommersiya fəaliyyətinin məhdudlaşdırılması, lisenziya sahibi tərəfindən lisenziya satılarkən onun haqqının ödənilməsi rejiminin sərtləşdirilməsi daxildir"

<sup>14</sup> Qocayev, "Qabaqcıl beynəlxalq təcrübə yalnız konkret bazar payını 35% kimi aşağı bir həddi hökmranlıq üçün kifayət saymır. Bununla yanaşı bazara daxil olma və ya fəaliyyətin genişləndirməsində maneələr, habelə digər əvəzedici məhsullar və ya xidmətlərin yaxınlığının və s. müqayisəli təhlilləri də əhatə edilməlidir"

baxımından ciddi maliyyə üstünlüyü olan təsərrüfat subyektlərinin hökmran mövqedə olduqları qəbul edilə bilər.<sup>15</sup>

- (d) ***İstehsal potensialı*** - müvafiq bazarda hakim mövqedə olub-olmadığı müəyyənləşdirilməyə çalışılan təsərrüfat subyektinin istehsal potensialının böyüklüyü bazara giriş əldə etməyə çalışan yeni subyektlər üçün maneə olub, bazara girişdə çətinlik törədə bilər.<sup>16</sup> Bununla bağlı Avropa Ədalət Məhkəməsinin daha əvvəl qeyd etdiyimiz Hoffmann La Roche işində Roche-in bütün dünyadakı vitamin tələbini təmin edə bilən istehsal potensialına sahib olmasını məhkəmə yüksək bazar payına sahib olma, yəni hökmran mövqe kimi qəbul etmişdir.

## **B. Hökmran Mövqenin müəyyən edilmə meyarları:**

“Antiinhisar fəaliyyəti haqqında” Qanun hökmran mövqeni hansı meyarlar nəzərə alınmaqla və ya sırf hansı çərçivədə təsərrüfat subyektinin bazarda hökmran mövqedə olub-olmamasını müəyyənləşdirmək üçün norma nəzərdə tutmamışdır. Yalnız müəyyən hallara toxunmaqla bazarda hansı hərəkət və ya hərəkətlərin inhisarçılıq yaradan fəaliyyət hesab edilməsini göstərmişdir. Beynəlxalq təcrübədə hökmran mövqenin müəyyən edilmə meyarları vardır ki, bu meyarların təhlili təsərrüfat subyektinin müvafiq bazarda hökmran mövqedə olub-olmamasını aydınlaşdırmağa imkan verir. Belə bir tənzimləmə metodunun Azərbaycan Rəqabət Hüququ üçün də müəyyən edilməsi arzu ediləndir.

### **1. Bazar payı, müstəqillik və iqtisadi güc**

Hökmran mövqenin müəyyənləşdirilməsində əsas olan başlıca meyar təsərrüfat subyektinin müvafiq bazardakı payıdır. Hətta bəzi hallarda sadəcə “pay” meyarı digər meyarlar nəzərə alınmadan hökmranlığın təyinində əsas götürülə bilər. Bu məsələyə tipik misal kimi müvafiq bazarda inhisarçı mövqedə fəaliyyət göstərən təsərrüfat subyektlərini göstərmək olar. Avropa qanunvericiliyi inhisarçılıqla yanaşı çox yüksək bazar payı olan təsərrüfat subyektinin, müəyyən edilmiş müddət ərzində davamlı və müstəqil şəkildə göstərdiyi fəaliyyəti hökmran mövqedə olma kimi qiymətləndirsə də, yüksək payın konkret olaraq nə qədər olmasının ölçüsünü verməmişdir. Lakin bazar payı çox aşağı olan təsərrüfat subyektinin digər meyarlar nəzərə alınmadan bazardakı mövqeyinin hökmran mövqe kimi qiymətləndirilməsi yolverilməzdir.

Ümumilikdə beynəlxalq təcrübədə 50%-in üzərində olan bazar payı hökmran mövqenin mövcud olmasını göstərən əhəmiyyətli göstəricidir. Bununla yanaşı 40%-in üzərində olan bazar payları da təhlükəli sərhəd

<sup>15</sup> Emine Ulaş, Rekabet Hukukunda Hakim Durum ve Hakim Durumdaki Teşebbüsler, s. 35 (Yüksek Lisans Tezi. İstanbul, 2007)

<sup>16</sup> Yenə orada, ss. 35-36

sayılır. Avropa Komissiyası yuxarıda adı çəkilən Roche qərarında müxtəlif vitamin bazarlarındakı 65% bazar payını, Michelin qərarında 57% bazar payını hökmran mövqe üçün kifayət saymışdır. Virgin-British Airways<sup>17</sup> ilə bağlı qərar da isə British Airways-in 39,7% nisbətində bazar payı və digər meyarların təsiri ilə hökmran mövqedə olması qəbul edilmişdir.

Hökmran mövqedə olub-olmaması aydınlaşdırılan subyektin mütləq bazar payı ilə yanaşı, ən yaxın rəqib və ya rəqibləri ilə olan bazar payları arasındakı fərqə, yəni nisbi bazar payına da diqqət yetirilməlidir. Məsələn, 45% bazar payına sahib bir subyektin hökmran mövqedə olub-olmamasının, yəni müştərilərindən və rəqiblərindən müstəqil hərəkət edib-etmədiyini aydınlaşdırılarkən bu subyektin ən yaxın iki rəqibinin bazar paylarının 18%, 10% olması vəziyyəti ilə 35%, 20% olması vəziyyətində gəlinən nəticələr müxtəlifdir.

Bazar payının hesablanması zamanı müvafiq bazarın təyin edilməsi çox vacib şərtidir. Müvafiq bazar özündə üç cür bazar anlayışını birləşdirir: *a) mal və ya xidmət bazarı; b) coğrafi bazar; c) mövcud zamandakı bazar.*

**a. Müvafiq mal bazarı** “istehlakçı tərəfindən xüsusiyyətləri, qiymətləri və istifadə məqsədləri əvəzləşdirilə bilən məhsullardan ibarət bazardır”. Müvafiq mal bazarı müəyyənləşdirilərkən tələbin və təklifin əvəzləşdirilə bilməsi şərti əsasdır. Tələbin əvəz olunması dedikdə, müvafiq mal bazarına aid olan məhsulların istehlakçılar tərəfindən xüsusiyyət, qiymət və istifadəsində heç bir müxtəlifliyin olmaması və bu məhsullardan birinin digərinə dəyişdirilə bilməsi başa düşülür.<sup>18</sup> Avropa təcrübəsində tələb əvəzləşdirilməsi “çarpaz qiymət elastikliyi” ilə müəyyən edilir. Əgər bir məhsulun qiymətində meydana gələn artımlar istehlakçıları əhəmiyyətli sayda digər məhsullara yönləndirə bilirsə bu məhsullar arasında əvəzləşdirmənin mümkün olduğu qəbul edilir və qiymət elastikliyi yüksək olan məhsullar eyni mal bazarına<sup>19</sup> aid olur.

Təklifin əvəzləşdirilməsi tələb əvəzləşdirilməsi qədər effektiv sayılmasa da, müvafiq mal bazarının müəyyənləşdirilməsində əksər hallarda nəzərə alınır. Təklifin əvəzləşdirilməsi dedikdə, hər hansı bir məhsulu istehsal edən təsərrüfat subyektinin qısa zaman ərzində çətinlik çəkmədən başqa məhsulu da istehsal etmə potensialına malik olması başa düşülür. Bu tip məhsulların təklif baxımından əvəzləşdirilməsi mümkün sayılır və onlar da eyni mal bazarına aid olur.

Mal və ya xidmət bazarında təsərrüfat subyektinin hökmran mövqeyi müəyyən edilərkən bir məsələ də subyektin istehlakçılara təqdim etdiyi mal

---

<sup>17</sup> Commission Decision of 14 July 1999 relating to a proceeding under Article 82 of the EC Treaty (IV/D-2/34.780, Virgin/British Airways), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32000D0074&from=EN>, (son baxış 25 noy. 2015)

<sup>18</sup> Ulaş, s. 42

<sup>19</sup> Eyni mal bazarı dedikdə, bu tip məhsulların eynicinsli olması, yəni hər ikisinin eyni bir mal bazarına aid olması başa düşülür.

və ya xidmətlərdə seçim müxtəlifliyinin təmin olunmasıdır. Müvafiq mal bazarında, məsələn, “alkoqollu içkilər bazarında” hökmran mövqedə olmayan inhisarçı sırf “şampan bazarı” baxımından hökmran mövqedə ola bilər.

**b. Coğrafi bazar** təsərrüfat subyektlərinin bazar fəaliyyətlərinin sərhədləridir. Təsərrüfat subyektinin hökmran mövqedə olduğunun isbatı üçün müvafiq mal bazarının coğrafi sərhədlərinin müəyyənləşdirilməsi vacibdir. Çünki coğrafi aspektdən hər hansı məhdudiyət qoyulmadan müvafiq malın ticarət sisteminin bütün sahələrinə aid edilməsi iqtisadi həqiqətlərə zidd olduğu kimi, Rəqabət hüququnun məqsədilə də bir araya sığmır. Məsələn, zəruri tələbat malları bazarındakı qiymət ortalaması demək olar ki, Azərbaycanın bütün yerlərində eynidir. Lakin qış vaxtı Qubanın ucqar kəndlərində qar uçuqunu və digər fəvqəladə halların yaratdığı problemlər yolların bağlı qalması və bunun nəticəsində əhalinin zəruri tələbat mallarını digər ərazilərdən (qonşu kəndlərdən) əldə edə bilməməsi həmin coğrafi bazarda təsərrüfat subyektinin hökmran mövqeyini müəyyənləşdirən zaman nəzərə alınmalıdır.

**c.** Avropa İqtisadi Birliyinin qurucu müqaviləsi olan Roma müqaviləsində müvafiq bazarın mal və coğrafi meyarı ilə yanaşı **zaman (müddət) meyarının** olduğu da qəbul edilir. Müvafiq bazarın zaman meyarı təhlil edilən mal bazarının müxtəlif zaman kəsiklərində, rəqabət hüquq qaydalarında ciddi fərqliliklər göstərməsi halında əhəmiyyət kəsb edir. Xüsusilə, fəsil dəyişikliyinə və fəvqəladə halların meydana çıxardığı fərqli rəqabət qaydaları bəzi mal bazarlarının həmin dövrə uyğun olaraq ayrıca qiymətləndirilməsinə ehtiyac yarada bilər.

Təsərrüfat subyektinin iqtisadi gücü hökmran mövqenin müəyyən edilməsində nəzərə alınan faktorlardandır. İqtisadi gücün sərhəddi və onun aşılması həddi rəqəm olaraq göstərilə bilər. Təsərrüfat subyektinin iqtisadi gücü onun mənsub olduğu ölkəyə, sektora görə dəyişir.

## 2. Daimilik

Təsərrüfat subyektinin hökmran mövqedə sayıla bilməsi üçün tək bazar payının həcmi deyil, eyni zamanda onun bazarda hakimiyyətinin davamlı olması şərti də vacib amildir. Müvəqqəti hakimlik hökmran mövqedə olma kimi qiymətləndirilə bilməz. Bir təsərrüfat subyekti tək başına bazara sahib olsa da, əgər bu bazara yeni girişlər mümkündürsə, belə müvəqqəti vəziyyət, hökmran mövqedə olma kimi göstərilə bilməz. Daimilik müddətinin hər hansı konkret həddi müəyyən edilməmişdir. Hökmran mövqedə olma müddətinin minimum həddi Avropa İqtisadi Birliyi ölkələrində 5 il müəyyən edilmişdir. Müddətlər konkret işin hallarına uyğun olaraq hesablanır.

## 3. Rəqabət Ölçüsü

Hakim mövqenin müəyyən edilməsində sadəcə məlum təsərrüfat subyektinin deyil, eləcə də digər rəqib firmaların bazar payı və məlum



subyektin bu firmalarla rəqabət etmək qabiliyyəti nəzərə alınır. Bazar payının həcmnin çox olması hökmran mövqə üçün kifayət etmir, eyni zamanda bazardakı təsərrüfat subyektlərinin öz aralarındakı rəqabət qabiliyyəti hökmran mövqenin təyinində əsas götürülür.

Rəqabət qabiliyyəti *mövcud rəqabət qabiliyyəti* və *potensial rəqabət qabiliyyəti* olmaqla iki cür təsnifləşdirilir. Mövcud rəqabət qabiliyyəti müvafiq bazarın müəyyən edilməsində nəzərə alınmır, sadəcə hökmran mövqenin təyin edilməsində əsas meyar rolunu oynayır. Potensial rəqabətdə əsas əhəmiyyət kəsb edən amil bu rəqabətin reallaşma ehtimalı və mövcud rəqabətə çevrilməsi üçün tələb olunan müddətdir. Potensial rəqabətin reallaşma ehtimalı və reallaşma müddəti aydınlaşdırılarkən hüquqi maneələr, investisiyanın həcmi, paylama və xidmət şəbəkəsinin qurulması, marka, uzun müddətli tədarük müqavilələri, xammala çatımlılıq, qonşu bazarlardan gələn rəqabət, digər coğrafi bazarlardan təmin edilən idxalat kimi hallar nəzərə alınmalıdır.

## II. Sui-istifadə anlayışı və sui-istifadə hesab edilən hallar

### A. Sui-istifadə anlayışı

Bazarda təsərrüfat subyektinin hökmran mövqedə olması hüquqa zidd hesab edilmir, lakin bu mövqedən sui-istifadə edərək öz öhdəliklərini pozma, bazardakı mövcud rəqabət qaydalarını aradan qaldırmağa çalışma, habelə əhəmiyyətli dərəcədə mənfi yöndə dəyişdirmə və ya buna cəhd etmə subyektin hüquqi məsuliyyətini yaradır.

Hüquqazidd hesab edilən sui-istifadə anlayışı olduqca geniş və mücərrəd anlayışdır. Ümumi mənada, sui-istifadə bir hərəkətin, səlahiyyətin yaxud hüququn dürüstlük və əxlaq qaydalarına zidd, başqalarını istismar etmək şəkilində və ya həmin səlahiyyətin yaxud hüququn məqsədinə, təyinatına zidd olaraq istifadə edilməsidir. Rəqabət hüququ baxımından sui-istifadə hökmran mövqedə olan təsərrüfat subyektinin rəqabəti məhdudlaşdıran, aradan qaldıran və ya onun qarşısının alınmasına yönələn, haqsız qazanc və üstünlük əldə edilməsinə səbəb olan hərəkətləridir. Bu tip hərəkətlərin edilməsi bazarda fəaliyyət göstərən bütün təsərrüfat subyektlərinin deyil yalnız hökmran mövqedə olan təsərrüfat subyektinin məsuliyyətini yaradır. Belə izah etmək olar ki, hökmran mövqedən sui-istifadə edilməsi hökmran mövqedə olan təsərrüfat subyektinə məxsus olub, yalnız onun tərəfindən törədilə bilər.

#### *Səbəbli əlaqə:*

Hökmran mövqedən sui-istifadənin müəyyən edilməsində hökmran mövqə ilə sui-istifadə arasında səbəbli əlaqə axtarılır. Səbəbli əlaqə axtarıllarkən diqqət yetirilməli olan məsələ odur ki, səbəbli əlaqənin harada? - *sui-istifadə nəticəsində yaranan mənfi hallarla* hökmran mövqə arasında, yoxsa

*təsərrüfat subyektinin sui-istifadəyə yol açan davranışı ilə hökmran mövqe arasında axtarılmasıdır.*

**(a) *Sui-istifadə nəticəsində yaranan mənfi hallarla hökmran mövqe arasında səbəbli əlaqə:***

Təsərrüfat subyekti tərəfindən öz hökmran mövqeyindən sui-istifadə etməklə qiymət manipulyasiyaları<sup>20</sup> aparılması bazarda həm istehlakçıların, həm də rəqiblərinin vəziyyətini ağırlaşdıraraq haqsız rəqabətə yol açır. Məsələn, əsas bazarda hökmran mövqedə olan təsərrüfat subyektinin digər qonşu bazarlarda da mövqe tutmaq istəməsi və bu istəyi reallaşdırmaqdan ötrü əsas bazardakı hökmran mövqeyinin yaratdığı iqtisadi gücdən istifadə edərək qonşu bazarlara qiymət manipulyasiyası etməklə girməsi həmin bazarlarda olan rəqabət mühitini alt-üst edir. Hökmran mövqe əsas bazarda olsa da, qiymət manipulyasiyası qonşu bazarlarda həyata keçirilir və mənfi hallara yol açır. Təsərrüfat subyektlərinin rəqabət qaydalarını pozan belə hərəkətlərinin, hökmran mövqe və ondan sui-istifadə edilməsi arasında səbəbli əlaqəni verilən bu misalda aydın görmək olur. Belə ki, qiymət manipulyasiyasının edilməsi digər bazarda həyata keçirilsə də, ona şərait yaradan əsas bazardakı hökmran mövqe olmuşdur. Təsərrüfat subyektinin belə mövqeyi olmasaydı, o zaman o, qonşu bazarlarda bu tip manipulyasiyalar həyata keçirmək iqtidarında olmazdı. Beləliklə, qiymət manipulyasiyası (sui-istifadə) və hökmran mövqe arasında səbəbli əlaqə yaranmış olur.

**(b) *Təsərrüfat subyektinin sui-istifadəyə yol açan davranışı ilə hökmran mövqe arasında səbəbli əlaqə:***

Təsərrüfat subyektinin öz hökmran mövqeyindən istifadə etməklə kontragentə sərfəli olmayan və ya müqavilələrin məzmununa aid olmayan müqavilə şərtlərinin ona məcburi qəbul etdirməsi zamanı əlavə öhdəlik müqavilələrinin bağlanmasını nümunə kimi göstərmək olar. Təsərrüfat subyekti hökmran mövqedə olmasaydı, o bu müqavilələri rahatlıqla öz müştərilərinə imzalada bilməzdi, başqa sözlə desək, müştəri belə müqavilədən imtina edə bilərdi. O səbəbdən subyektin belə sui-istifadə hallarına yol açan hərəkətləri ilə hökmran mövqedə olması arasında səbəbli əlaqə vardır.

## **B. Sui-istifadə hesab edilən hallar**

Hökmran mövqedən sui-istifadə edilən hallar öz içərisində iki cür təsnifləşdirilir. Bunlara **1) Rəqabətə zidd olan sui-istifadə halları** və **2) İstismar şəklində edilən sui-istifadə halları** aiddir. Belə təsnifləşdirmənin əsasında duran məsələ hökmran mövqedən sui-istifadənin məqsədini

<sup>20</sup> "Antiinhisar fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Maddə 8: "Qiymət manipulyasiyası bazarda əlavə üstünlük əldə etmək məqsədilə qiymətlərin yüksəldilməsi, azaldılması və ya bir səviyyədə saxlanılmasıdır." (4 mart 1993)

aydınlaşdırmaq və bilavasitə kimləri hədəf olaraq seçdiyini müəyyənləşdirməkdir.

Təcrübədə hökmran mövqedən sui-istifadə edilməsi hallarının həddən artıq geniş olmağını nəzərə alaraq onlara bir neçə kazus tipli nümunə göstərməklə kifayətlənirəm.

### **1. Qiymət manipulyasiyası:**

Qiymət manipulyasiyası hökmran mövqedə olan təsərrüfat subyektinin iqtisadi gücünə arxalanaraq potensial rəqiblərinin rəqabət aparmaq qabiliyyətlərinin aradan qaldırılması şəkilində qiymətləri azaldaraq onların bazarda qala bilməmələrini təmin etməsi, bazardan çıxardıqdan sonra isə qiymətləri yüksəldərək həmin dövrdəki zərərini kompensasiya etməsidir. Avropa Komissiyasının ECS-AKZO<sup>21</sup> işi üzrə çıxardığı qərarında kimya sənayəsi nəhəngi AKZO öz bazar fəaliyyətini genişləndirmək istəyən ECS-yə qarşı tətbiq etdiyi qiymət manipulyasiyasına görə cərimə edilmişdir. 1979-cu ilə qədər sadəcə benzoil-peroksid istehsal edən ECS, polimer bazarına giriş əldə etmək istəyərkən AKZO tərəfindən ona xəbərdarlıq edilmiş, lakin ECS bu xəbərdarlığa məhəl qoymamış, buna cavab olaraq AKZO, benzoil-peroksid bazarında qiymətləri kəskin surətdə azaltmışdır. Komissiya AKZO şirkətinin bu hərəkətini hökmran mövqedən sui-istifadə kimi qiymətləndirmişdir.

### **2. Mal verməkdən/xidmət göstərməkdən imtina:**

Hökmran mövqedə olmayan subyektlərin müqavilə azadlığı prinsipi çərçivəsində istədikləri vaxt bazarın digər subyektlərinə mal verməkdən (xidmət göstərməkdən) imtina etmək hüquqları olsa da, hökmran mövqedə olan təsərrüfat subyektinin uzun müddət mal verdiyi (xidmət göstərdiyi) hər hansı bir subyektə haqlı səbəb olmadan mal verməkdən (xidmət göstərməkdən) imtina etməsi öz mövqeyindən sui-istifadə kimi qiymətləndirilir və rəqabətin pozulmasına səbəb olur. Əgər hökmran mövqedə olan subyektin verəcəyi mal (göstərəcəyi xidmət) müvafiq bazarda fəaliyyət göstərilməsi üçün həyati əhəmiyyət kəsb edirsə, daha əvvəldən ticarət əlaqələri olan subyektlərlə yanaşı bazara yeni girmək istəyən subyektlərə də mal verməkdən imtina etməsi hökmran mövqedən sui-istifadə kimi qiymətləndirilir.

Mal və ya xidmət verilməsindən imtina ilə bağlı Avropa Ədalət Divanının verdiyi ilk qərar Commercial Solvents<sup>22</sup> işi üzrə olmuşdur. Vərəm

---

<sup>21</sup> Commission Decision of 14 December 1985 relating to a proceeding under Article 86 of the EEC Treaty (IV/30.698 - ECS/AKZO) (Only the Dutch text is authentic) (85/609/EEC)- <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:31985D0609&from=EN> (son baxış 30 noy. 2015)

<sup>22</sup> Judgment of the Court of 6 March 1974. -Istituto Chemioterapico Italiano S.p.A. and Commercial Solvents Corporation v Commission of the European Communities - Joined

xəstəliklərinin müalicəsində istifadə edilən dərmanın xammaddəsinin təşkil edilməsində bazarda hökmran mövqeyə sahib olan Commerical Solvents bu dərmanın istehsalçısı olan Zoja adlı subyektə, özünün də bu dərmanı istehsal etmək niyyətinin olması səbəbilə, dərmanın xammaddəsinə satmaqdan imtina etmişdir.<sup>23</sup> Ədalət Divanı Commercial Solvents'in bu hərəkətini dərman bazarındakı rəqiblərin "rəqabət qabiliyyətini aradan qaldıran hal" kimi qiymətləndirmiş və bunu rəqabət qaydalarına zidd saymışdır.

Məlumat verməkdən imtina ilə əlaqədar İTT Promedia/Belgacom<sup>24</sup> işi üzrə Avropa Komissiyasının vermiş olduğu qərarla, Belçikada hakim mövqedə olan telekommunikasiya operatorunun, mobil rabitə operator bazarına giriş əldə etmək istəyən subyektə məqbul şərtlərin olmasına baxmayaraq, telefon xidmətindən faydalanan müştərilər barədə məlumat verməkdən imtina etməsi hökmran mövqedən sui-istifadə kimi qiymətləndirilmişdir.

### **3. Rəqiblərin istehsal xərclərinin yüksəldilməsi və rəqabətdə əlverişsiz vəziyyətə gətirmə:**

Rəqabətin ziddinə yönələn sui-istifadə hallarının demək olar ki, hamısı rəqiblərin istehsal xərclərini yüksəltməklə onları rəqabətdə əlverişsiz vəziyyətə gətirir. Məsələn, mal və ya xidmətdən imtina zamanı rəqiblər alternativ tədarük qaynaqları axtarmağa başlayırlar ki, bu da onları əlavə xərclərlə üz-üzə qoyur. Oxşar şəkildə qiymət manipulyasiyaları da rəqibləri, rəqabət apara bilmək üçün öz maliyyə xərclərindən aşağı səviyyədə satış aparılması tendensiyası ilə üz-üzə qoyur. Nəticədə hökmran mövqedə olan təsərrüfat subyektinə qədər iqtisadi gücə sahib olmayan subyektlər bazardan silinib gedir, bazara girmək istəyən potensial rəqiblər isə bazara girişdə maneələrlə qarşılaşır.

Rəqiblərin xərclərinin yüksəldilməsinə yönələn hərəkətlərdən biri də yüksək məbləğli reklam və təqdimat tipli taktiki üsullarla hələ bazara girməmiş subyektlərin belə xərcləri ödəmək məcburiyyətində qoyulması halıdır. Hökmran mövqedə olan təsərrüfat subyektinə böyük məbləğdə maliyyə vəsaiti olması səbəbilə reklam işlərinə külli miqdarda vəsait xərclədiyindən hələ bazara giriş əldə etməyən subyektlərin bazarda fəaliyyət göstərə bilməsi üçün onların da belə böyük maliyyə həcmli reklam işləri aparmaları lazım gəlir. Qeyd edilən bu hal rəqabət hüquq qaydaları ilə ziddiyyət təşkil edir və hökmran mövqenin sui-istifadə edilməsi halı kimi qiymətləndirilir.

---

cases 6 and 7-73, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:61973CJ0006&from=EN> (son baxış 30 noy. 2015)

<sup>23</sup> Ulaş, ss. 81-82

<sup>24</sup> Judgment of the Court of First Instance (Fourth Chamber, extended composition) of 17 July 1998, ITT Promedia NV v Commission of the European Communities, Case T-111/96, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:61996TJ0111&from=EN> (son baxış 1 dek. 2015)

#### **4. Əlavə öhdəliklərin müəyyən edilməsi:**

Hökmran mövqedəki subyektin bir mal və ya xidmətlə birlikdə digər bir mal və ya xidmətin satılmasını əlavə öhdəlik kimi irəli sürməsi hökmran mövqenin istismar yönümlü sui-istifadə edilməsidir. Müqavilənin qurulmasını, ticarət və işgüzar qaydalarla heç bir əlaqəsi olmayan əlavə öhdəliklərə bağlayan şərtlər “qandallama şərtləri”<sup>25</sup> adlandırılır. Bir-birindən ayrılı bilən iki növ mal və ya xidmətin bir müqavilədə əlavə öhdəlik şəkilində nəzərdə tutulması hökmran mövqedən sui-istifadə edilməsi kimi qiymətləndirilir. Məsələn, hökmran mövqedə olan dondurma istehsalçısının malların bazara paylanmasını həyata keçirən şəxslə bağladığı müqavilədə dondurma ilə yanaşı təsərrüfat subyektinin emblemini özündə əks etdirən soyuducunun da bazar qiymətinə uyğun olaraq alınmasını tələb etməsi hökmran mövqedən sui-istifadə halı yaratmasa da, dondurma ilə birlikdə limonad alınması və ya soyuducunun bazar qiymətindən 20 qat daha artıq bir qiymətə satılması şərti əlavə öhdəlik yaradır və hökmran mövqedən sui-istifadə halıdır.

#### **5. Ayrı-seçkilik:**

Hökmran mövqedə olan təsərrüfat subyektlərinin ən geniş tətbiq etdiyi sui-istifadə halı eyni səviyyədə olan alıcılara bərabər, eyni növ hüquq və öhdəliklər üçün fərqli şərtlər irəli sürərək birbaşa və ya dolayı yolla ayrı-seçkilik etmələridir. Ayrı-seçkiliyin rəqabət qaydalarının pozulmasına təsiri iki cür ola bilər. Birincisi, hökmran təsərrüfat subyektinin, alıcıları özündən asılı vəziyyətə salaraq rəqib subyektlərin onlara mal və ya xidmət göstərməsinə maneə törətməsi şəkilində, ikincisi fərqli şərtlər tətbiq edərək alıcılar arasındakı rəqabət mühitini pozması şəkilində mövcud ola bilər.

### **Nəticə**

Rəqabət hüququnda təsərrüfat subyektinin hökmran mövqedən sui-istifadə etməsini müəyyənləşdirərkən ən birinci təsərrüfat subyektinin varlığını, ikinci müvafiq bazarı və müvafiq coğrafi bazarı müəyyən etmək lazımdır. Daha sonra rəqabət hüququnun qaydalarının pozulub-pozulmadığının aydınlaşdırılması üçün təsərrüfat subyektinin müvafiq bazarda hökmran mövqedə olub-olmaması məsələsi həll edilməlidir. Hökmran mövqenin müəyyənləşdirilməsində başlıca meyar təsərrüfat subyektinin rəqiblərindən və müştərilərindən müstəqil olaraq müvafiq bazardakı iqtisadi parametrləri təyin etmək iqtidarında olub-olmamasıdır. Bununla yanaşı müvafiq bazardakı bazar payı (mövcud qanunvericilik baxımından 35% və daha yuxarı) hökmran mövqenin olmasını göstərən əsas faktordur. Xüsusilə, oliqopoliya (sadəcə 3-4 təsərrüfat subyektinin aktiv

---

<sup>25</sup> Ulaş, s. 111

olduğu) bazarlarında tək başına olmasa da, birlikdə hökmran mövqenin olub-olmamasına diqqət yetirilməlidir.

Hökmran mövqenin təyin edilməsi hələ təsərrüfat subyektinin hüquqi məsuliyyətini yaratmır. Belə məsuliyyətin yaranması, onun bu mövqedən rəqabət hüququnun qaydalarının ziddinə istifadə edib-etmədiyi halının aydınlaşdırılmasından sonra mümkündür.