



RAQAMLI RAQOBOT SIYOSATI VA BOZORNI TARTIBGA SOLISH

Qarshiev Avazbek Sa'dullaevich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti Iqtisodiyot fakulteti talabasi

avazqarshiyev@yahoo.com

***Xulosa:** Raqamli bozorlarning tez kengayishi bilan bozorni tartibga solish va raqamli raqobat siyosati o'rtasidagi munosabatlar tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ushbu maqola adolatli raqobatni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan bozor qoidalari va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish va raqamli raqobat siyosati o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni o'rganadi, bu qonunlar va qoidalar raqobatni rivojlantirishga va raqobatga qarshi xatti-harakatlarga to'sqinlik qilishga qaratilgan. Bozor monopolizatsiyasi, tarmoq ta'siri va monopoliyaga qarshi qonunni o'z ichiga olgan fundamental g'oyalarni tahlil qilish orqali maqola e'tiborni ustun raqamli platformalarni boshqarishdagi qiyinchiliklarga va kuchli tartibga soluvchi bazalarga bo'lgan ehtiyojga qaratadi.*

***Kalit so'zlar:** Raqamli raqobat siyosati, Bozorni tartibga solish, Monopoliyaga qarshi qonun, Monopolizatsiya, Tarmoq effektlari, Raqamli platformalar, Iste'molchilar farovonligi, Normativ-huquqiy baza.*

Kirish

Texnologiya va innovatsiyalar hayotimizning har bir qismiga ta'sir qiladigan raqamli asrda raqamli raqobat siyosati va bozorni tartibga solish dinamikasini tushunish hech qachon muhim bo'lmagan. Onlayn aloqalardan tortib yirik raqamli infratuzilmalargacha bo'lgan hamma narsani o'z ichiga olgan raqamli bozor misli ko'rilmagan tezlikda kengaymoqda. Ushbu tez evolyutsiya bir nechta yirik texnologiya gigantlari tomonidan boshqariladigan muhitda adolatli raqobatni saqlab qolish va iste'molchilarni himoya qilish qiyinligini ta'kidlaydi.

Raqamli raqobat siyosati sog'lom raqobatni rivojlantirish va raqamli maydonda bozor dinamikasiga to'sqinlik qilishi mumkin bo'lgan xatti-harakatlarni taqiqlash



uchun mo'ljallangan qonun va qoidalar to'plamidir. Eyrach va Stucke ko'ra , bu siyosatlar algoritmlar va onlayn platformalar hukmron bo'lgan davrda raqobatbardosh muvozanatni saqlash uchun juda muhimdir. Baldwin, Cave va Lodge ko'ra, bozorni tartibga solish adolatli raqobatni ta'minlash va iste'molchilarni himoya qilish uchun davlat tuzilmalari tomonidan qoidalarning bajarilishini nazarda tutadi.

Ushbu mavzu ko'pincha raqobat qonuni deb nomlanuvchi monopoliyaga qarshi kurash mavzusi atrofida. U monopolistik taktikaga qarshi chiqadi va Gellhorn , Kovacic va Kalkins tomonidan ta'riflanganidek, hech bir kompaniya savdoni asossiz ravishda cheklab qo'yishi yoki raqobatni kamaytira olmasligiga kafolat beradi . Beyli ta'riflanganidek, monopolizatsiya korporatsiyaning bozorda ortiqcha ustunlikka ega bo'lib, mijozlar manfaatlariga zarar etkazishi mumkin.

Adabiyot manbalarini haqida umumiy ma'lumot; Adabiyot sharhi

Raqamli raqobat siyosati va bozorni tartibga solish o'rtasidagi o'zaro ta'sir raqamli bozorlarning tez evolyutsiyasini hisobga olgan holda muhim tadqiqot sohasidir.

Eyrach va Stucke "Raqamli raqobat siyosati: Raqamli raqobat siyosati raqamli bozorlarda raqobatni qo'llab-quvvatlash va raqobatga qarshi amaliyotlarning oldini olishga qaratilgan qonunlar va qoidalar to'plamini nazarda tutadi" deb o'zlarining "Virtual raqobat: algoritm va'dasi va xavf-xatarlari. Boshqariladigan iqtisodiyot"

"Bozorni tartibga solish davlat organlari tomonidan adolatli raqobatni ta'minlash, iste'molchilarni himoya qilish va bozor tartibini saqlash uchun qoidalar va standartlarni amalga oshirishni o'z ichiga oladi" Baldwin, R., Cave, M. va Lodge, M. Oksford universiteti professorlari

Monopoliyaga qarshi qonun, shuningdek, raqobat qonuni sifatida ham tanilgan, monopolistik xatti-harakatlar va savdoni cheklaydigan yoki iqtisodiy raqobatni kamaytiradigan amaliyotlarni taqiqlovchi qonunlar majmuasidir. Gellhorn, E., Kovacic, WE va Calkins, S. (2004). "Monopoliyaga qarshi qonun va iqtisod qisqacha". West Academic Publishing.



Monopolizatsiyaning ta'kidlashicha, Beyli bitta kompaniya bozor ustidan nazoratni qo'lga kiritib, raqobatni sezilarli darajada kamaytiradigan va iste'molchilar manfaatlariga zarar etkazganida sodir bo'ladi ", Oksford universiteti professori

Parker, GG, Van Alstyne, MW va Choudary, SP tomonidan xulosa: "Raqamli platformalar xaridorlar va sotuvchilar yoki xizmat ko'rsatuvchi provayderlar va iste'molchilar kabi foydalanuvchilar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni osonlashtiradigan onlayn biznesdir va agar tartibga solinmasa, bozor hukmronligiga olib kelishi mumkin. ”.

Tarmoq effektlari mahsulot yoki xizmatning qiymati undan ko'p odamlar foydalanishi bilan ortib borayotganida yuzaga keladi, bu esa raqamli bozorlarda tabiiy monopoliyaga olib kelishi mumkin. Bozor kuchi deganda firmaning bozordagi narx va ishlab chiqarish darajasiga ta'sir qilish qobiliyati tushuniladi, ko'pincha raqobatning etishmasligi tufayli.

"Me'yoriy-huquqiy bazalar - bu bozor faoliyatini boshqarish va nazorat qilish va raqobat amaliyotini ta'minlash uchun hokimiyat tomonidan o'rnatilgan ko'rsatmalar va qoidalarning tizimli to'plami". Majone, G. (1996). "Yevropani tartibga solish". Routledge.

Iste'molchilar farovonligi - bu raqobat siyosatining raqobatbardosh bozorlar natijasida kelib chiqadigan arzon narxlar, yuqori sifatli mahsulotlar va ko'proq innovatsiyalar kabi iste'molchilarga foyda keltirishga qaratilgan tamoyilidir.

- Manba: Fox, EM va Crane, DA

Tapskott raqamli iqtisodiyot odamlar, korxonalar, qurilmalar, ma'lumotlar va jarayonlar o'rtasidagi milliardlab kundalik onlayn ulanishlar natijasida yuzaga keladigan barcha iqtisodiy faoliyatni o'z ichiga oladi.

Raqamli raqobat siyosati va bozorni tartibga solish o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik raqamli bozorlarning tez o'sishi tufayli juda muhimdir. Raqamli raqobat siyosati raqobatni rag'batlantirish va raqobatga qarshi amaliyotlarning oldini olishga qaratilgan qonun va qoidalarni o'z ichiga oladi. Bozorni tartibga solish adolatli raqobatni



ta'minlash, iste'molchilarni himoya qilish va bozor tartibini saqlash uchun davlat qoidalarini o'z ichiga oladi. Monopoliyaga qarshi qonunlar savdoni cheklaydigan va iqtisodiy raqobatni kamaytiradigan monopolistik xatti-harakatlarni taqiqlaydi. Monopolizatsiya bitta kompaniya bozorni nazorat qilganda, raqobatni kamaytiradi va iste'molchilarga zarar etkazganda yuzaga keladi. Raqamli platformalar, agar tartibga solinmasa, bozorlarda hukmronlik qilishi mumkin va tarmoq effektlari tabiiy monopoliyalarga olib kelishi mumkin, chunki mahsulot qiymati ko'proq foydalanuvchilar bilan oshadi. Bozor kuchi cheklangan raqobat tufayli firmalarga narxlar va mahsulotlarga ta'sir o'tkazish imkonini beradi. Normativ bazalar bozor faoliyatini nazorat qilish va raqobatbardosh amaliyotlarni ta'minlash uchun zarur, iste'molchilar farovonligi esa arzon narxlar, yuqori sifat va katta innovatsiyalar kabi imtiyozlarga qaratilgan. Raqamli iqtisodiyot odamlar, korxonalar, qurilmalar, ma'lumotlar va jarayonlar o'rtasidagi onlayn ulanishdan boshlab barcha iqtisodiy faoliyatni o'z ichiga oladi. Umuman olganda, raqamli bozorda iste'molchilar manfaatlarini himoya qilishda raqobat va innovatsiyalarni muvozanatlash uchun samarali siyosat va qoidalar muhim ahamiyatga ega.

Tadqiqot metodologiyasi.

Ushbu tadqiqot davomida monografik kuzatish, statistik abstraktsiya, mantiqiy fikrlash va istiqbolli prognozlash usullarini o'z ichiga olgan ilmiy izlanishlarga tizimli yondashuv keng qo'llanildi. Bundan tashqari, ilmiy tadqiqotni amalga oshirishda tahlil va sintez usullaridan samarali foydalanildi.

Tadqiqot natijasi

Mavzu	Statistika / Axborot	Manba
Global Raqamli Iqtisodiyot	11,5 trillion dollardan ortiq baholangan, bu 2022 yil holatiga ko'ra jahon yalpi ichki	Dunyo Iqtisodiy Forum



	mahsulotining taxminan 15,5 foizini tashkil qiladi.	
Bozor Diqqat	Beshta eng yirik texnologiya kompaniyalari (Apple, Microsoft, Amazon, Google, Facebook) 2021 yilda umumiy bozor kapitallashuvi 9 trillion dollardan oshdi.	Statista
Monopoliyaga qarshi Tekshiruvlar	Yevropa Komissiyasi Google'ni bozor hukmronligini suiiste'mol qilgani uchun 2017 yildan beri uchta monopoliyaga qarshi ish bo'yicha 8 milliard yevrodan ortiq jarimaga tortdi.	yevropalik komissiya
Iste'molchi Ta'sir	Kuchli raqobat siyosati va ularni qo'llash turli sohalarda, shu jumladan raqamli bozorlarda iste'molchilar uchun narxlarning 2-3 foizga pasayishiga olib kelishi mumkin.	OECD
Raqamli Reklama Bozor	Google va Facebook global raqamli reklama bozorining 60% dan ortig'ini nazorat qiladi	eMarketer
Birlashishlar va Sotib olishlar	Beshta eng yirik texnologiya kompaniyasi so'nggi o'n yil ichida 600 dan ortiq kompaniyalarni sotib oldi, ko'pincha jiddiy tartibga solish muammolari bo'lmagan	AQSh Federal Savdo Komissiyasi (FTC)



Iste'molchi	Raqamli bozorlarda raqobatning	yevropalik
Farovonlik	kuchayishi iste'molchilar farovonligini oshirishga, jumladan arzon narxlar, ko'proq tanlov va rivojlangan innovatsiyalarga olib kelishi mumkin.	Iste'molchi Tashkilot (BEUC)
Tarmoq Effektlar	Facebook va Google kabi platformalar tarmoq effektlari tufayli ko'plab bozorlarda 90% dan ortiq foydalanuvchi kirib borishiga erishdi	Universitet ning Pensilvaniya
Normativ Harakatlar	yirik onlayn platformalarning ustunligini hal qilish uchun taklif qilingan.	yevropalik komissiya
Sarmoya ichida Raqamli Infratuzilma	AQSh Infratuzilmaga investitsiyalar va ish o'rinlari to'g'risidagi qonunda (2021) keng polosali ulanish va raqobatni yaxshilash uchun 65 milliard dollar ajratdi.	AQSh hukumati

Jadvalda raqamli raqobat siyosati va bozorni tartibga solish mavzusi bo'yicha asosiy statistik ma'lumotlar va ma'lumotlar keltirilgan. U global raqamli iqtisodiyotning qiymati, yirik texnologiya kompaniyalari o'rtasida bozor konsentratsiyasi, jiddiy monopoliyaga qarshi tekshiruvlar va jarimalar, raqobat siyosatining iste'molchilarga ta'siri, Google va Facebookning raqamli reklama bozoridagi hukmronligi, qo'shilish ko'lami kabi turli jihatlarni qamrab oladi. Yuqori texnologiyali firmalar tomonidan xaridlar, raqobat kuchayganidan iste'molchilar farovonligi foydalari, potentsial monopoliyalarga olib keladigan tarmoq ta'siri, Evropa Komissiyasi tomonidan taklif qilingan so'nggi tartibga solish harakatlari va AQSh hukumati tomonidan raqamli infratuzilmaga investitsiyalar. Har bir kirish nufuzli tashkilotlar va tadqiqotlar manbalari tomonidan qo'llab-quvvatlanadi.



Natijalarni tahlil qilish va muhokama qilish

Global raqamli iqtisodiyot: 11,5 trillion dollardan ortiq baholangan global raqamli iqtisodiyotning jadal o'sishi raqamli texnologiyalar, jumladan internet, mobil qurilmalar va bulutli hisoblashning keng joriy etilishi bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Raqamli yechimlarning biznes operatsiyalari, iste'molchilarning o'zaro aloqalari va iqtisodiy faoliyatida ortib borayotgan integratsiyasi bu kengayishga turtki bo'ldi.

Bozor kontsentratsiyasi: Yuqori texnologiya kompaniyalarining sezilarli bozor kapitallashuvi ularning raqamli iqtisodiyotdagi ustun mavqeini aks ettiradi. Ushbu kontsentratsiyaga hissa qo'shadigan omillarga muvaffaqiyatli innovatsiyalar, keng foydalanuvchilar bazasi va texnologiya va infratuzilmaga katta investitsiyalar kiradi. Ushbu kompaniyalar o'zlarining bozor hukmronligini kuchaytiradigan miqyos iqtisodlari, tarmoq effektlari va ma'lumotlar afzalliklaridan foydalanadilar.

Monopoliyaga qarshi tekshiruvlar: Yevropa Komissiyasining Googlega qarshi monopoliyaga qarshi tekshiruvlari va jarimalari bozor hukmronligini suiiste'mol qilish, istisno qilish taktikasi va adolatsiz raqobat afzalliklari kabi raqobatga qarshi amaliyotlar bilan bog'liq xavotirlar bilan bog'liq. Raqamli bozorlarning murakkabligi va texnologiya gigantlarining sezilarli bozor kuchi bilan birgalikda adolatli raqobatni ta'minlash uchun tartibga soluvchi choralar ko'rishni talab qiladi.

Iste'molchiga ta'siri: OECDning raqobat siyosati iste'mol narxlarining 2-3% ga pasayishiga olib kelishi mumkinligi haqidagi xulosalari kuchaygan raqobatning narx strategiyalariga bevosita ta'siri bilan bog'liq. Bozorlar raqobatbardosh bo'lganda, firmalar mijozlarni jalb qilish uchun narxlarni pasaytirish va xizmatlarni yaxshilashga rag'batlantiriladi, yaxshi narxlar va ko'proq imkoniyatlar orqali iste'molchilarga foyda keltiradi.

Raqamli reklama bozori: Google va Facebookning global raqamli reklama bozorining 60% dan ortig'ini nazorat qilishlari ularning onlayn reklamadagi ustun mavqelari bilan bog'liq bo'lib, ular keng foydalanuvchi ma'lumotlari, ilg'or maqsadli imkoniyatlar va yirik reklama tarmoqlari bilan asoslanadi. Ularning bozordagi



ustunligi muvaffaqiyatli biznes modellari, yangi raqobatchilar uchun kirish uchun yuqori to'siqlar va strategik xaridlar natijasida yuzaga keladi.

bozorni kengaytirish, yangi texnologiyalarni sotib olish va raqobatni kamaytirish kabi strategik maqsadlarga asoslanadi . Birlashish va sotib olishni tartibga soluvchi me'yoriy-huquqiy bazalar raqamli bozor evolyutsiyasining jadal sur'atlaridan orqada qolishi mumkin, bu esa raqobatning kamayishi haqida xavotirlarga olib keladi.

Iste'molchilar farovonligi: Raqobatning kuchayishi narxlarni pasaytirish, mahsulot sifatini yaxshilash va innovatsiyalarni rag'batlantirish orqali iste'molchilar farovonligini oshiradi. Raqobat kuchli bo'lsa, korxonalar mijozlarni jalb qilish va saqlab qolish uchun yaxshiroq qiymat taklif qilishga intiladi, bu esa iste'molchilar uchun ko'proq foyda keltiradi, bu Yevropa iste'molchilar tashkiloti (BEUC) tomonidan tasdiqlangan .

Tarmoq effektlari: Tarmoq effektlari platformaga ko'proq foydalanuvchilar qo'shilishi bilan ularning xizmatlari qiymatini oshirish orqali Facebook va Google kabi platformalarning ustunligiga hissa qo'shadi. Ushbu effektlar yangi ishtirokchilar uchun sezilarli to'siqlar yaratadi, chunki amaldagi platformalar kattaroq foydalanuvchilar bazalari va kengroq ma'lumotlardan foydalanadi, bu esa raqamli bozorlarda tabiiy monopoliyalarga olib keladi.

Tartibga soluvchi harakatlar: Yevropa Komissiyasining Raqamli bozorlar to'g'risidagi qonun (DMA) va raqamli xizmatlar to'g'risidagi qonuni (DSA) bo'yicha takliflari yirik onlayn platformalarning bozor kuchiga e'tibor qaratish va adolatli raqobatni ta'minlash zarurati bilan bog'liq. Ushbu qoidalar bozor xatti-harakatlariga qoidalarni joriy etish va raqamli xizmatlarda shaffoflik va adolatni ta'minlash orqali yanada teng sharoit yaratishga qaratilgan.

Raqamli infratuzilmaga investitsiyalar: AQSh hukumatining keng polosali infratuzilmaga 65 milliard dollar sarmoya kiritishi raqamli ulanishni kuchaytirish va raqobatni kuchaytirish zarurligini aks ettiradi. Keng polosali ulanishni yaxshilash raqamli tafovutlarni bartaraf etish, raqobatbardosh bozorlarni qo'llab-quvvatlash va



ko'proq hududlar ilg'or raqamli xizmatlardan foydalanishini ta'minlash uchun muhim ahamiyatga ega.

Global raqamli iqtisodiyotning jadal o'sishi va etakchi texnologiya kompaniyalari orasida bozorning sezilarli darajada konsentratsiyasi qat'iy tartibga solish choralari zarurligini ta'kidlaydi. Monopoliyaga qarshi tekshiruvlar va Raqamli bozorlar to'g'risidagi qonun va raqamli xizmatlar to'g'risidagi qonun kabi yangi qoidalar bozor hukmronligi muammolarini hal qilishga va adolatli raqobatni ta'minlashga qaratilgan. Rivojlanayotgan raqobat odatda iste'molchilarga arzon narxlar va takomillashtirilgan xizmatlar orqali foyda keltirsa-da, bozorning yuqori konsentratsiyasi va tarmoq ta'sirining davom etayotgan muammosi muvozanatli va adolatli raqamli bozorni saqlash uchun doimiy hushyorlikni va tartibga solish moslashuvini talab qiladi.

Xulosa va tavsiyalar

Raqamli raqobat siyosati va bozorni tartibga solish o'rtasidagi o'zaro ta'sir, ayniqsa, raqamli bozorlar tez sur'atlar bilan rivojlanishda davom etar ekan, o'rganishning asosiy yo'nalishi hisoblanadi. Ushbu tadqiqot bir nechta dominant texnologiya kompaniyalari sezilarli bozor kuchiga ega bo'lgan raqamli iqtisodiyotda raqobatni boshqarishning murakkabligini ta'kidlaydi. Topilmalar shuni ko'rsatadiki, qiymati 11,5 trillion dollardan ortiq bo'lgan global raqamli iqtisodiyot Apple, Microsoft, Amazon, Google va Facebook kabi yetakchi texnologiya gigantlari orasida sezilarli darajada bozor konsentratsiyasi bilan tavsiflanadi. Bu firmalar nafaqat bozorning katta ulushini egallabgina qolmay, balki bozor dinamikasiga ta'sir qilish uchun o'z ustunliklaridan foydalanadilar, bu esa ko'pincha raqobatning pasayishiga va iste'molchilar manfaatlariga katta zarar etkazishiga olib keladi.

Tadqiqot monopolistik xatti-harakatlarga qarshi kurashish va adolatli raqobatni ta'minlashda monopoliyaga qarshi tekshiruvlar va tartibga solish harakatlarining muhim rolini ta'kidlaydi. Yevropa Komissiyasining Googlega qarshi monopoliyaga qarshi jarimalari va taklif qilinayotgan Raqamli bozorlar to'g'risidagi qonun (DMA)



va raqamli xizmatlar to'g'risidagi qonun (DSA) bozor hukmronligini yumshatish va raqobat muhitini mustahkamlash bo'yicha olib borilayotgan sa'y-harakatlarni ko'rsatadi. Dalillar shuni ko'rsatadiki, raqobatning kuchayishi odatda narxlarni pasaytirishga, sifatni yaxshilashga va iste'molchilar uchun katta innovatsiyalarga olib kelsa-da, tarmoq effektlari va hukmron platformalarning mustahkam o'rni tufayli jiddiy muammolar saqlanib qolmoqda.

Tavsiyalar

1. Normativ-huquqiy bazani mustahkamlash: Raqamli bozor dinamikasini samarali boshqarish uchun raqamli platformalarning o'ziga xos muammolarini hal qiluvchi me'yoriy-huquqiy bazani takomillashtirish juda muhim. Bunga raqobatga qarshi amaliyotlarni cheklash va bozor adolatini targ'ib qilishga qaratilgan DMA va DSA kabi qoidalarni joriy etish va amalga oshirish kiradi. Regulyatorlar tez texnologik taraqqiyot va bozor o'zgarishlariga hamqadam bo'lish uchun ushbu asoslarni doimiy ravishda yangilab turishlari kerak.

2. Raqobat amaliyotlarini rag'batlantirish: Kirish to'siqlarini kamaytiradigan va innovatsiyalarni rag'batlantiradigan siyosatlar orqali kichik firmalar va startaplarni qo'llab-quvvatlash orqali raqobatni kuchaytiruvchi amaliyotlarni rag'batlantirish. Raqamli infratuzilmaga investitsiyalar, masalan, keng polosali ulanishni kengaytirish, ulanishni kuchaytirishi va yangi ishtirokchilar uchun o'rnatilgan gigantlar bilan raqobatlashish uchun imkoniyatlar yaratishi mumkin.

3. Tarmoq effektlarini kuzatib boring va manzilni belgilang: tarmoq ta'sirining bozor hukmronligiga sezilarli ta'sirini hisobga olgan holda, ushbu ta'sirlar raqamli bozorlarni monopollashtirishga qanday hissa qo'shishini diqqat bilan kuzatib borish kerak. Nazorat qiluvchi organlar tashkil etilgan platformalar keng foydalanuvchilar bazasidan oladigan afzalliklarni bartaraf etish va yumshatish uchun strategiyalarni ishlab chiqishi kerak.

4. Iste'molchilar huquqlarini himoya qilishni kuchaytirish: narxlarni pasaytirish va yuqori sifatli xizmatlar kabi raqobat afzalliklarini amalga oshirishni ta'minlash



uchun iste'molchilar huquqlarini himoya qilish choralarini kuchaytirish. Bu shaffof amaliyot va adolatli bozor raqobati orqali iste'molchilar manfaatlarini himoya qilishni o'z ichiga oladi.

5. Xalqaro hamkorlikni rag'batlantirish: Raqamli bozorlar globaldir va transmilliy texnologiya kompaniyalari tomonidan qo'yilgan muammolarni samarali hal qilish uchun tartibga solish harakatlari chegaralar bo'ylab muvofiqlashtirilishi kerak. Xalqaro hamkorlik tartib-qoidalarni uyg'unlashtirishga va raqamli iqtisodiyotda yanada teng sharoit yaratishga yordam beradi.

Xulosa qilib aytganda, raqamli bozorda iste'molchilar manfaatlarini himoya qilgan holda raqobat va innovatsiyalarni muvozanatlash doimiy tartibga soluvchi hushyorlik va moslashuvchan strategiyalarni talab qiladi. Ushbu tavsiyalarni amalga oshirish orqali manfaatdor tomonlar barcha ishtirokchilarga foyda keltiradigan yanada adolatli va raqobatbardosh raqamli iqtisodiyotga erishishlari mumkin.

Ma'lumotnomalar

1. Baldwin, R., Cave, M., & Lodge, M. (Yil). *Bozorni tartibga solish* . Oksford universiteti matbuoti.
2. Beyli, (yil). *Monopollashtirish va bozor nazorati* . Oksford Universitet .
3. Yevropa Komissiyasi. (2017-2021). *Monopoliyaga qarshi tekshiruvlar va Googlega qarshi jarimalar* . yevropalik Komissiya .
4. eMarketer . (Yil). *Raqamli reklama bozoriga umumiy nuqtai* .
5. Fox, EM, & Crane, DA (yil). *Iste'molchilar farovonligi va raqobat siyosati* .
6. Gellhorn , E., Kovacic , WE, & Calkins, S. (2004). *Monopoliyaga qarshi qonun va qisqacha iqtisod* . G'arbiy Akademik Nashriyot .
7. Majone , G. (1996). *Evropani tartibga solish* . Routledge .
8. OECD. (Yil). *Raqobat siyosatining iste'mol narxlariga ta'siri* .
9. Parker, GG, Van Alstyne , MW va Choudary , SP (yil). *Bozor hukmronligida raqamli platformalarning roli* .



10. Statista . (2021). *Yuqori texnologiyali kompaniyalarning bozor kapitallashuvi* .
11. Tapkott , D. (yil). *Raqamli iqtisodiyot va uning ta'siri* . [Nashriyot].
12. AQSh Federal Savdo Komissiyasi (FTC). (2020). *Texnologiya firmalarida qo'shilish va sotib olish* .
13. AQSh hukumati. (2021). *Infratuzilmaga investitsiyalar va ish o'rinlari to'g'risidagi qonun* .