



MONOPOLIYAGA QARSHI DAVLAT ORGANI VA UNING HUDUDIIY BOSHQARMALARI FAOLIYATINING INSTITUTSIONAL MEXANIZMLARINING YONDASHUVLARI

Bekbutayev Nodirjon

Urganch davlat universiteti

ORCID: 0009-0003-5921-5197

toshevnurbek497@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada platforma iqtisodiyoti sharoitida bozor ekotizimining raqobat va hamkorlik uyg'unligiga asoslangan modeli tahlil qilinadi. Tadqiqotda kompaniyaning markaziy subyekt sifatidagi o'rni, yetkazib beruvchilar, iste'molchilar, yangi kirib keluvchilar va o'rinbosar platformalar bilan o'zaro munosabatlari yoritiladi. Model "koopetitsiya" tamoyili asosida raqobat bosimi va hamkorlik orqali qiymat yaratish jarayonlarini ochib beradi. Olingan natijalar platforma bozorlarida barqaror rivojlanish, innovatsiyalarni jadallashtirish va bozor samaradorligini oshirish mexanizmlarini tushuntirishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: platforma iqtisodiyoti, bozor ekotizimi, koopetitsiya, raqobat va hamkorlik, raqamli platformalar, innovatsiyalar, bozor samaradorligi.

ПОДХОДЫ К ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМ МЕХАНИЗМАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОРГАНА И ЕГО ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ УПРАВЛЕНИЙ

Бекбутаев Нодиржон

Ургенчский государственный университет

Аннотация. В статье анализируется модель рыночной экосистемы в условиях платформенной экономики, основанная на сочетании конкуренции и сотрудничества. В исследовании раскрывается роль компании как центрального субъекта, а также рассматриваются её взаимодействия с поставщиками, потребителями, новыми участниками рынка и платформами-заменителями. Модель, базирующаяся на принципе коопетиции, демонстрирует процессы создания ценности через конкурентное давление и кооперативные связи. Полученные результаты способствуют пониманию механизмов обеспечения устойчивого развития, ускорения инноваций и повышения эффективности рынка на платформенных рынках.

Ключевые слова: платформенная экономика, рыночная экосистема, коопетиция, конкуренция и сотрудничество, цифровые платформы, инновации, эффективность рынка.

APPROACHES TO THE INSTITUTIONAL MECHANISMS OF THE ACTIVITIES OF THE ANTI-MONOPOLY STATE AUTHORITY AND ITS REGIONAL BODIES

Bekbutayev Nodirjon
Urgench State University

Abstract. *The article analyzes a market ecosystem model in the context of the platform economy, based on the integration of competition and cooperation. The study highlights the role of the company as a central actor and examines its interactions with suppliers, consumers, new entrants, and substitute platforms. The model, grounded in the principle of coopetition, reveals the processes of value creation through competitive pressure and collaborative relationships. The findings contribute to explaining the mechanisms that foster sustainable development, accelerate innovation, and enhance market efficiency in platform markets.*

Keywords: *platform economy, market ecosystem, coopetition, competition and cooperation, digital platforms, innovation, market efficiency.*

Kirish.

Yangi kirib keluvchilar bozorga innovatsiya va raqobat olib kirib, kompaniyani samaradorlikni oshirish va doimiy yangilanishga undaydi. O'rinbosar platformalar esa muqobil xizmatlarni taklif etish orqali bozor ulushi uchun kurashni kuchaytiradi va kompaniya faoliyatiga raqobat bosimini yuzaga keltiradi.

Kooperatsiya tushunchasi bir vaqtning o'zida raqobat va hamkorlikning mavjudligini anglatadi. Mazkur yondashuv platforma iqtisodiyotida kompaniyalar faqat raqobat bilan cheklanib qolmasdan, balki hamkorlik orqali umumiy qiymat yaratishini ko'rsatadi. Natijada, bunday model barqaror rivojlanish, innovatsion jarayonlarning jadallashuvi va bozor samaradorligining oshishiga xizmat qiladi.

Yetkazib beruvchilar (ishlab chiqaruvchilar va hamkorlar) kompaniya uchun zarur resurslar, texnologiyalar va xizmatlar manbai hisoblanadi. Ular bilan o'rnatilgan hamkorlik aloqalari kompaniya faoliyatining barqarorligini ta'minlaydi. Shu bilan birga, ayrim holatlarda yetkazib beruvchilarning boshqa platformalar bilan hamkorlik qilishi raqobat omilining shakllanishiga ham olib keladi.

Bozor ekotizimida kompaniya markaziy subyekt sifatida namoyon bo'lib, u yetkazib beruvchilar, xaridorlar, yangi kirib keluvchilar va o'rinbosar platformalar bilan uzviy o'zaro aloqada faoliyat yuritadi. Ushbu munosabatlar raqobat va hamkorlikning bir vaqtning o'zida mavjudligini, ya'ni kooperatsiya jarayonini yaqqol aks ettiradi.

Adabiyotlar sharhi.

Yu va Desheng (2023) raqamli transformatsiya sharoitida raqobat siyosatining korxonalar raqamlashtirilish darajasi va innovatsion faollikka ta'sirini empirik tahlil qilib, Xitoy Antimonopol Qonuni (AML) raqamli xizmatlar bozorida innovatsiyalarni rag'batlantirishini asoslaydi, Rosa (2022) raqamli bozorlar kontekstida antitrust huquqini qo'llash masalalarini yoritib, xizmatlar sektorida platformaviy ustunlik va bozor contestabelligini ta'minlashda moslashuvchan regulatsiya mexanizmlarining ahamiyatini ko'rsatadi. Haucap (2021) raqamli iqtisodiyot sharoitida raqobat va monopoliyaga qarshi nazorat muammolarini tahlil qilib, yirik raqamli platformalarning xizmatlar bozorida ustun mavqe shakllantirish mexanizmlarini hamda ex-ante regulatsiya zarurligini ilmiy asoslaydi. Evans, Tucker va Fels (2020) raqamli davrda antimonopol siyosatning evolyutsiyasini tahlil qilib, algoritmik narx belgilash va ma'lumotlar effektlari sharoitida raqobat siyosatini yangilash zaruratini asoslab beradi. Thiemann va Gonzaga (2021) Big Data'ning raqamli xizmatlar bozorida raqobat mexanizmlariga ta'sirini tahlil qilib, ma'lumotlar konsentratsiyasi monopoliyaviy ustunlikning

muhim manbai ekanligini hamda raqamli monitoring mexanizmlarini kuchaytirish zarurligini ko'rsatadi.

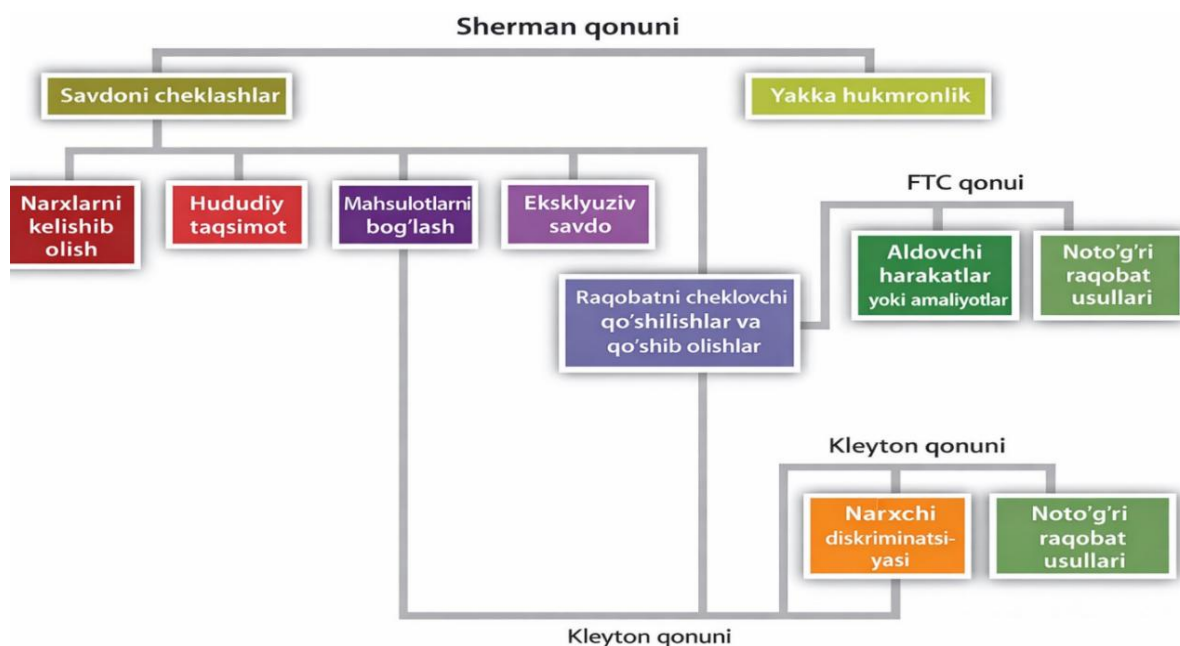
Tadqiqot metodologiyasi.

Mazkur tadqiqot platforma iqtisodiyoti va institutsional iqtisodiyot yondashuvlariga asoslanib olib borildi. Tadqiqot jarayonida platforma asosidagi bozor ekotizimida kompaniyaning markaziy subyekt sifatidagi o'rni, yetkazib beruvchilar, iste'molchilar, yangi kirib keluvchilar hamda o'rinbosar platformalar bilan o'zaro munosabatlari tizimli tahlil qilindi.

Metodologik asos sifatida tizimli va strukturaviy tahlil, institutsional taqqoslash hamda kooperatsiya konsepsiyasi qo'llanildi. Shuningdek, raqobat va hamkorlikning uyg'unlashuvi, bozor bosimi va qiymat yaratish mexanizmlarini baholashda sifat (qualitative) tahlil usullaridan foydalanildi. Tadqiqot natijalari platforma bozorlarida raqobat siyosatini takomillashtirish va barqaror rivojlanish mexanizmlarini asoslashga xizmat qiladi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

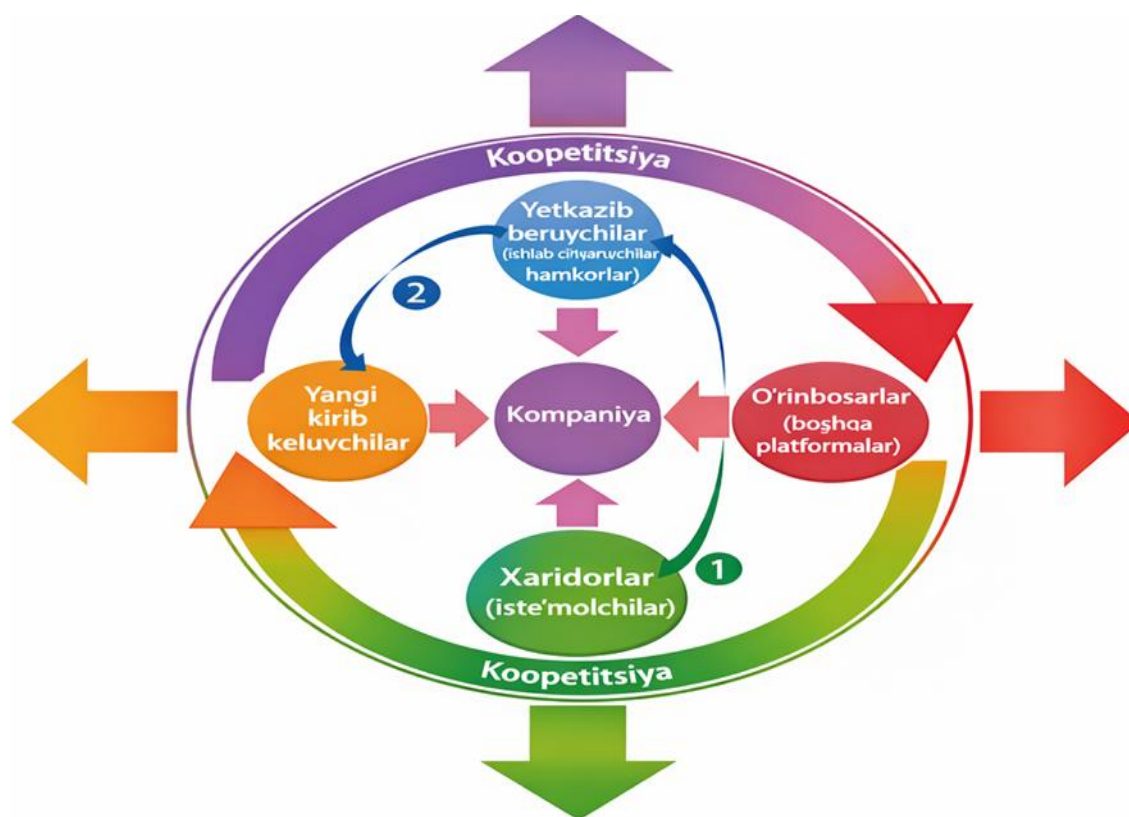
Xaridorlar (iste'molchilar) kompaniya faoliyatining asosiy natija beruvchi subyekti hisoblanib, ularning ehtiyojlari, xulq-atvori va talablari butun iqtisodiy ekotizimning shakllanishida hal qiluvchi rol o'ynaydi. Diagrammada xaridorlar bilan kompaniya o'rtasidagi ikki tomonlama o'zaro bog'liqlik aks ettirilgan bo'lib, bu munosabat faqat mahsulot yoki xizmat yetkazib berish bilan cheklanmaydi. Mazkur jarayon foydalanuvchi ma'lumotlari, iste'molchi fikr-mulohazalari, sodiqlik darajasi va uzoq muddatli hamkorlik orqali qo'shimcha qiymat yaratishni ham qamrab oladi. Aynan shu omillar kompaniyalarning strategik qarorlar qabul qilishida va bozor takliflarini takomillashtirishida muhim axborot manbai bo'lib xizmat qiladi. Shu bilan birga, Sherman qonuni doirasida "savdoni cheklashlar" tushunchasi monopoliyaga qarshi siyosatning birinchi va asosiy yo'nalishini ifodalaydi. Ushbu yo'nalish bozorda erkin raqobatni sun'iy ravishda cheklovchi kelishuvlar, kartellar va kelishilgan harakatlarni taqiqlashga qaratilgan. Xususan, narxlarni kelishib belgilash, bozorlarni taqsimlash yoki raqobatchilarni chetlashtirishga qaratilgan amaliyotlar bozor mexanizmlarining buzilishiga olib keladi. Sherman qonuni aynan shunday holatlarga qarshi kurashib, sog'lom raqobat muhitini ta'minlash, iste'molchilar manfaatlarini himoya qilish va bozor samaradorligini oshirishni o'zining asosiy maqsadi sifatida belgilaydi.



1-rasm. Monopoliyaga qarshi qonunchilik tizimi: Sherman, FTC va Kleyton qonunlari asosida raqobatni tartibga solish modeli

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Narxlarni kelishib olish korxonalar o'rtasida narxlarni kelishilgan holda belgilash amaliyotini ifodalaydi. Bunday holatda raqobat yo'qoladi, iste'molchilar yuqori narxlarga duch keladi va bozor samaradorligi pasayadi. Sherman qonuni bunday kartel kelishuvlarini qat'iy taqiqlaydi va eng og'ir huquqbuzarliklardan biri sifatida ko'radi.



2-rasm. Platforma ekotizimida kooperatsiya (raqobat va hamkorlik) modeli

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Hududiy taqsimot hududiy taqsimot raqobatchilar o'rtasida bozorni geografik jihatdan bo'lib olish amaliyotini anglatadi. Bu holatda kompaniyalar bir-birining hududiga kirmaslikka kelishib oladi, natijada iste'molchilar tanlov imkoniyatidan mahrum bo'ladi. Ushbu blok hududiy monopollashuvning salbiy oqibatlarini ko'rsatadi.

Xulosa va takliflar.

Tadqiqot natijalari platforma asosidagi bozor ekotizimida kompaniya markaziy rol o'ynashini va uning faoliyati raqobat hamda hamkorlikning bir vaqtning o'zida mavjud bo'lishi – kooperatsiya jarayoni orqali shakllanishini ko'rsatdi. Yetkazib beruvchilar va iste'molchilar bilan ikki tomonlama aloqalar qiymat yaratishning asosiy manbai bo'lib, yangi kirib keluvchilar va o'rinbosar platformalar esa innovatsiyalarni jadallashtiruvchi raqobat bosimini yuzaga keltiradi. Ushbu o'zaro ta'sirlar platforma bozorlarida samaradorlik, moslashuvchanlik va barqaror rivojlanishni ta'minlashda muhim ahamiyatga ega ekanligi aniqlandi. Platforma asosidagi bozor ekotizimlarida samaradorlik va barqaror rivojlanishni ta'minlash uchun raqobat va hamkorlikning uyg'unlashuviga asoslangan kooperatsiya yondashuvlarini tizimli ravishda joriy etish maqsadga muvofiqdir. Bunda platforma kompaniyalari yetkazib beruvchilar va hamkorlar bilan uzoq muddatli institutsional aloqalarni rivojlantirishi, innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlovchi ochiq hamkorlik mexanizmlarini kengaytirishi lozim. Shuningdek, iste'molchilar bilan ikki tomonlama qiymat yaratishga asoslangan raqamli aloqa kanallari va ma'lumotlar tahlili tizimlarini kuchaytirish platforma xizmatlari sifatini oshirishga xizmat qiladi.

Adabiyotlar/Jumepamypa/References:

Haucap, J. and Heimeshoff, U. (2014) 'Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the internet driving competition or market monopolization?', *International Economics and Economic Policy*, 11(1-2), pp. 49-61. doi: 10.1007/s10368-013-0246-6.

Hovenkamp, H.J. (2021) 'Antitrust and platform monopoly', *Yale Law Journal*.

Rikap, C. (2021) *Capitalism, power and innovation: Intellectual monopoly capitalism uncovered*. London: Routledge. doi: 10.4324/9781003050632.

Wörsdörfer, M. (2021) 'Digital platforms and competition policy: A business-ethical assessment', *Journal for Markets and Ethics*, 9(2).

Yin, T. (2020) 'Algorithmic collusion and competition policy in the digital economy', *Antitrust Bulletin*, 65(3), pp. 341-365. doi: 10.1177/0003603X20934220.