



Raqamli marketingda bozor ishtirokchilariga eksklyuziv huquq ta'siri

Zaripov Shoxboz Alijon o'g'li

Raqobatni rivojlantirish va iste'molchilarni
himoya qilish qo'mitasi mas'ul xodimi

Annotatsiya: Ushbu maqola orqali Raqamli marketingda bozor ishtirokchilariga eksklyuziv huquq ta'siri haqida ma'lumot olishingiz mumkin bo'ladi.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, eksklyuziv huquq, platforma raqobati, tanlov erkinligi, bozor ishtirokchilari, raqamli monopoliyalar, monopoliyaga qarshi kurashish siyosati.

Raqamli marketing sharoitida eksklyuziv huquq — bu ayrim bozor ishtirokchilariga kontent, platforma, mahsulot yoki xizmatlarni yagona asosda taqdim etish imkonini beruvchi strategik vosita sanaladi.

Eksklyuziv huquqlar yirik kompaniyalarga raqobatchilarni cheklash va o'z raqamli aktivlari (ilovalar, brendlar, reklamachilar) orqali foydalanuvchilarni qamrab olishda ustunlik beradi.

O'rganishlar davomida ma'lum bo'lishicha, huquqiy va iqtisodiy imtiyozlar kichik va o'rta bozor ishtirokchilarining raqamli maydondagi imkoniyatlarini cheklashi, raqobatni susaytirishi mumkin.

Iste'molchilar bunday holatda mahsulot va xizmatlar xilma-xilligiga emas, balki faqat eksklyuziv taqdim etilgan variantlarga tayanishga majbur bo'ladi, bu esa ularning tanlov erkinligini kamaytiradi.

Xulosa shuki, bozor muvozanatini saqlash uchun raqamli platformalarda eksklyuzivlik siyosatlarini tartibga soluvchi normativ-huquqiy mexanizmlarni ishlab chiqish dolzarb vazifa hisoblanadi.



Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Kotler, Ph., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley.
2. OECD (2021). Competition Issues in Digital Advertising. OECD Publishing.
(<https://www.oecd.org/daf/competition/competition-issues-in-digital-advertising.htm>)
3. Shapiro, C., & Varian, H.R. (1999). Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. Harvard Business School Press.
4. O‘zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste’molchilar huquqlarini himoya qilish qo‘mitasi. (2024). Raqamli iqtisodiyotda raqobat muhitini tartibga solish bo‘yicha hisobot.
5. Tursunov, B.O. (2023). Raqamli marketing va elektron savdo asoslari. – Toshkent: “Innovatsiya” nashriyoti.