



MAHALLIYLASHTIRISH VA GLOBALLASHUV STRATEGIYALARINING UYG‘UN MODEL: JAHON TAJRIBASI ASOSIDA MILLIY KORXONALAR UCHUN KONSEPTUAL YONDASHUVLAR

Tursunaliyev Bekmurod

Xalqaro Nordic Universiteti 2-bosqich talabasi

Annotatsiya: *Mazkur maqolada globallashuv va mahalliyashtirish strategiyalarining o‘zaro uyg‘unlashuvi asosida shakllangan glocal yondashuvning nazariy hamda amaliy jihatlari tahlil qilinadi. Xalqaro kompaniyalar tajribasi misolida global standartlashuv va mahalliy bozor ehtiyojlari o‘rtasidagi muvozanat yoritilib, milliy korxonalar faoliyatida raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan konseptual tavsiyalar ishlab chiqiladi. Tadqiqot natijalari glocal strategiya zamonaviy bozorlarda barqaror rivojlanishni ta‘minlovchi samarali model ekanligini ko‘rsatadi.*

Kalit so‘zlar: *globallashuv, mahalliyashtirish, glocal strategiya, milliy korxonalar, raqobatbardoshlik, strategik boshqaruv.*

Abstract: *This article explores the theoretical and practical aspects of the glocal approach developed through the integration of globalization and localization strategies. Based on international business experience, the study analyzes the balance between global standardization and local market requirements, and proposes conceptual recommendations aimed at enhancing the competitiveness of national enterprises. The findings demonstrate that the glocal strategy is an effective model for achieving sustainable development in modern markets.*

Keywords: *globalization, localization, glocal strategy, national enterprises, competitiveness, strategic management.*

Kirish

Jahon iqtisodiyotida yuz berayotgan chuqur tarkibiy o‘zgarishlar korxonalaridan global raqobat sharoitiga moslashish bilan birga, mahalliy bozor xususiyatlarini chuqur o‘rganishni talab etmoqda. Bugungi kunda yetakchi kompaniyalar strategik boshqaruvda yagona model bilan cheklanmasdan, global tajriba va mahalliy ehtiyojlarni uyg‘unlashtiruvchi glocal yondashuvni amaliyotga joriy etmoqda.

Asosiy qism

Global strategiya korxonalarga xarajatlarni optimallashtirish, brendning xalqaro tan olinishi va texnologik birxillikni ta‘minlash imkonini beradi. Biroq ijtimoiy-madaniy farqlar, iste‘molchilarning xarid odatlari va iqtisodiy sharoitlar global yondashuvni mahalliy bozor talablariga moslashtirish zaruratini yuzaga keltiradi.

Mahalliyashtirish jarayoni iste‘molchilarning mentaliteti, hududiy xususiyatlari, narx sezgirligi va madaniy qadriyatlarini inobatga olishni nazarda tutadi. O‘zbekiston

bozorida milliy qadriyatlar, oila tushunchasi va ona tilida muloqot qilish marketing samaradorligini oshiruvchi muhim omillar hisoblanadi.

McDonald's, Toyota, Samsung va IKEA kabi kompaniyalar tajribasi shuni ko'rsatadiki, global model mahsulot va xizmatlarni mahalliy ta'bgga moslashtirish orqali global miqyosda muvaffaqiyatga erishish imkonini beradi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, globallashuv va mahalliyashtirish strategiyalarining uyg'unlashuvi milliy korxonalar uchun barqaror raqobat ustunligini shakllantiradi. Mahalliy bozor ehtiyojlarini hisobga olgan holda global tajribadan foydalanish zamonaviy biznes muhitida eng samarali strategik yechimlardan biri hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler, P. Global Marketing Strategies. Pearson.
2. Levitt, T. Market Globalization. Harvard Business Review.
3. Ohmae, K. The Borderless World. Harper Business.
4. Johansson, J. Global Marketing. McGraw-Hill.
5. Robertson, R. Glocalization. Sage Publications.