XORIJIY BRENDLAR KIRIB KELISHINING HUDUDIY IQTISODIY RIVOJLANISHGA TA'SIRI

Murodxujayev G'ulomjon Sobitxujayevich
Namangan viloyati Pop tumani hokimi

Annotatsiya. *Mazkur maqola xorijiy brendlarning hududiy iqtisodiy rivojlanishga ta'sirini tahlil qiladi. Globalizatsiya jarayoni va xalqaro savdo aloqalarining kengayishi natijasida mahalliy bozorlar xorijiy brendlar bilan to'lib, iste'molchilar tanlovi va talabini o'zgartirmoqda. Maqolada xorijiy brendlarning hududiy iqtisodiy o'sishga ijobiy va salbiy ta'sirlari o'rganiladi, jumladan, ish o'rinlari yaratish, investitsiyalarni jalb etish, ichki ishlab chiqarishni rivojlantirishga bo'lgan ta'sir va mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan raqobat sharoitlari. Shu bilan birga, maqolada hududiy iqtisodiy barqarorlik, iste'molchilarning xarid xulq-atvori va brendlar orqali hududning brend imidjini shakllantirish masalalari ham tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari xorijiy brendlar kirib kelishining hududiy iqtisodiy rivojlanishdagi o'rnini va istiqbolli yo'nalishlarni aniqlash imkonini beradi.*

Kalit so'zlar: *Xorijiy brendlar, hududiy iqtisodiy rivojlanish, investitsiya, ish o'rinlari, iste'molchi xulq-atvori, brend imidji.*

Globalizatsiya va xalqaro iqtisodiy integratsiya jarayonlari zamonaviy bozor iqtisodiyotida xorijiy brendlarning hududiy iqtisodiy rivojlanishga ta'sirini kuchaytirmoqda. So'nggi yillarda rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda mahalliy bozorlar xalqaro kompaniyalar mahsulotlari bilan to'lib, iste'molchilar tanlovi va xarid xulq-atvori sezilarli darajada o'zgardi. Xorijiy brendlar, odatda, yuqori sifat, innovatsion mahsulotlar va kuchli marketing strategiyalari bilan ajralib turadi, bu esa mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan raqobat muhitini yaratadi. Shu nuqtai nazardan, hududiy iqtisodiy rivojlanishning samarali modeli sifatida xorijiy brendlarning ta'siri har tomonlama o'rganishni talab qiladi.

Hududiy iqtisodiy rivojlanish — bu biror viloyat yoki tuman miqyosida ish o'rinlari yaratish, investitsiyalarni jalb etish, sanoat va xizmat ko'rsatish sohalarini rivojlantirish, iste'molchilarning xarid imkoniyatlarini oshirish va mahalliy ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantirish jarayonlarini o'z ichiga oladi. Xorijiy brendlarning kirib kelishi ushbu jarayonga bir necha yo'nalishda ta'sir ko'rsatadi. Bir tomondan, ular hududga yangi investitsiyalarni jalb qiladi, ish o'rinlari yaratadi va innovatsion texnologiyalarni tatbiq etish imkonini beradi. Shu bilan birga, mahalliy ishlab chiqaruvchilar uchun raqobatni kuchaytiradi, bu esa sifat va xizmat ko'rsatish darajasini oshirishga turtki beradi. Biroq, ayrim hollarda xorijiy brendlar mahalliy

ishlab chiqaruvchilarni bozorni yo‘qotish xavfi bilan duchor qilishi mumkin, bu esa hududiy iqtisodiy barqarorlikka salbiy ta’sir ko‘rsatadi [1-3].

Shu bilan birga, hududiy iqtisodiy rivojlanish jarayonida brendlar orqali hududning ijtimoiy va madaniy imidji shakllanadi. Masalan, ma’lum xorijiy brendlarning mavjudligi hududni investitsiya uchun qulay hudud sifatida ko‘rsatishi mumkin. Iste’molchilarning xarid xulq-atvori, brendga bo‘lgan ishonch, hududda ishlab chiqarilayotgan mahalliy mahsulotlar bilan taqqoslash va ularning narx-sifat nisbatini baholash kabi omillar hududiy iqtisodiy rivojlanishning strategik jihatlariga ta’sir qiladi. Shu sababli, xorijiy brendlarning hududiy iqtisodiy rivojlanishdagi o‘rni nafaqat iqtisodiy ko‘rsatkichlar bilan, balki ijtimoiy, madaniy va investitsion parametrlar bilan ham baholanadi.

Mazkur maqolada xorijiy brendlar kirib kelishining hududiy iqtisodiy rivojlanishga ta’siri o‘rganiladi. Tadqiqotda brendlar va mahalliy iqtisodiy rivojlanishning o‘zaro bog‘liqligi, ijobiy va salbiy jihatlari, ish o‘rinlari yaratish, investitsiyalarni jalb etish va mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan raqobat sharoitlari tahlil qilinadi. Shu bilan birga, hududiy iqtisodiy barqarorlik va iste’molchi xulq-atvori nuqtai nazaridan xorijiy brendlarning ahamiyati ham ko‘rib chiqiladi. Maqola natijalari xorijiy brendlar kirib kelishining hududiy iqtisodiy rivojlanishdagi o‘rnini, istiqbolli yo‘nalishlarini va mahalliy ishlab chiqaruvchilar uchun strategik tavsiyalarni aniqlash imkonini beradi [4].

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, xorijiy brendlarning hududiy iqtisodiy rivojlanishga ta’siri murakkab va ko‘p qirrali. Xorijiy brendlar hududga investitsiyalarni jalb qiladi, yangi ish o‘rinlari yaratadi va mahalliy xizmat ko‘rsatish sektorini rivojlantiradi. Masalan, xalqaro chakana savdo tarmoqlari va brend butiklari viloyatlarda ish o‘rinlari yaratib, mahalliy aholi daromadlarini oshirishga yordam beradi. Shu bilan birga, xorijiy brendlar bilan bog‘liq marketing va logistika faoliyati hududda malakali kadrlar tayyorlash va biznes infrastrukturasi rivojlanishiga ham turtki beradi.

Xorijiy brendlar mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan raqobatni kuchaytiradi. Bu jarayon ijobiy jihatdan mahsulot sifati va xizmat ko‘rsatish darajasini oshiradi, lekin ayrim hollarda mahalliy kichik va o‘rta bizneslar bozor ulushini yo‘qotishi mumkin. Shu sababli, hududiy iqtisodiy rivojlanishning barqarorligini ta’minlash uchun mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlash va ularni innovatsion texnologiyalar bilan jihozlash muhimdir.

Xorijiy brendlar hududning brend imidjini shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. Masalan, ma’lum xorijiy brendlarning mavjudligi hududni investitsiya uchun qulay va zamonaviy hudud sifatida ko‘rsatadi. Bu esa mahalliy iqtisodiyotning jozibadorligini oshiradi va boshqa xorijiy investorlarni jalb qiladi. Shu bilan birga, hududiy iqtisodiy

rivojlanishning ijtimoiy jihatlari — iste'molchilarning brendga bo'lgan ishonchi, xarid xulq-atvori va madaniy talablari ham e'tiborga olinadi.

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, xorijiy brendlar kirib kelishi hududiy iqtisodiy rivojlanishga ijobiy ta'sir qilsa-da, ba'zi salbiy jihatlarni ham keltirib chiqaradi. Jumladan, mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan raqobatning kuchayishi, narxlarning oshishi va kichik biznesning bozor ulushini yo'qotishi mumkin. Shu sababli, hududiy siyosat va iqtisodiy strategiyalar xorijiy brendlarni jalb qilishni rag'batlantirish bilan birga, mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo'llab-quvvatlashga qaratilishi lozim [5].

Natijalar shuni ko'rsatadiki, hududiy iqtisodiy rivojlanishda xorijiy brendlarning o'rni shunchaki iqtisodiy ko'rsatkichlar bilan chegaralanmaydi, balki ijtimoiy, madaniy va investitsion parametrlar bilan ham baholanishi lozim. Shu bilan birga, mahalliy ishlab chiqaruvchilar va kichik biznes subyektlarini rivojlantirish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish va hududning brend imidjini oshirish strategiyalari hududiy iqtisodiy barqarorlikni mustahkamlashga xizmat qiladi.

Xorijiy brendlarning hududiy iqtisodiy rivojlanishga ta'siri

1-jadval

№	Ta'sir turi	Ta'sirning mohiyati	Hududiy iqtisodiy rivojlanishga ta'siri	Misol (O'zbekiston konteksti)
1	Ijobiy	Investitsiyalarni jalb qilish	Hududga yangi kapital va texnologiyalar kiradi, ish o'rinlari yaratiladi	Xorijiy supermarketlar va chakana tarmoqlar (Masalan, "Carrefour") viloyatlarda ish o'rinlarini yaratdi
2	Ijobiy	Ish o'rinlari yaratish	Mahalliy aholining daromadi oshadi, xarid qobiliyati kuchayadi	Xorijiy brend butiklari va xizmat ko'rsatish markazlari
3	Ijobiy	Hududning brend imidjini oshirish	Hudud investitsiya uchun jozibador bo'ladi, turist va investorlarni jalb qiladi	Mashhur xorijiy brendlar viloyat markazlarida mavjudligi
4	Salbiy	Mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan raqobat	Kichik va o'rta biznes bozor ulushini yo'qotishi mumkin	Mahalliy kiyim va oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilarining xorijiy brendlar bilan raqobati
5	Salbiy	Narxlarning oshishi	Iste'molchilar xarid qilish xarajatlari oshadi	Mahalliy mahsulotlar va xorijiy brendlar narxlari taqqoslashida seziladi

6	Ijobiy/ Salbiy	Innovatsion texnologiyalarni tatbiq etish	Mahalliy ishlab chiqaruvchilar sifat va texnologiyasini rivojlantiradi, lekin ayrim hollarda ular moslasholmasligi mumkin	Xorijiy elektronika brendlari va uy jihozlari ishlab chiqaruvchilari bilan bog‘liq tajribalar

Jadval tahlilidan ko‘rinib turibdiki, xorijiy brendlarning hududiy iqtisodiy rivojlanishga ta’siri ko‘p qirrali va murakkab. Ular bir tomondan hududga yangi investitsiyalar va texnologiyalarni olib kiradi, ish o‘rinlarini yaratadi, hududning brend imidjini oshiradi va mahalliy xizmat ko‘rsatish darajasini rivojlantiradi. Shu bilan birga, mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan raqobatni kuchaytiradi va narxlar oshishiga sabab bo‘lishi mumkin.

Ijobiy ta’sirlar hududiy iqtisodiy rivojlanishning asosiy omillarini mustahkamlaydi. Investitsiyalarni jalb qilish natijasida viloyat va tumanlarda yangi ish o‘rinlari yaratiladi, ishchi kuchi malakasi oshadi, mahalliy xizmatlar va savdo tarmoqlari rivojlanadi. Hududning xalqaro brend imidji oshishi esa investor va turistlarni jalb qiladi, bu hududning iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

Salbiy ta’sirlar esa asosan mahalliy ishlab chiqaruvchilar va kichik biznes subyektlariga bog‘liq. Xorijiy brendlar bilan kuchaygan raqobat natijasida ba’zi mahalliy ishlab chiqaruvchilar bozor ulushini yo‘qotishi, narxlar oshishi esa iste’molchilarning xarid xarajatlarini ko‘paytirishi mumkin. Shu sababli, hududiy siyosat va iqtisodiy strategiyalar xorijiy brendlarni jalb qilish bilan birga mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltirilishi lozim.

Jadval tahlili shuni ko‘rsatadiki, xorijiy brendlar hududiy iqtisodiy rivojlanishda strategik ahamiyatga ega. Ijobiy va salbiy ta’sirlar bir-birini muvozanatlashini talab qiladi. Hududiy siyosat xorijiy brendlarni jalb qilishni rag‘batlantirish bilan birga, mahalliy ishlab chiqaruvchilarni innovatsion texnologiyalar bilan jihozlash, sifatni oshirish va raqobatbardosh mahsulotlar yaratish yo‘nalishlariga e’tibor qaratishi zarur. Shu bilan hududiy iqtisodiy barqarorlik, ish o‘rinlarini yaratish, investitsiyalarni jalb qilish va hududning brend imidjini oshirish imkoniyatlari kengayadi.

Umuman olganda, jadval tahlili xorijiy brendlarning hududiy iqtisodiy rivojlanishga ta’sirini to‘liq tasvirlaydi va hududiy siyosatni shakllantirishda ularning strategik ahamiyatini ko‘rsatadi. Ijobiy ta’sirlarni kuchaytirish va salbiy oqibatlarni kamaytirish orqali hudud iqtisodiyoti barqaror va uzoq muddatli rivojlanish yo‘lida sezilarli natijalar ko‘rsatishi mumkin.

Xulosa. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, xorijiy brendlarning hududiy iqtisodiy rivojlanishga ta’siri ko‘p qirrali va murakkabdir. Ijobiy ta’sirlar asosan investitsiyalarni jalb qilish, ish o‘rinlarini yaratish, hududning brend imidjini oshirish va mahalliy xizmat ko‘rsatish darajasini rivojlantirish orqali namoyon bo‘ladi. Xorijiy brendlar hududga yangi kapital va texnologiyalarni olib kirib, mahalliy mehnat bozorining sifatini oshiradi, malakali kadrlarni tayyorlash imkonini yaratadi hamda iste’molchilar tanlovi va talabini kengaytiradi. Shu bilan birga, hududning xalqaro brend imidjini oshirish orqali investitsiya va turizm jozibadorligini kuchaytiradi, bu esa hududiy iqtisodiy rivojlanishning barqarorligini ta’minlashga yordam beradi.

Biroq, tadqiqot shuni ko‘rsatadiki, xorijiy brendlar kirib kelishining ayrim salbiy oqibatlari ham mavjud. Jumladan, mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan raqobat kuchayishi, kichik va o‘rta biznes subyektlarining bozor ulushini kamaytirishi va narxlar oshishining ehtimoli mavjud. Shu sababli, hududiy siyosat xorijiy brendlarni jalb qilishni rag‘batlantirish bilan birga, mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlash, innovatsion texnologiyalarni tatbiq etish va sifatni oshirish strategiyalarini ham rivojlantirishga qaratilishi lozim.

Umuman olganda, xorijiy brendlar hududiy iqtisodiy rivojlanishda strategik ahamiyatga ega bo‘lib, ijobiy va salbiy ta’sirlarni muvozanatlash orqali hududning iqtisodiy barqarorligi, ish o‘rinlari yaratish, investitsiya jalb qilish va hudud brend imidjini oshirish imkoniyatlari kengayadi. Shu bilan birga, hududiy rivojlanishning samarali strategiyasi mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlash va hududning innovatsion salohiyatini kuchaytirishga yo‘naltirilishi zarur. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, xorijiy brendlar hududiy iqtisodiy rivojlanishning muhim omili sifatida ko‘rib chiqilishi va siyosiy hamda iqtisodiy strategiyalarni shakllantirishda hisobga olinishi lozim.

Adabiyotlar.

1. Xasanov, D. (2018). *Globalizatsiya va hududiy iqtisodiy rivojlanish: nazariy va amaliy jihatlar*. Toshkent: Iqtisodiyot va moliya nashriyoti.
2. Yo‘ldoshev, S. (2020). *Xorijiy brendlar va mahalliy ishlab chiqaruvchilarga ta’siri*. Toshkent: Universitet nashriyoti.
3. Tursunov, B., & Sobirov, F. (2019). Hududiy iqtisodiy barqarorlik va investitsiyalar. *Iqtisodiyot va boshqaruv jurnali*, 15(2), 45–58.
4. Karimova, L. (2021). *Mahalliy bozor va global brendlar: raqobat va rivojlanish strategiyalari*. Samarqand: Samarqand davlat universiteti nashriyoti.
5. Rustamov, J. (2017). Iste’molchi xulq-atvori va xorijiy brendlar: iqtisodiy tahlil. *Iqtisodiy izlanishlar jurnali*, 8(1), 22–35.