

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



№1-SO N

2026-YIL, YANVAR

9710 xalqaro daraja



No240874

ISSN: 3060-4621





JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

[@marketinjournalbot](https://t.me/marketinjournalbot)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tidiumarketingjournal>

MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining **2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU, Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU, “Marketing” kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NamDTU, “Marketing” kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU “Marketing” kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortqimrziyevich, i.f.d., prof., TDIU, Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdirahmonovich, i.f.d., TDIU, “Marketing” kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU, “Marketing” kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU, “Marketing” kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU, “Marketing” kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU, Departament boshlig'i;

Musyeva Shoirazimovna, i.f.n., SamSI, “Marketing” kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU, “Marketing” kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU, “Innovatsion menejment” kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU, “Axborot texnologiyalari” kafedrasini katta o'qituvchisi;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., NamDTU, “Menejment” kafedrasini mudiri, dotsent;

Fayzullayev Jaylonbek Sultonovich, DSc., TDIU, “Yashil iqtisodiyot” kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, “Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik” kafedrasini professori;

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, “Savdo ishi” kafedrasini mudiri

Djuraev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori;

Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU, Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti O'quv ishlari bo'yicha prorektor;

Abduvaxidov Abdumalik Maxkamovich, i.f.d., TDIU, “Turizm va servis” kafedrasini professori;

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU, “Biznes boshqaruvi va logistika” kafedrasini professori

Tuychiyev Alisher Jurayevich, Alfraganus University “Iqtisodiyot” fakulteti dekani, professor;

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU, “Yashil” iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU, Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU, Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Boltaev Umiddjon Talant o'g'li, i.f.f.d., PhD., Toshkent arxitektura qurilish instituti “Iqtisodiyot va ko'chmas mulkni boshqarish” kafedrasini dotsenti;

Bayxonov Bahodirjon Tursunbayevich, i.f.d., DSc, NamDTU, “Menejment” kafedrasini dotsenti;

Maxmudov Toxirjon Olimjonovich, PhD., NamDTU, “Marketing” kafedrasini dotsenti;

Pardayev Sherzod Xolmurodovich, i.f.f.d., PhD., TDIU, “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasini dotsenti;

Beknazarov Behzod Baxtiyor o'g'li, PhD., Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasini dotsent v.b.

Abduvohidov Behzod xxx, PhD., Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasini o'qituvchisi;

Rajabova Moxichexra Abduxolikovna, PhD., Buxoro davlat universiteti marketing va menejment kafedrasini o'qituvchisi.

Elektron nashr 710 sahifa. E'lon qilishga 2026-yil 31-yanvarda ruxsat etildi

MUNDARIJA

YAKKA TARTIBDAGI TADBIRKORLAR VA O‘ZINI-O‘ZI BAND QILGAN SHAXSLAR SEGMENTI UCHUN SHAFFOF RAQAMLI TO‘LOV TEXNOLOGIYALARINI JORIY ETISH	8
Isamuxamedov Anvar Sadiqovich	
OLIY TA‘LIM MUASSASALARIDA BARQAROR RAQOBAT USTUNLIKLARINI SHAKLLANTIRISH ASOSIDA STRATEGIK BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISH	15
Ismailova Nilufar Sabitdjanovna	
TO‘QIMACHILIK KORXONALARIDA ISHLAB CHIQRISH RESURSLARINI STRATEGIK BOSHQARISH	27
Kazakov Olim Sabirovich	
ЭТИЧЕСКИЕ СТАНДАРТЫ СБОРА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ДАННЫХ В МЕЖДУНАРОДНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ.....	35
Адылова Зульфия Джавдатовна, Юлчиева Мадинабону Отабек кизи	
XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARIDA SIRKULAR IQTISOD TAMOYILLARIDAN FOYDALANISHNING XORIJIY DAVLATLARNING ILG‘OR TAJRIBALARI	48
Nuritdinov Ramziddin	
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	60
Бекмухамедова Малика Искандарбековна	
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ НЕРАВЕНСТВО: ПРИЧИНЫ И МЕРЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ.....	74
Мажидова Фарангиз Фуркатзода	
IJTIMOYIY-IQTISODIY O‘ZGARISHLAR SHAROITIDA CHAKANA SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING XUSUSIYATLARI	83
Muxamedova Aziza Ravshanovna	
INTELLIGENT INTRUSION DETECTION: LEVERAGING REINFORCEMENT LEARNING FOR ECONOMIC SECURITY AGAINST DDOS THREATS.....	90
Bekov Sanjar Nigmandjanovich	
RAQAMLI MARKETINGNING YOSHLAR SEGMENTIDA RIVOJLANISHI	101
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna, Ergashov Abdullo Ramazon o‘g‘li	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA BOZOR AXBOROTLARIDAN FOYDALANISH VA AVTOMATIK TAHLIL QILISH TIZIMLARINI JORIY ETISH	106
Yo‘ldoshev Nodirbek Ne‘matjon o‘g‘li	
XORAZM VILOYATIDA KAMBAG‘ALLIK DARAJASINING O‘ZGARISH DINAMIKASI TAHLILI.....	114
Mayliyeva Sadoqat Safayozovna	
TOWARDS AN INTEGRATIVE MODEL OF THE COUNTRY IMAGE	121
Duschanov Alisher Sherzod ugli	

BUXORO VILOYATIDA MEVA-SABZAVOT MAHSULOTLARI EKSPORTI TAHLILI VA MARKETING MUAMMOLARI.....	133
Jumayeva Zamira Bo‘stonovna	
KORXONALARNING YASHIL MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISHGA NAZARIY VA KONSEPTUAL YONDASHUVLARI.....	140
Sapayev Axmed Durdibayevich	
SANOAT KORXONALARINING UZOQ MUDDATLI RAQOBATBARDOSHLIGINI TA’MINLASHDA MARKETING YONDASHUVLARI.....	149
Bazarova Mamlakat Supiyevna	
RAQOBAT SIYOSATINING SAMARADORLIGI VA INSTITUSIONAL MUAMMOLAR.....	159
Akbarov Jasur Ikromjon o‘g‘li	
THE ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL EFFICIENCY OF AGRIVOLTAIC SYSTEMS IN UZBEKISTAN’S AGRICULTURAL SECTOR.....	167
Amonov Sardor Zamon o‘g‘li	
EVALUATING RETURN ON MARKETING INVESTMENT IN B2B DISTRIBUTION...175	
Jamoliddinov Fakhriyor Shodiyor o‘g‘li	
THE ROLE OF STRATEGIC MANAGEMENT IN ENHANCING TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS.....	184
Choriyev Farrux Xamroyevich	
TUROPERATORLIK FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING ASOSIY XUSUSIYATLARI VA ZAMONAVIY ILMIY YONDASHUVLARI.....	194
Toshev Akmal Salimovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA BARQAROR RIVOJLANISH SHAROITIDA AGRAR BOZOR TAHLILI	206
Ahmedov Shermuhammad Omonjon o‘g‘li	
JAHON ZARGARLIK MAHSULOTLARI BOZORIGA KIRISHNING MARKETING STRATEGIYALARI	214
Azizova Roxila Baxodir qizi	
FERMER XO‘JALIKLARI FAOLIYATINI OPTIMALLASHTIRISH ASOSIDA IQTISODIY RIVOJLANISHINI TA’MINLASH	223
Qodirov Zohidjon Eralievich	
SOG‘LIQNI SAQLASH XIZMATLARI SOHASI BARQARORLIGINING HUDUDIY VA DINAMIK TAHLILI.....	229
Ko‘charov Xurshid Xurram o‘g‘li	
TO‘QIMACHILIK MAXSULOTLARI SAVDOSIDA ZAMONAVIY MARKETING KONSEPSIYALARIDAN FOYDALANISH	236
Nurboyev Jaloliddin Mamadiyevich	
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	243
Нуруллаева Шахноза Тохтасиновна, Saydullayeva Saodat Abdumajitovna	
O‘ZBEKISTON OZIYQ-OVQAT BOZORIDA AN’ANAVIY VA ZAMONAVIY CHAKANA SAVDO TRANSFORMATSIYALARI.....	250
Ahmedov Shermuhammad Omonjon o‘g‘li	
O‘ZBEKISTON OLIY TA’LIM TIZIMIDA OLIB BORILAYOTGAN ISLOHOTLARNING AHAMIYATI	257
Gafurov Anvar Bazarbayevich	

MINTAQA IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHGA XIZMATLAR SOHASINI TA'SIRINI OSHIRISH.....	264
Achilova Furuza Kurbanovna	
IQLIM O'ZGARISHI SHAROITIDA EKOLOGIK XAVFSIZLIK BILAN BOG'LIQ XAVF-XATARLARNI BARTARAF ETISH YO'LLARI	274
Shamurotov Nodirbek Bakbergan o'g'li	
OZIQ-OVQAT SANOATI RAQOBATBARDOSHLIGINI INNOVATSION MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH.....	280
Hamroyev Bobir Shoyimovich	
BUXORO VILOYATIDA YASHIL TURIZMNI XORIJIY TAJRIBALAR ASOSIDA RIVOJLANTIRISH.....	289
Hafizov Abdulla Olimjonovich	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В «ЗЕЛЁНОЙ» ЭКОНОМИКЕ	299
Ниязметова Ёкутхон Ботир қизи	
QURILISHDA LOYIHA BOSHQARUVI STRATEGIYASINING ILMIY-USLUBIY MUAMMOLARI	308
Pulatov Shaxron Axmedovich	
QURILISH KORXONALARINING TASHKILY TUZILMALARINING OMILLAR TA'SIRIDA SHAKILLANISHI	315
Raximova Nilufar Abduazizovna	
O'ZBEKISTON EKSPORTGA YO'NALTIRILGAN KORXONALARINING MARKETING KOMPLEKSINI MINTAQALAR BOZORLARIGA MOSLASHTIRISH	323
Axmedov Ikrom Akramovich	
MARKETING TAMOYILLARI ASOSIDA MIJOZ VA BANK MUNOSABATLARINI TARTIBGA SOLISH MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH.....	338
Temirova Sevara Baxodirovna	
TIJORAT BANKLARINING INNOVATSION MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH BO'YICHA XALQARO TAJRIBALAR	345
Muminova Durdona Saydikadirovna	
TIJORAT BANKLARI BRENDING STRATEGIYASINING BANK IMIJIGA TA'SIRI...355	
Mirzajonova Maftunaxon Jaxongir qizi	
УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯМИ НА РЫНКЕ ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН НА ОСНОВЕ ГРАВИТАЦИОННОЙ МОДЕЛИ.....	364
Назаров Дмитрий Михайлович, Джурабаев Отабек Джурабаевич	
QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQRUVCHI KORXONALARNING MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHDA MARKETING KOMMUNIKATSIYALARI	380
Uzakova Umida Ruziyevna	
ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ НА МАЛЫЙ БИЗНЕС	388
Зокирова Фарангиз	
KIMYO SANOATI KORXONALARI FAOLIYATIDA IQTISODIY SALOHİYAT TUSHUNCHASINING AHAMIYATI.....	395
Vaxobov Shohjahn Valiyevich	

ERKIN IQTISODIY ZONALARNING LOGISTIKA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH YO‘LLARI.....	402
Muxiddinov Mo‘minjon Shavqiddin o‘g‘li	
KLASTER YONDASHUVI ASOSIDA TO‘QIMACHILIK SANOATIDA INVESTITSION LOYIHALARNI BOSHQARISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH	412
Qurbonov Jasurbek Pozilovich	
QURILISH SANOATIDA INNOVATSION FAOLIYATNI STRATEGIK BOSHQARISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	420
Ortiqxo‘jayeva Yulduz Azatovna	
TIJORAT BANKLARI MOLIYAVIY BARQARORLIGINI TA‘MINLASHDA RISK-MENEJMENTDAN FOYDALANISHNING USLUBIY JIHLTLARI.....	428
Madaminov Bekzod Allayarovich	
BANK RISK-MENEJMENTI TIZIMIDA SUN‘IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH	442
Madaminov Bekzod Allayarovich	
XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA XALQARO MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH	453
Abduvoxidov Behzod	
TIKUV – TRIKOTAJ KORXONALARI MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHDA MOTIVATSIYA USULLARIDAN FOYDALANISH.....	460
Jalilov Jamshid G‘anijonovich	
UY-JOY KOMMUNAL XO‘JALIGINI INNOVATSION RIVOJLANISHINI BOSHQARISHNING ILG‘OR XORIJIY TAJRIBALARI	472
Kaxramonov Xurshidjon Shuhrat o‘g‘li	
ADVANCING UZBEKISTAN’S ENERGY SECTOR THROUGH PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS: KEY REFORMS, IMPLEMENTED PROJECTS, AND SUSTAINABILITY PROSPECTS.....	481
Juraev Javohir Tulagan ugli	
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ СО СПОСОБОМ КЛАСТЕРИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ.....	489
Юсупова Мехрибон Уктамовна	
TO‘QIMACHILIK SANOATIDA ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARINI OPTIMALLASHTIRISH ORQALI RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISH.....	498
Xushvaqtov Shuhrat Abduraufovich	
FRANCHAYZING SUBYEKTLARI O‘RTASIDAGI KOOPERATSIYANI BAHOLASHNING KO‘P MEZONLI METODIKASINI ISHLAB CHIQRISH VA SAMARADORLIKNI ANIQLASH.....	509
Xodjayev Anvar Rasulovich	
ISTE‘MOLCHILARNING BRENDGA SODIQLIGI VA UNING KORXONA DAROMADIGA TA‘SIRINI BAHOLASH.....	523
Xudayberganov Dilshod Tuxtabayevich, Yuldasheva Zuhrajon Urazboy qizi	
STRATEGIK USULLAR ORQALI MENEJMENT SIFATINI UZLUKSIZ TAKOMILLASHTIRISH.....	529
Djabriyev Akbarali Normurodovich, Muxammadiyev O‘tkir Axmedovich, Ravshanbekova Madinabonu	

MAMLAKATIMIZ IQTISODIYOTIDA YALPI ICHKI MAHSULOTNING MAKROIQTISODIY BARQARORLIKNI TA'MINLASHDAGI ROLI VA AHAMIYATI	541
Xusanov Murodjon Sunnatullayevich	
TIJORAT BANKLARI FAOLIYATIDA XODIMLAR BOSHQARUVI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA KPI TIZIMINING AHAMIYATI	552
Maksudov Zuxriddin Ziyovitdinovich	
MINTAQAVIY IQTISODIYOTNING OPTIMAL TUZILMASINI SHAKLLANTIRISH VA MODELLASHTIRISHNING ZAMONAVIY YONDASHUVLARI	561
G'aymatova Dilafro'z G'ofurjonovna	
SANOAT KORXONALARIDA TEJAMKOR ISHLAB CHIQRISH TIZIMI ASOSIDA IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISHNING NAZARIY ASOSLARI	572
Esheva Sarvinoz Axmatovna	
TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA ISHLAB CHIQRISHNI BOSHQARISH JARAYONIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASH	583
Shuxratullayev Elmurod Dilmurod o'g'li	
PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASTERLARIDA ISHLAB CHIQRISH ZAHIRALARINI BOSHQARISHDA ZAMONAVIY MENEJMENT KONSEPSIYALARINI QO'LLASH	597
Nurimbetov Ravshan Ibragimovich	
O'ZBEKISTONDA SPORT FEDERATSIYA VA ASSOTSIATSIYALARI BOSHQARUV FAOLIYATINI MUVOFIQLASHTIRISH MEXANIZMLARI	610
Radjabov Umed Farmonkulovich	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISH ORQALI KICHIK BIZNESNING INNOVATSION FAOLIYAT SAMARADORLIGINI BAHOLASH	617
Umurzaqov Avazbek Sobirovich	
JAMOAT TRANSPORTI XIZMATLARI BOZORIDA MARKETING STRATEGIYALARINING RAQOBATBARDOSHLIKKA TA'SIRI	628
Berdiyev Temur Azamatovich	
ENERGETIKA TARMOG'INING MAMLAKAT IQTISODIYOTIGA TA'SIRINING NAZARIY - USLUBIY JIHATLARI	639
Saidov Mash'al Samadovich	
OLIY TA'LIMNING INNOVATSION MUHITIDA TA'LIMDA BOSHQARUVINI SHAKLLANTIRISH VA RIVOJLANTIRISH	653
Kabilov Baxron Davronovich	
INTEGRAL INDEKS ASOSIDA HUDUDLARNI TIPOLOGIYALASH: KLASTER TAHLILI VA VIZUALIZATSIYA USULLARI	668
Sattorov Sanjar Abdumurodovich	
MINTAQANING IJOBIY IMIJINI SHAKLLANTIRISHDA XORIJIY INVESTITSIYALAR SAMARADORLIGINI OSHIRISH (Xorazm viloyati misolida)	685
Ibodullayev Dilshod Ibragimovich	
SANOATNI TARTIBGA SOLISHNING INSTITUTSIONAL MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	696
Xodjayeva Feruza Komilovna	

MINTAQANING IJOBİY IMIJINI SHAKLLANTIRISHDA XORIJIY INVESTITSİYALAR SAMARADORLIGINI OSHIRISH

(Xorazm viloyati misolida)

Ibodullayev Dilshod Ibragimovich

Abu Rayhon Beruniy nomidagi
Urganch davlat universiteti 1-prorektori

Annotatsiya

Mazkur tadqiqotda mintaqaning ijobiy imijini shakllantirishda xorijiy investitsiyalar samaradorligining roli nazariy va tavsifiy tahlil asosida oʻrganildi. Xorazm viloyati misolida toʻgʻridan-toʻgʻri xorijiy investitsiyalar va mintaqa imiji oʻrtasidagi oʻzaro bogʻliqlik tizimlashtirildi. Investitsiyalarning sektoral taqsimoti, infratuzilma rivoji va ijtimoiy natijalari imij komponentlari bilan bogʻliq holda tahlil qilindi. Jacobsenning IPBE modeli va Dunningning OLI paradigmasi asosida investitsiya oqimlari mintaqaning sifat idroki va brend assotsiatsiyalariga taʼsiri baholandi. Natijada investitsiyalar va imij oʻrtasidagi oʻzaro kuchaytiruvchi mexanizm mavjudligi aniqlandi. Tadqiqot mintaqaviy siyosat va investitsiya strategiyalarini takomillashtirish uchun ilmiy asos yaratdi.

Kalit soʻzlar: mintaqa imiji, xorijiy investitsiyalar, FDI, joy brendlash, IPBE modeli, OLI paradigmasi, investitsiya jozibadorligi, Xorazm viloyati

Аннотация

В исследовании была проанализирована роль эффективности иностранных инвестиций в формировании позитивного имиджа региона на основе теоретико-описательного подхода. На примере Хорезмской области систематизирована взаимосвязь между прямыми иностранными инвестициями и региональным имиджем. Структура инвестиций по секторам, развитие инфраструктуры и социальные результаты были рассмотрены во взаимосвязи с компонентами имиджа. На основе модели IPBE Джейкобсена и парадигмы OLI Даннинга оценено влияние инвестиционных потоков на восприятие качества и бренд-ассоциации региона. Выявлен механизм взаимного усиления между инвестициями и имиджем. Результаты исследования сформировали научную основу для совершенствования региональной инвестиционной политики.

Ключевые слова: имидж региона, иностранные инвестиции, ПИИ, территориальный брендинг, модель IPBE, парадигма OLI, инвестиционная привлекательность, Хорезмская область

Abstract

This study examined the role of foreign investment efficiency in shaping a positive regional image using a theoretical and descriptive approach. The relationship between foreign direct investment and regional image was systematized based on the case of Khorezm region. Sectoral distribution of investments, infrastructure development, and social outcomes were analysed in relation to image components. The impact of investment flows on perceived quality and brand associations was evaluated using Jacobsen's IPBE model and Dunning's OLI paradigm. The findings confirmed the existence of a self-reinforcing mechanism between investment and regional image.

The study provided a conceptual basis for improving regional investment policy and strategic positioning.

Keywords: regional image, foreign direct investment, FDI, place branding, IPBE model, OLI paradigm, investment attractiveness, Khorezm region

KIRISH

Zamonaviy iqtisodiy rivojlanish sharoitida hududlar oʻrtasidagi raqobat nafaqat resurslar va ishlab chiqarish salohiyati bilan, balki ularning xalqaro maydondagi imiji va investitsion jozibadorligi bilan ham belgilanmoqda. Globallashuv jarayonlari chuqurlashib borishi natijasida investorlar qaror qabul qilishda anʼanaviy omillar bilan bir qatorda mintaqaning reputatsion qiyofasi, institutsional barqarorligi va kommunikatsion ochiqligiga ham katta eʼtibor qaratmoqda. Shu sababli, mintaqaning ijobiy imijini shakllantirish investitsiyalarni jalb etish va barqaror iqtisodiy oʻsishni taʼminlashning muhim strategik yoʻnalishiga aylandi.

Oʻzbekistonda soʻnggi yillarda amalga oshirilayotgan keng koʻlamli iqtisodiy islohotlar hududlarning investitsion jozibadorligini oshirishga xizmat qilmoqda. Xususan, hududiy rivojlanish siyosati doirasida infratuzilmani modernizatsiya qilish, erkin iqtisodiy zonalarni kengaytirish va xalqaro hamkorlikni faollashtirish orqali mintaqalarning iqtisodiy salohiyati izchil mustahkamlanmoqda. Bu jarayonlarda mintaqaning ijobiy imijini shakllantirish va uni xalqaro investorlar uchun aniq va tushunarli tarzda namoyon etish alohida ahamiyat kasb etadi.

Xorazm viloyati ushbu jarayonlarning yaqqol namunasi. Viloyat boy tarixiy-madaniy merosga ega boʻlishi bilan birga, zamonaviy infratuzilma va sanoat loyihalari asosida rivojlanib borayotgan hudud sifatida ajralib turadi. Xiva shahrining UNESCO Jahon merosi roʻyxatiga kiritilgani, Hazorasp erkin iqtisodiy zonasining faoliyati hamda transport va logistika infratuzilmasining takomillashuvi viloyatning xalqaro imijini mustahkamlashga xizmat qilmoqda. Bu omillar xorijiy investitsiyalarni jalb etishda muhim ijobiy signal vazifasini bajaradi.

Xorijiy investitsiyalar va mintaqa imiji oʻrtasidagi oʻzaro bogʻliqlikni tizimli ravishda oʻrganish zarurati mavjud. Amaliyot shuni koʻrsatadiki, investitsiyalar nafaqat iqtisodiy koʻrsatkichlarni yaxshilaydi, balki hududning xalqaro maydondagi qiyofasini ham mustahkamlaydi. Oʻz navbatida, ijobiy imij yangi investitsiyalar oqimini ragʻbatlantiruvchi muhim omil sifatida namoyon boʻladi.

Mazkur maqolaning maqsadi xorijiy investitsiyalar va mintaqa imijining oʻzaro taʼsir mexanizmlarini nazariy jihatdan asoslash hamda Xorazm viloyati misolida ushbu jarayonning amaliy jihatlarini tahlil qilishdan iborat. Tadqiqotda mintaqaning ijobiy imijini shakllantirishda xorijiy investitsiyalarning roli ochib berilib, investitsiya oqimlari va imij oʻrtasidagi oʻzaro mustahkamlovchi bogʻliqlikni ifodalovchi konseptual yondashuv taklif etiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Joy brendlash sohasidagi ilmiy munozaralar 1970-yillarning oʻrtasida shakllanib, Kotler va uning hammualliflari tomonidan joy marketingining nazariy asoslari ishlab chiqildi. Keyinchalik ushbu yoʻnalish izchil rivojlanib, Anholt asarlari orqali mustaqil

akademik yoʻnalish sifatida mustahkamlandi hamda “joy brendi” tushunchasi ilmiy muomalaga kiritildi [1]. Anholt nazariyasida brendlash faqat logotip yoki ommaviy axborot vositalaridagi targʻibot bilan cheklanmay, balki hududning iqtisodiy, madaniy va ijtimoiy xususiyatlarini yagona kommunikatsiya tizimida uygʻunlashtiruvchi strategik jarayon sifatida talqin qilinadi.

Kavaratzis va Ashworth shahar brendlash sohasida muhim ilmiy yondashuvni ishlab chiqib, hududiy brendni infratuzilma, faoliyat va kommunikatsiya elementlari birlashgan koʻp qatlamli tizim sifatida tavsifladi [3]. Ushbu yondashuv keyinchalik Hanna va Rowley tomonidan mintaqaviy darajada rivojlantirilib, joy brendi va destinatsiya brendi oʻrtasidagi konseptual chegaralar aniq ifodalandi hamda ular oʻzaro uygʻun, ammo metodologik jihatdan farqlanuvchi tushunchalar sifatida asoslab berildi [10].

Dinnie joy brendlashning ilmiy yoʻnalish sifatida shakllanishini tahlil qilib, 1975-yildan boshlab ushbu sohada tadqiqotlar soni izchil va barqaror oʻsib borayotganini qayd etdi [11]. Swain va boshqalar tomonidan amalga oshirilgan tizimli bibliometrik sharh 1975–2022 yillar oraligʻida chop etilgan 67 ta jurnal boʻyicha 188 ta maqolani qamrab olib, asosiy ilmiy yoʻnalishlar sifatida destinatsiya imiji, rezidentlar munosabati va raqobatbardoshlik shakllanishini aniqladi [9].

Jacobsen tomonidan ishlab chiqilgan investor asosidagi joy brendi kapitali modeli mazkur tadqiqot uchun alohida ilmiy ahamiyat kasb etadi [4]. Ushbu model brend kapitalini investor xotirasida shakllanadigan assotsiatsiyalar majmuasi sifatida talqin qilib, uning tarkibiy qismlarini xabardorlik, sifat idroki, yagona brend assotsiatsiyalari va brend sadoqati kabi elementlarga ajratadi. Ushbu yondashuv investor qarorlarida mintaqa imijining oʻlchanadigan va boshqariladigan omil sifatidagi rolini aniq koʻrsatib beradi.

Papadopoulos va hammualliflar tomonidan olib borilgan tadqiqotlar joy brendlash va FDI jalb qilish oʻrtasidagi bogʻliqlikni chuqurlashtirib, ushbu ikki soha oʻrtasidagi nazariy imkoniyatlarni kengaytirdi [2]. Mualliflar investitsiya qarorlarida nafaqat makroiqtisodiy koʻrsatkichlar, balki investorning hudud haqidagi subyektiv idroki ham muhim rol oʻynashini asoslab berdi. Bu yondashuv “yumshoq” omillarning strategik ahamiyatini yanada aniq ifodalashga xizmat qiladi.

Lahrech va boshqalar Qatar misolida milliy brend investorlar uchun muhim indikator ekanligini empirik tarzda tasdiqlab, Dunning OLI paradigmasi bilan integratsiyalashgan yondashuvni taklif etdi [21]. Almeida esa destinatsiya imijining mintaqaviy rivojlanishga ijobiy taʼsirini koʻrsatib, turizm orqali shakllangan ijobiy imij investitsiyalar oqimini qoʻllab-quvvatlashini asoslab berdi [8]. Matniyozov tadqiqotida Xorazm viloyati misolida kognitiv va affektiv imij oʻrtasidagi oʻzaro uygʻunlik empirik jihatdan tasdiqlandi [7].

Umumiy ilmiy xulosalarga koʻra, mintaqaviy investitsiya jozibadorligi va imij shakllantirish oʻrtasida oʻzaro mustahkamlovchi bogʻliqlik mavjud. Xorijiy investitsiyalar hudud imijini boyitadi, ijobiy imij esa yangi investitsiyalar uchun ishonchli signal vazifasini bajaradi. Haider va boshqalar ushbu jarayonda strategik

marketing, infratuzilma va institutsional sifat omillarining muhim rol o'ynashini ta'kidladi [26].

Kavaratzis va Ashworth tomonidan ilgari surilgan "investability" tushunchasi hududning investor uchun jozibadorligini baholashda muhim metodologik asos bo'lib xizmat qiladi [3]. Ushbu yondashuv investor ishonchini shakllantirishda mintaqa imijining strategik ahamiyatini ko'rsatadi.

Swain va boshqalar tadqiqoti joy brendlash sohasida O'rta Osiyo mintaqasining ilmiy jihatdan istiqbolli yo'nalish ekanini ko'rsatdi [9]. Bu esa Xorazm viloyati kabi hududlar uchun yangi ilmiy va amaliy tadqiqot imkoniyatlarini ochadi.

Dunning OLI paradigmasi doirasida lokatsiya afzalliklari komponenti mintaqa imiji bilan uzviy bog'liqligi bilan ajralib turadi [18]. Ushbu yondashuv investor qarorlarida subyektiv idrokning muhim o'rin tutishini tasdiqlaydi.

Uch qatlamli kommunikatsion model asosida infratuzilma, kommunikatsiya va jamoatchilik fikri komponentlari o'rtasidagi uyg'unlik mintaqa imijini mustahkamlovchi asosiy omil sifatida talqin etiladi [3]. Xorazm viloyatida ushbu komponentlar o'zaro uyg'un holda rivojlanib, hududning kompleks va jozibador brendini shakllantirishga xizmat qilmoqda.

Hanna va Rowley tomonidan asoslangan viloyat darajasidagi brendlash yondashuvi hudud ichidagi xilma-xillikni integratsiyalash zarurligini ko'rsatadi [10]. Xorazm viloyatida Xiva, Urganch va Hazorasp kabi sub-identitetlarning uyg'unlashuvi mintaqaning barqaror va raqobatbardosh imijini shakllantirish uchun mustahkam asos yaratadi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqot kompleks ilmiy yondashuv asosida amalga oshirildi va nazariy hamda tavsifiy-empirik usullar uyg'unlashtirildi. Birinchi bosqichda joy brendlash, mintaqa imiji va xorijiy investitsiyalar o'rtasidagi bog'liqlikka oid ilmiy adabiyotlar tizimli ravishda tahlil qilindi. Ikkinchi bosqichda Xorazm viloyati bo'yicha 2017–2025-yillarga oid rasmiy statistik ma'lumotlar, xalqaro tashkilotlar hisobotlari va ochiq manbalar asosida ikkilamchi ma'lumotlar yig'ildi va guruhlandi. Uchinchi bosqichda investitsiyalar sektoral yo'nalishlar (sanoat, turizm, infratuzilma, ta'lim) bo'yicha tasniflanib, ularning mintaqa imijiga ta'siri tavsifiy tahlil orqali baholandi. Natijalarni izohlashda Jacobsenning IPBE modeli hamda Dunningning OLI paradigmasi qo'llanildi. Ushbu metodologiya investitsiya oqimlari va mintaqa imiji o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni tizimli ochib berish imkonini ta'minladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'zbekistonda 2017-yildan boshlab amalga oshirilgan iqtisodiy islohotlar natijasida to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar oqimi katta tezlik bilan o'sdi. 2023-yilda mamlakatga jalb qilingan FDI hajmi 7.2 mlrd AQSH dollarini tashkil etib, asosiy manba-davlatlar sifatida Xitoy 25.6%, Rossiya 13.4%, Saudiya Arabistoni 7.9%, Turkiya 6.4%, Birlashgan Arab Amirliklari 5.8% va Germaniya 4.3% ko'rsatildi. 2024-yilda ushbu ko'rsatkich 53.6% ga oshib, 11.9 mlrd AQSH dollarga yetdi.

Xorazm viloyatiga nisbatan qo‘llaniladigan qonunchilik bazasi ham imtiyozli xarakter kasb etadi. O‘zbekiston qonunchiligiga ko‘ra, Qoraqalpog‘iston Respublikasi va Xorazm viloyatida xorijiy investitsiyali korxonalar uchun belgilangan minimal ustav kapitali atigi 200 million so‘mni tashkil etib, boshqa hududlardagi 400 million so‘mlik talabdan ikki barobar past [6]; [35]. Bu imtiyoz kichik va o‘rta xorijiy investorlar uchun kirish to‘sig‘ini sezilarli darajada kamaytiradi.

2017-yildan 2025-yilgacha bo‘lgan sakkiz yil mobaynida Xorazm viloyatiga jami 2 mlrd AQSh dollaridan ko‘proq investitsiya jalb qilindi, natijada 25 000 dan ortiq sanoat korxonasi tashkil etildi, sanoat ishlab chiqarishi esa 2017-yildagi darajaga nisbatan 2.2 barobarga o‘sdı [40]. Ushbu ko‘rsatkichlar viloyatning investitsiya landshaftidagi tarkibiy o‘zgarishlarni tasdiqlaydi.

1-jadval.

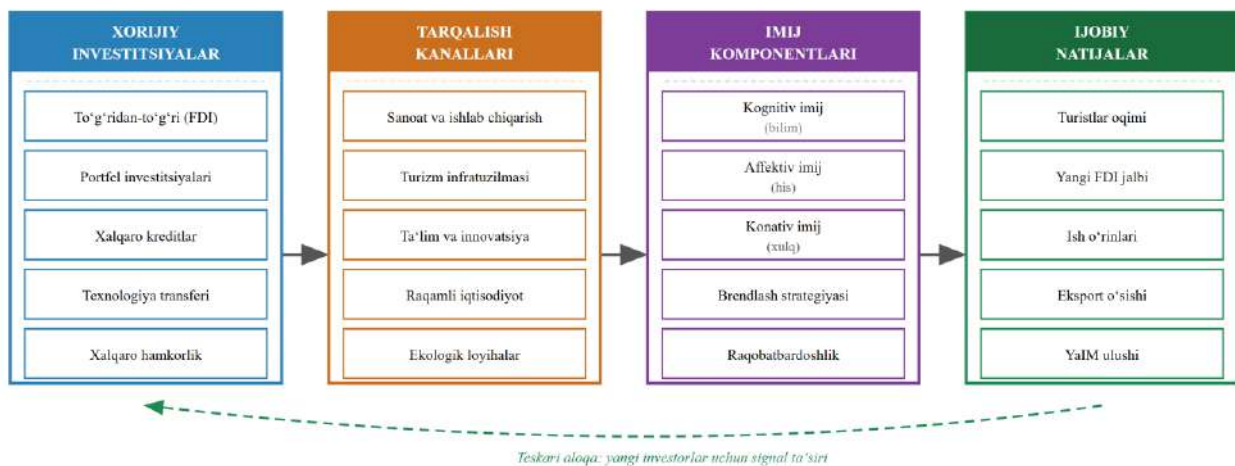
Xorazm viloyatiga jalb qilingan investitsiyalarning asosiy yo‘nalishlari (2017-2025 yillar)[14], [20], [25].

Sektor	Loyiha / Tashabbuskor	Investitsiya hajmi	Natija
Kasbiy ta’lim	KOICA (Janubiy Koreya)	9 mln AQSh dollari	Kasbiy mahorat markazi, yiliga 300 talaba
Energetika (chiqindi)	Janubiy Koreya kompaniyasi	100 mln AQSh dollari	Chiqindilardan energiya zavodi (Urgench), rejalashtirilmoqda
Ekologik sanoat	Avstraliya kompaniyasi	820 mln AQSh dollari	Tuproqqala tumani, 600 ming t./yil eko-mahsulot
Shisha sanoati	Xorijiy mashina va texnologiyalar	(Hazorasp EIZ)	Yiliga 300 000 m ² toblangan shisha, 100 yangi ish o‘rni
Jami yangi loyihalar portfeli	Turli xalqaro hamkorlar	2.4 mlrd AQSh dollari	91 loyiha, 100 ming yangi ish o‘rni yaratish maqsadi

Tadqiqot doirasida ishlab chiqilgan konseptual model (1-rasm) xorijiy investitsiyalar va mintaqa imijining o‘zaro ta’sir jarayonini to‘rt bosqichli zanjir sifatida taqdim etadi: (1) investitsiya kiritilishi; (2) sektorial tarqalish; (3) imij komponentlarining shakllanishi; (4) ijobiy natijalar. Modelning asosiy yangiligi shundaki, natijalar bosqichidan (turistlar oqimi, yangi FDI, ish o‘rinlari) kiritish bosqichiga qaytuvchi "teskari aloqa" mexanizmi ham ajratib ko‘rsatilgan. Bu teskari aloqa investitsiya jozibadorligining o‘z-o‘zini kuchaytirish (self-reinforcing) xarakterini anglata - qolgan hududlar nazarida Xorazm "ishlayotgan" va "xavfsiz" invest makon sifatida idrok qilinishi yangi investorlarni tortib keladi.

1-rasmdagi modelni Jacobsen IPBE konstruksiyasi bilan solishtirsak, ko‘rinadiki, Xorazm viloyatidagi FDI jalb qilish tendensiyasi investor uchun "joy sifati idroki" (perceived place quality) shakllanishiga bevosita ta’sir qilmoqda. Aniqrog‘i: KOICA granti asosida qurilgan kasbiy mahorat markazi kabi loyiha nafaqat ta’lim infratuzilmasini rivojlantirdi, balki Urganch shahri haqida "xalqaro standartlarga mos

ta'lim markazi" assotsiatsiyasini ham shakllantirdi. Bu esa Jacobsen modelidagi "brend assotsiatsiyalari" komponentini boyitadi [4].



1-rasm. Xorazm viloyatida xorijiy investitsiyalar va mintaqa imiji o'rtasidagi konseptual aloqa modeli¹.

Kognitiv-affektiv imij nazariyasi kontekstida esa Xorazm viloyatining UNESCO meros shahri Xivaga ega ekanligi asosan kognitiv imij (aniq bilimlar asosidagi baholash) uchun poydevor bersa, yangi sanoat obyektlari va ijtimoiy infratuzilma rivojlanishi affektiv imijni (emotsional munosabat) ham ijobiy tomonga o'zgartiradi [7]; [8]. Matniyozov tadqiqoti ham ushbu xulosani tasdiqlaydi: Xiva tashrif buyuruvchilarining kognitiv imiji affektiv imijga, u esa turist sodiqligiga katta ta'sir ko'rsatadi.

Turizm sektori Xorazm viloyati imij kapitalining asosiy poydevori bo'lib kelmoqda. Xiva - UNESCO Jahon merosi ro'yxatiga 1990-yilda kiritilgan shahar bo'lib, mintaqaning xalqaro maydonidagi asosiy differensiatsiya omili hisoblanadi [13]. EBRD (Yevropa taraqqiyot banki) 2019-yilda viloyatda Davlat turizm qo'mitasi xodimlarini o'qitish va Xiva-Xorazm turizm strategiyasini ishlab chiqish bo'yicha xalqaro maslahat loyihasini amalga oshirdi [25]. Ushbu loyiha hudud imiji siyosatini institutsional jihatdan mustahkamlashga hissa qo'shdi.

Loyiha doirasida mavjud madaniy meros obyektlari va turizm infratuzilmasi o'rtasidagi muvofiqlashtirish masalalari ko'rib chiqildi. EBRD ning qo'llab-quvvatlashi bilan turizm yo'nalishlari bo'yicha strategiya ishlab chiqildi hamda Xiva UNESCO talablariga muvofiq holda barqaror rivojlantirish mezonlari belgilandi. Ushbu jarayon mintaqaning "barqaror turizm destinatsiyasi" sifatidagi ko'rinishini yanada mustahkamladi [16].

Sanoat sektori bo'yicha 2021-yilda taqdim etilgan 812 ta investitsiya loyihasining tasniflash tahlili quyidagi ko'rinishni berdi: paxta-to'qimachilik klasterlari - 49 ta loyiha, qurilish materiallari - 85 ta loyiha, avtomobil sanoati - 6 ta loyiha. Ushbu loyihalar natijasida Hazorasp Erkin Iqtisodiy Zonasida (Xazorasp FEZ) ko'plab yangi ishlab chiqarish obyektlari barpo etildi [33]. Erkin iqtisodiy zonalar investitsiyalar

¹ Muallif ishlanmasi

uchun soliq imtiyozlari va boshqa qulayliklar taqdim etishi bilan birga, mintaqa imijida "innovatsion sanoat hududi" tamshelini ham shakllantiradi - bu esa O'rtasiyo kontekstida muhim raqobat ustunligi bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Infratuzilma sohasidagi investitsiyalar, birinchi navbatda, viloyat ichki integratsiyasini ta'minlab, shu orqali investitsiya muhiti sifatiga ta'sir qildi. 2024-yil fevralida Amudaryo bo'ylab zamonaviy avtomobil va temir yo'l ko'prigi ishga tushirildi - bu voqea mintaqaning logistik bog'langanligini kuchaytirdi va "osilib qolgan hudud" qiyofasini bartaraf etishda muhim ramziy ahamiyat kasb etdi [40]. 4 751 km suv ta'minoti tarmog'i barpo etilishi va 206 km kanalizatsiya tizimi qurilishi natijasida 580 000 nafar aholi birinchi marta markaziy ichimlik suvi bilan ta'minlandi [34].

Ta'lim va kadrlar tayyorlash sektoridagi eng ko'zga ko'ringan loyiha - KOICA granti bilan qurilgan Kasbiy Mahorat Markazi. 9 mln dollarlik investitsiya evaziga bunyod etilgan ushbu markaz Hyundai (Janubiy Koreya) va SBH West (Germaniya) kabi xalqaro kompaniyalar bilan hamkorlikda elektr avtomobillarga texnik xizmat ko'rsatish, mehmondo'stlik xizmatlari, elektronika ta'miri kabi yo'nalishlarda yiliga 300 nafargacha mutaxassis tayyorlash imkonini bermoqda [32]. Xalqaro hamkor kompaniyalarning bu faoliyatdagi ishtiroki Urganch va Xorazm nomi bilan bog'liq bo'lgan "xalqaro standartlarga javob beruvchi kadrlar" assotsiatsiyasini investorlar ongida mustahkamlaydi.

O'zbekiston bo'yicha 2023-yil avgustiga qadar xorijiy investitsiyali korxonalar soni 12 771 birlikni tashkil etib, geografik jihatdan Toshkent shahrida 8 169 ta, Toshkent viloyatida 1 438 ta korxonalar ro'yxatga olingan. Xorazm viloyatida bu ko'rsatkich 129 ta bo'lib, bu mutlaq qiymat jihatida uncha katta bo'lmasada, keyingi yillardagi o'sish dinamikasi ijobiy tendensiyani ko'rsatmoqda [31]. Shu o'rinda muhim savol tug'iladi: viloyat uchun mutlaq FDI hajmini ko'paytirishdan ko'ra, sifat jihatdan qaysi yo'nalishdagi investitsiyalar mintaqa imijiga ko'proq hissa qo'sha oladi?

2-jadval.

Xorazm viloyatidagi investitsiya dinamikasi va imij ko'rsatkichlari (tanlab olingan ma'lumotlar)¹

Ko'rsatkich	Qiymat / ma'lumot	Manba
2017-2025 oralig'ida jalb qilingan jami investitsiya	2 mlrd AQSH dollaridan ko'proq	Kursiv Media, 2025 [40]
Sanoat korxonalar soni (2017 bilan taqqoslaganda)	25 000 dan ortiq yangi korxonalar	Kursiv Media, 2025 [40]
Sanoat ishlab chiqarishi o'sishi	2.2 barobar (2017 darajasiga nisbatan)	Qazinform, 2025 [20]
2024 yilda yangi ish o'rinlari	290 000 nafar	Embassy of Uzbekistan, 2025 [14]
Qashshoqlik darajasi (2025, sentabr)	6.8% (O'zbekistonda eng past)	Kursiv Media, 2025 [40]
Suv ta'minoti tarmog'i barpo etildi	4 751 km	Qazinform, 2025 [20]

¹ Manbalar asosida muallif tuzdi.

2025 yil turizm maqsadi	2 mln xorijiy, 10 mln ichki turist	Embassy of Uzbekistan, 2025 [14]
Rejalashtirilgan yangi investitsiya loyihalari portfeli	2.4 mlrd AQSH dollari (91 loyiha)	Kursiv Media, 2025 [40]

2-jadval ma'lumotlarining yaxlit ko'rinishi shunday xulosa chiqarishga imkon beradi: Xorazm viloyati so'nggi sakkiz yil mobaynida investitsiya oqimlari ko'lami, ish bandlik va turmush sifati ko'rsatkichlari bo'yicha barqaror ijobiy dinamikani namoyish etdi. Ayniqsa, viloyat qaqqoqlik darajasining 2025-yil sentabrga kelib 6.8% ga tushishi - bu ko'rsatkich O'zbekiston viloyatlari orasida eng past daraja - investitsiyalarning real ijtimoiy samarasini tasdiqlaydi [40]. Ushbu ma'lumot Borgen Projectda keltirilgan milliy miqyosdagi FDI o'sish tendensiyalari bilan uyg'un: 2024-yilda butun O'zbekiston bo'ylab FDI 53.6% o'sib 11.9 mlrd AQSH dollarga yetdi [3].

Xorazm viloyatining mintaqa imiji uchun asosiy kuchli tomonni qadimiy sivilizatsiya markazi sifatidagi tarixiy-madaniy kapital tashkil etadi. Viloyat birinchi akademiya - Mamun akademiyasi, va Al-Xorazmiy, Beruniy, Zamaxshariy kabi jahon buyuk allomalari bilan bog'liq [12]. Xorazm nomi yevropaliklarga "algoritm" so'zining asoschisi Al-Xorazmiy orqali ma'lum. Ushbu tarixiy identitet viloyatning ilm-fan va innovatsiya markazi sifatidagi brendini rivojlantirish uchun foydalanilmagan ulkan salohiyatni ifodalaydi.

Viloyat tabiiy resurslari - neft, gaz, oltin, kumush, molibden, volfram, temir, marmar va granit - bo'lishi [12] sanoat sektori uchun jozibador omil bo'lsada, bu salohiyat hali xorijiy investorlar oldida yetarlicha namoyish etilmagan. Xorazm milliy bog'ining 21 687 gektar maydoni, 6 ta ekologik marshrut, 112 xil o'simlik turi va suvga bo'lgan rang-barang dunyosi esa eko-turizm brendini shakllantirish imkonini beradi [17].

2025-yil uchun belgilangan turizm maqsadi - 2 million xorijiy, 10 million ichki turist va 700 million dollar turizm eksporti [14] - real imkoniyat sifatida o'tkazib yuborilmaydigan mezonga aylanmoqda. Urganch aeroportini Incheon xalqaro aeroporti standartlari asosida modernizatsiya qilish rejasi ushbu maqsad sari muhim qadamdir.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari Xorazm viloyatida xorijiy investitsiyalar va mintaqa imijining o'zaro uyg'un va barqaror rivojlanib borayotganini ko'rsatdi. 2017-yildan boshlab jalb qilingan 2 mlrd dollardan ortiq investitsiya sanoat ishlab chiqarishini 2.2 barobarga oshirish bilan birga, mintaqaning xalqaro miqyosda ishonchli va istiqbolli investitsiya hududi sifatida shakllanishiga sezilarli hissa qo'shdi. Janubiy Koreya, Avstraliya va Germaniya kabi turli geografik manbalardan kelayotgan investitsiyalar viloyatning diversifikatsiyalashgan va barqaror investitsiya muhitini yanada mustahkamladi.

Nazariy jihatdan tadqiqot Jacobsen IPBE modelining o'tish iqtisodiyoti sharoitida ham samarali qo'llanishini tasdiqladi. Investor uchun muhim bo'lgan xabardorlik, sifat idroki va brend assotsiatsiyalari mintaqaviy siyosat doirasida izchil shakllantirilishi mumkinligi aniqlandi. Shuningdek, Xorazm viloyatida tarixiy-madaniy kapital

kognitiv imijni, zamonaviy infratuzilma va ijtimoiy rivojlanish esa affektiv imijni mustahkamlovchi omillar sifatida namoyon bo‘ldi.

Ushbu natijalar asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

Birinchi, mintaqa brendlash strategiyasini alohida hujjat sifatida ishlab chiqish va unda tarixiy meros hamda zamonaviy iqtisodiy imkoniyatlarni yagona konsepsiyada uyg‘unlashtirish.

Ikkinchi, xorijiy investitsiyalarni ustuvor va istiqbolli sohalar bo‘yicha yo‘naltirish orqali mintaqa imijining aniqligini kuchaytirish.

Uchinchi, investitsiya loyihalari natijalarini tizimli ravishda xalqaro auditoriyaga yetkazish orqali ishonch va ochiqlikni oshirish.

To‘rtinchi, Al-Xorazmiy nomi asosida ilm-fan va innovatsiya yo‘nalishida yangi brend platformasini shakllantirish.

Beshinchi, turizm va sanoatni o‘zaro integratsiyalashgan holda rivojlantirish orqali qo‘shimcha qiymat yaratish.

Mazkur tadqiqot mintaqaviy brendlash nazariyasini boyitib, Xorazm viloyati misolida tarixiy meros va zamonaviy rivojlanish uyg‘unligini amaliy jihatdan namoyon etdi. Hududda ichki tadbirkorlik faolligining ortishi va xalqaro hamkorlikning kengayishi mintaqaning ijobiy imijini yanada mustahkamladi.

Milliy investitsiya dasturlari va makroiqtisodiy barqarorlik Xorazm viloyatining rivojlanish istiqbollari kengaytirib, yangi investitsiya loyihalari uchun qulay zamin yaratdi. Xalqaro moliyaviy institutlar bilan hamkorlikning kengayishi esa mintaqaning ishonchlilik darajasini oshiruvchi muhim omil sifatida namoyon bo‘ldi.

Mintaqaning ijobiy imijini shakllantirish xorijiy investitsiyalar samaradorligini oshirishda muhim strategik yo‘nalish sifatida namoyon bo‘ldi. Xorazm viloyatining so‘nggi yillardagi tajribasi investitsiyalar va imij o‘rtasidagi o‘zaro mustahkamlovchi bog‘liqlikni yaqqol tasdiqladi. Ushbu jarayonni tizimli boshqarish mintaqaviy rivojlanishning muhim omili sifatida xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Anholt, S. (2005). Editorial: Some important distinctions in place branding. *Place Branding*, 1(2), 116-121. <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.pb.5990011>

2. Papadopoulos, N., Hamzaoui-Essoussi, L., & El Banna, A. (2016). Nation branding for foreign direct investment: an integrative review and directions for research and strategy. *Journal of Product & Brand Management*, 25(7), 642-661. https://www.researchgate.net/publication/311482618_Nation_branding_for_foreign_direct_investment_an_Integrative_review_and_directions_for_research_and_strategy

3. Kavaratzis, M., & Ashworth, G.J. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*, 96(5), 506-514. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9663.2005.00482.x>

4. Jacobsen, B.P. (2009). Investor-based place brand equity: A theoretical framework. *Journal of Place Management and Development*, 2(1), 70-84. <https://doi.org/10.1108/17538330910942368>

5. UNCTAD. (2025). World Investment Report 2025. United Nations Conference on Trade and Development. <https://unctad.org/wir>
6. U.S. Department of State. (2024). 2024 Investment Climate Statements: Uzbekistan. <https://2021-2025.state.gov/reports/2024-investment-climate-statements/uzbekistan/>
7. Matniyozov, M. (2024). The formation of destination image of Khorezm region. BIO Web of Conferences. https://www.bio-conferences.org/articles/bioconf/abs/2024/01/bioconf_msnbas2024_06013/bioconf_msnbas2024_06013.html
8. Almeida, G.G.F. (2023). The influence of destination image within the territorial brand on regional development. Cogent Social Sciences, 9(1). <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2023.2233260>
9. Swain, S., Jebarajakirthy, C., Sharma, B.K., Maseeh, H.I., Agrawal, A., Shah, J., & Saha, R. (2024). Place Branding: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda. Journal of Travel Research, 63(2), 304-332. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00472875231168620>
10. Hanna, S., & Rowley, J. (2021). Place and Destination Branding: A Review and Conceptual Mapping of the Domain. European Management Review, 18(2), 105-117. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/emre.12433>
11. Dinnie, K. (2004). Place branding: overview of an emerging literature. Place Branding, 1(1), 106-110. <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.pb.5990010>
12. Uzbekistan.travel. (2024). Khorezm region. Uzbekistan's Official Tourism Portal. <https://uzbekistan.travel/en/r/khorezm-region/>
13. Wikipedia. (2025). Khorazm Region. https://en.wikipedia.org/wiki/Khorazm_Region
14. Embassy of the Republic of Uzbekistan in Pakistan. (2025). Shavkat Mirziyoyev: Khorezm is a crossroads of the glorious past and new reforms. <https://pakistan.mfa.uz/en/news/savkat-mirzieev-xorezm-perekrestok-slavnogo-proslogo-i-novyx-reform-1>
15. Haider, D., Seiseddos, G., & Elizagarate, V. (2010). Place marketing, place branding and foreign direct investments: Defining their relationship in the frame of local economic development process. Place Branding and Public Diplomacy, 6(2), 145-161. <https://link.springer.com/article/10.1057/pb.2010.22>
16. European Bank for Reconstruction and Development. (2019). Uzbekistan: Project Coordination & Capacity Building of the State Committee for Tourism Development in Khiva and Khorezm Region — International Advisor. <https://www.ebrd.com/cs/Satellite?c=Content&cid=1395280432997&d=Mobile&pageName=EBRD/Content/ContentLayout>
17. Dukhovny, N. (2021). Ancient and unique Uzbekistan: Khorezm. The Times of Israel Blogs. <https://blogs.timesofisrael.com/ancient-and-unique-uzbekistan-horezm/>

18. Lahrech, A., Al Khatib, M., & Ramadan, M. (2024). Nation branding as a tool to attract foreign direct investments: a case study of Qatar. *Place Branding and Public Diplomacy*. <https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-024-00326-9>
19. O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika Qo‘mitasi. (2024). O‘zbekiston Respublikasi bo‘yicha to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar. <https://stat.uz/en/press-center/news-of-committee/54362-o-zbekiston-respublikasi-bo-yicha-to-g-ridan-to-g-ri-xorijiy-investitsiyalar-3>
20. Qazinform. (2025). Uzbekistan unveils new investment vision for Khorezm region. <https://qazinform.com/news/uzbekistan-unveils-new-investment-vision-for-khorezm-region-fd2b04>
21. Lloyd’s Bank Trade. (2024). Foreign direct investment (FDI) in Uzbekistan. International Trade Portal. <https://www.lloydsbanktrade.com/en/market-potential/uzbekistan/investment>
22. Borgen Project. (2025). Uzbekistan’s Investment Opportunities. <https://borgenproject.org/uzbekistans-investment-opportunities/>
23. INVEXI Investment Consulting. (2025). Investment Climate of Uzbekistan: Steady Growth in the First Quarter of 2025. <https://invexi.org/press/investment-climate-of-uzbekistan-steady-growth-in-the-first-quarter-of-2025/>
24. Yuz.uz. (2021). 812 investment projects to be implemented in Uzbekistan’s Khorezm. <https://yuz.uz/index.php/en/news/xorazm-viloyatida-812-ta-investitsiya-loyihasi-amalga-oshiriladi>
25. Kursiv Media. (2025). President Reviews \$2.4 Bn Investment Projects in Khorezm. <https://uz.kursiv.media/en/2025-09-13/uzbekistan-plans-2-4-bn-in-new-khorezm-projects/amp/>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhih:

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, yanvar, 1-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

info@marketingjournal.uz

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**