

## HUDUD INVESTITSION SALOHIYATINI BOSHQARISHDA MARKETING METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH

**Ilxomjonova Fotima Muxiddinovna**

TDIU, “Savdo ishi” kafedrası PhD.,

### **Annotatsiya**

Mazkur maqolada hudud investitsion salohiyatini samarali boshqarishda marketing yondashuvlaridan foydalanishning nazariy-metodologik jihatlari tadqiq etilgan. Hududiy marketing konsepsiyasining investitsion jozibadorlikni oshirishdagi oʻrni ochib berilgan hamda investitsion salohiyatni baholash, shakllantirish va boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish boʻyicha ilmiy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

**Kalit soʻzlar:** hududiy marketing, investitsion salohiyat, investitsion jozibadorlik, marketing strategiyasi, hudud brendingi, investitsiya muhiti, investitsion salohiyat, investitsion faoliyat, mintaqaviy iqtisodiyot, hududda iqtisodiy oʻsishning ekzogen va endogen omillari.

### **Аннотация**

В данной статье исследованы теоретико-методологические аспекты использования маркетинговых подходов в эффективном управлении инвестиционным потенциалом региона. Раскрыта роль концепции территориального маркетинга в повышении инвестиционной привлекательности, а также разработаны научные предложения и рекомендации по совершенствованию механизмов оценки, формирования и управления инвестиционным потенциалом.

**Ключевые слова:** территориальный маркетинг, инвестиционный потенциал, инвестиционная привлекательность, маркетинговая стратегия, брендинг территории, инвестиционный климат, инвестиционный потенциал, инвестиционная деятельность, региональная экономика, экзогенные и эндогенные факторы экономического роста в регионе.

### **Abstract**

This article examines the theoretical and methodological aspects of applying marketing approaches in the effective management of a region's investment potential. The role of the territorial marketing concept in enhancing investment attractiveness is revealed, and scientific proposals and recommendations are developed to improve the mechanisms for assessing, forming, and managing investment potential.

**Keywords:** territorial marketing, investment potential, investment attractiveness, marketing strategy, territorial branding, investment climate, investment potential, investment activity, regional economy, exogenous and endogenous factors of economic growth in the region.

### **KIRISH**

Globallashuv sharoitida hududlarning barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi, avvalo, ularning investitsion salohiyati darajasi va uni samarali boshqarish mexanizmlariga bevosita bogʻliqdir. Raqobat kuchayib borayotgan investitsiya

bozorida hududlar nafaqat tabiiy va moliyaviy resurslar, balki qulay biznes muhiti, institutsional sharoitlar hamda hudud imiji orqali investorlar e'tiborini jalb etishga intilmoqda. Shu nuqtai nazardan, hudud investitsion salohiyatini boshqarishda an'anaviy yondashuvlar bilan bir qatorda marketingga yo'naltirilgan metodologiyalarni joriy etish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Hududiy marketing konsepsiyasi hududni investitsiyalar uchun jozibador mahsulot sifatida shakllantirish, uning raqobat ustunliklarini aniqlash va maqsadli investorlar ehtiyojlariga mos strategiyalar ishlab chiqishni nazarda tutadi. Marketing yondashuvlari hududning investitsion salohiyatini baholash, shakllantirish va rivojlantirish jarayonlarida tizimli va kompleks qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Ayniqsa, hududiy brending, marketing strategiyasi, investitsion iqlimni yaxshilash va manfaatdor tomonlar bilan samarali kommunikatsiyalarni yo'lga qo'yish investitsiyalarni jalb etishda muhim omil hisoblanadi.

Hudud investitsion salohiyatining shakllanishiga ta'sir etuvchi ekzogen va endogen omillarni chuqur tahlil qilish, ularni marketing vositalari orqali boshqarish masalalari yetarlicha o'rganilmagan. Amaliyotda hududlarning investitsion imkoniyatlari to'liq ochib berilmayotgani, marketing mexanizmlarining fragmentar qo'llanilishi mazkur sohada ilmiy-metodologik yondashuvlarni takomillashtirish zaruratini yuzaga keltirmoqda.

Investitsion salohiyat va hudud investitsion salohiyatini boshqarish tushunchalarining mohiyatini ochib berish uchun investitsiyalardan foydalanishda inson faoliyatining turli xil ko'rinishlardagi shakllari tadqiq etilgan. Investitsion salohiyatning evolyutsion jarayoni va o'zgarishi bo'yicha o'tkazilgan tahlil shuni ko'rsatdiki, ushbu sohadagi aksariyat tadqiqotlar biznesda investitsion salohiyatdan foydalanishning tarkibiy va funksional jihatlariga yo'naltirilgan. Biroq, investitsion salohiyat va hudud investitsion salohiyatini boshqarish tushunchalari haqida keng qamrovli tasavvurga ega bo'lish uchun hudud miqyosida investitsion faoliyatni tashkil etish va boshqarish bo'yicha tizimli tadqiqotlar olib borish talab etiladi.

Bu sohadagi mavjud nazariy qarashlarni umumlashtirish obyektning makon va zamondagi nisbiy holatini tavsiflovchi hudud investitsion faoliyati va hudud investitsion salohiyati tushunchalarini bir-biridan farqlash imkonini beradi. Bizning fikrimizcha, hudud investitsion salohiyati - bu hududning rivojlanish darajasi bo'lib, unga ko'ra hudud o'zining tabiiy-iqtisodiy salohiyatidan, raqobat ustunliklari va institutsional imkoniyatlaridan samarali foydalanishi hisobiga aholi turmush darajasi va sifatining barqaror o'sib borishini ta'minlaydi.

Bu borada olib borilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatmoqdaki, investitsion salohiyat, hudud investitsion salohiyat ustunligi hamda hudud investitsion salohiyatini samarali boshqarish yo'nalishlari haqida aniq tushunchalar ilmiy jihatdan yetarlicha yoritilmagan.

## **ADABIYOTLAR SHARHI**

Hudud investitsion salohiyatini boshqarish masalalari iqtisodiy adabiyotlarda turli nazariy yondashuvlar asosida o'rganilgan. Krugman P. iqtisodiy geografiya nazariyasida hududiy rivojlanish va investitsiyalar joylashuvining o'zaro bog'liqligini

asoslab bergan hamda o'sish markazlari va miqyos samarasi investitsion faollikka ta'sir ko'rsatishini ko'rsatgan [2]. Forrester J. shahar va hudud rivojlanish jarayonlarini tizimli dinamika modeli asosida tahlil qilgan va investitsion oqimlarning hududiy muvozanatga ta'sirini aniqlagan [3].

Kleiner G. iqtisodiy tizimlarni boshqarishda tizimli paradigmaning ustuvorligini asoslab, hududiy iqtisodiy siyosatni kompleks yondashuv asosida shakllantirish zarurligini ta'kidlagan [1]. Doroshenko Yu.A. hudud iqtisodiy salohiyatini resurs, ishlab chiqarish va institutsional omillar birligida baholagan hamda investitsion salohiyatni hudud rivojlanishining tarkibiy qismi sifatida talqin qilgan [4].

Evseeva M.V. investitsion barqarorlik ko'rsatkichlarini o'lchash metodikasini ishlab chiqqan va hudud investitsion jozibadorligini reyting asosida baholash imkoniyatini ko'rsatgan [5]. Kanunnikov A.I. strategik boshqaruv mexanizmlari hudud investitsion salohiyatining uzoq muddatli barqarorligini ta'minlashini empirik misollar asosida asoslagan [6]. Grigoryeva S.V. investitsion salohiyatning strategik barqarorligini baholash mezonlarini ishlab chiqqan hamda hududlararo taqqoslash usullarini taklif etgan [7].

Djamalov Kh.N. davlat va biznes o'rtasidagi shartnomaviy mexanizmlarni investitsion faollikni rag'batlantiruvchi omil sifatida tahlil qilgan [9]. Mahn K.D. barqaror investitsiya strategiyalari hududiy iqtisodiy rivojlanishga ijobiy ta'sir ko'rsatishini empirik tadqiqotlar asosida ko'rsatgan [10].

Tahlil qilingan manbalarda hudud investitsion salohiyatini baholash, strategik boshqarish va barqaror rivojlantirishning nazariy asoslari yoritilgan. Biroq marketingga yo'naltirilgan boshqaruv metodologiyasi doirasida hudud brendingi, kommunikatsiya strategiyasi va investitsion targ'ibotni investitsion salohiyat elementlari bilan integratsiyalash masalasi yetarli darajada tizimlashtirilmagan. Mazkur tadqiqot aynan shu yo'nalishda ilmiy asoslangan yondashuvni shakllantirishga qaratildi.

## **METODOLOGIYA**

Mazkur tadqiqotda hudud investitsion salohiyatini boshqarishda marketingga yo'naltirilgan yondashuvni takomillashtirish masalalari tizimli paradigma asosida o'rganildi. Tadqiqot jarayonida tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, mantiqiy umumlashtirish hamda strukturaviy-funksional yondashuv usullaridan foydalanildi. Hudud investitsion salohiyatining tarkibiy elementlari - resurs bazasi, infratuzilma, institutsional muhit, mehnat salohiyati va hudud imiji - o'zaro bog'liqlikda tahlil qilindi. Marketing vositalarining (hudud brendingi, kommunikatsiya strategiyasi, investitsion targ'ibot) investitsion jozibadorlikka ta'siri baholandi. Ekzogen va endogen omillar investitsion jarayonlarga ta'siri nuqtai nazaridan guruhlashtirildi. Shuningdek, amaldagi boshqaruv mexanizmlari tahlil qilinib, marketingga yo'naltirilgan boshqaruv modelining konseptual sxemasi ishlab chiqildi.

## **TAHLIL VA NATIJALAR**

Hudud investitsion salohiyatini boshqarish jarayonida marketing yondashuvlarini qo'llash orqali hududning investitsion jozibadorligini oshirish imkoniyatlari o'rganildi.

Tadqiqot doirasida hududiy investitsion salohiyatning tarkibiy elementlari - tabiiy va moliyaviy resurslar, infratuzilma, institutsional muhit, mehnat resurslari va hudud imiji - tizimli tarzda tahlil qilindi. Shu bilan birga, hududning marketing instrumentlari: brending, kommunikatsiya strategiyasi, investitsion targ'ibot va bozor pozitsiyalash vositalari hudud investitsion salohiyatini baholash va rivojlantirishda samarali ekanligi aniqlanadi. Tahlil natijalari shuni ko'rsatdiki, hududlarning investitsion salohiyati faqat mavjud resurslar bilan emas, balki ularni samarali targ'ib qilish va marketing strategiyalari orqali investorlarga yetkazish bilan ham belgilanadi. Shu nuqtai nazardan, marketingga yo'naltirilgan boshqaruv metodologiyasi hududning o'ziga xos afzalliklarini aniqlash, investorlar ehtiyojlariga mos xizmatlarni taklif qilish va hududni raqobatbardosh "mahsulot" sifatida shakllantirish imkonini beradi. Tahlil davomida ekzogen va endogen omillar, jumladan, makroiqtisodiy sharoitlar, siyosiy barqarorlik, hududiy strategiyalar va lokal boshqaruv samaradorligi hudud investitsion salohiyatini oshirishda muhim rol o'ynashi aniqlanadi. Shu bilan birga, marketing mexanizmlari yordamida bu omillarning ta'siri kuchaytirilishi va hududning investitsion imiji yaxshilanishi mumkinligi tasdiqlandi.

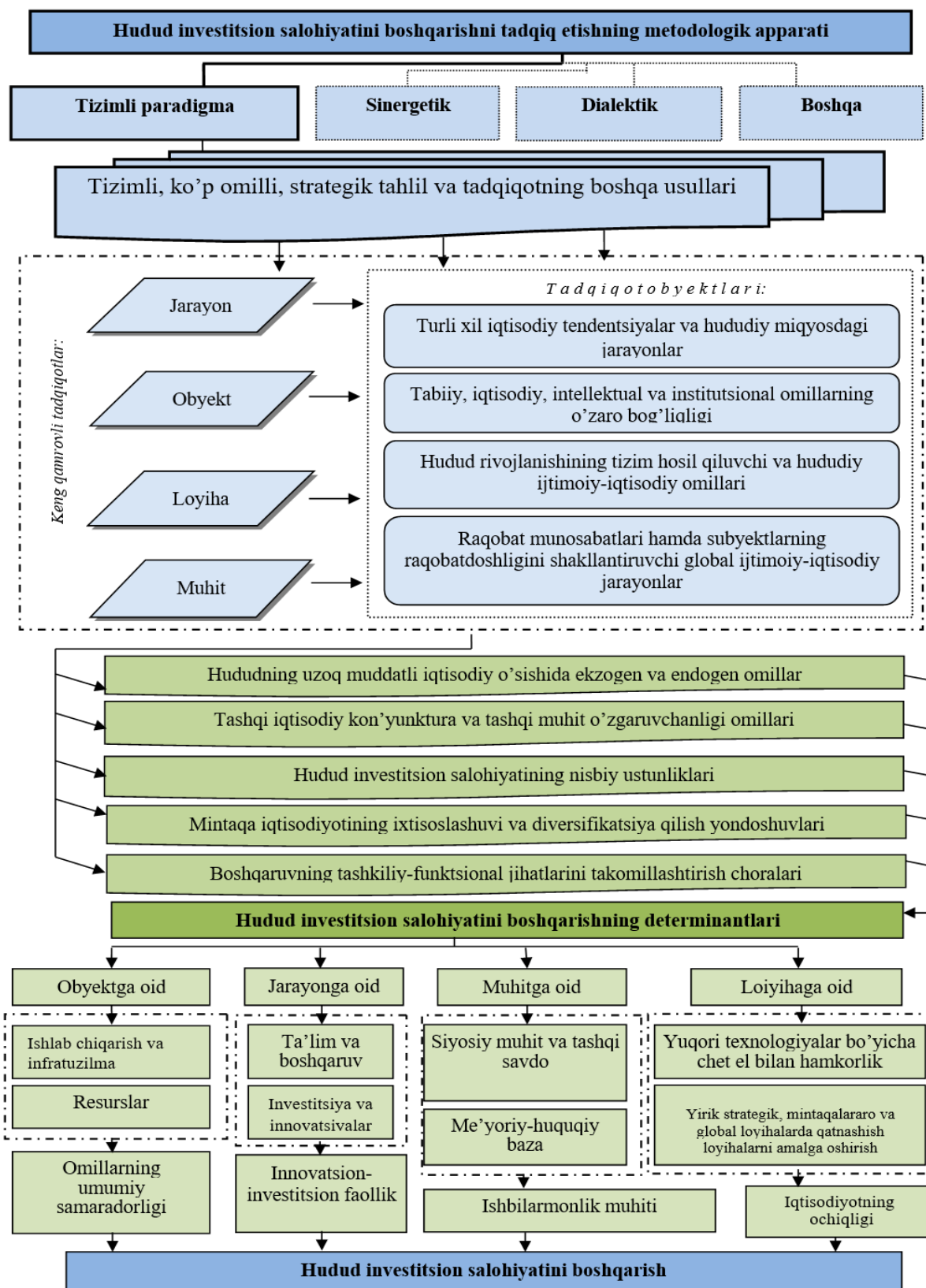
Hudud investitsion salohiyatini samarali boshqarish yo'nalishlarining ilmiy asoslarini tadqiq etish shuni ko'rsatdiki, hudud hamda hududlararo miqyosda investitsion salohiyatdan samarali foydalanish nazariyasi mavzusi mahalliy va xorijiy tadqiqotchilar tomonidan yaqin davrdan boshlab chuqur o'rganila boshlandi. Neoklassik va zamonaviy Yevropa maktabi vakillari bo'lgan klassiklarning nazariy qarashlarida iqtisodiy jarayonlardagi investitsion salohiyat munosabatlari an'anaviy tarzda, ya'ni hududiy omillar va mintaqalararo munosabatlarni hisobga olgan holda tadqiq etilgan. Iqtisodiy o'sish nazariyasi va ushbu masala yuzasidan mintaqashunos tadqiqotchilar tomonidan olib borilgan izlanishlardan<sup>1</sup> kelib chiqib aytish mumkinki, global miqyosda shunday mexanizmlar ishga tushmoqdaki, ular hududni global rivojlanishning muhim bo'g'iniga aylantirish imkoniga ega<sup>2</sup>. Shu o'rinda, integratsion jarayonlarning jadallashuvi va globallashtirish sharoitida hudud investitsion salohiyatini samarali boshqarish jarayonlarini tadqiq etishning ilmiy vositalari yetarli darajada o'rganilmagan (1-rasm).

1-rasmdagi metodologik yondashuvdan foydalanishning obyektiv sababi shundaki, boshqa modellarga nisbatan tizimli anglash modeli hudud miqyosidagi investitsion faoliyatda tabiiy va iqtisodiy obyektlar, subyektlar va institutlarga oid ko'plab jarayonlar va turli xil hodisalarning o'zaro aloqadorligini hamda hudud darajasida endogen omillarning aks etishini o'rganish imkonini beradi.

Hudud investitsion salohiyatini boshqarishda innovatsion rivojlanish manbasini tadqiq qilish hududning shakllangan innovatsion salohiyatini tahlil va sintez qilishni talab qiluvchi kompleks muammo hisoblanadi, bu esa, o'z navbatida, ushbu rivojlanish imkoniyatlarini aks ettiradi.

<sup>1</sup> *Krugman P. Geography and Trade. Cambridge: The MIT Press, 2009. Fujita M., Krugman P., Venables A.J. The Spatial Economy: Cities, Regions and International Trade. - The MIT Press, 2010. p. 384.*

<sup>2</sup> *Порттер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / М.: Международные отношения, 2013. - 886 с.*



**1-rasm. Hudud investitsion salohiyatini boshqarishni tadqiq etish metodologiyasi<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi



Mamlakatimizning yuksalishi va jahon bozorida munosib o‘rin egallashida talab yuqori bo‘lgan mahsulotlar ishlab chiqarilishining raqobatbardoshligini ta‘minlash va mahalliy sanoat samaradorligini oshirish, iqtisodiyotning istiqbolli tarmoqlarini rag‘batlantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Kimyo, to‘qimachilik, ipakchilik, oziq-ovqat sanoati, qurilish materiallari ishlab chiqarish, rangli metallarga ishlov berish, yuqori texnologik yig‘uv ishlab chiqarilishini tashkil etish kabi tarmoqlar eng ko‘p samara beradigan o‘ta muhim yo‘nalishlar hisoblanadi. Shu bois ham, mazkur sohalar rivojiga alohida e‘tibor qaratilmoqda.

Iqtisodiyotning raqobatbardoshligini tubdan oshirish, eksportchi korxonalarni qo‘llab-quvvatlashni kuchaytirish, eksportda fermer xo‘jaliklari, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ishtirokini har tomonlama rag‘batlantirish asosida rivojlanish yo‘li belgilangan. Jahon iqtisodiyotida inqiroz holatlari hamon saqlanib turgan va jahon bozoridagi narxlar eksport salohiyatiga salbiy ta‘sir ko‘rsatayotgan bir sharoitda yurtimiz eksportchilarining tashqi bozordagi o‘rnini saqlash maqsadida xorijga mahsulot yetkazib berish hajmini ko‘paytirish, eksport qilinadigan mahsulotlar turi va geografiyasini diversifikatsiya qilish, eksport faoliyatiga yangi korxonalarni jalb etish ishlari davom ettirildi.

## **XULOSA VA TAVSIYALAR**

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, hudud investitsion salohiyatini samarali boshqarishning asosiy omili marketingga yo‘naltirilgan metodologiyaning joriy etilishi hisoblanadi. Hududning investitsion jozibadorligini oshirish nafaqat mavjud resurslarni baholash, balki ularni tizimli tarzda targ‘ib qilish, hudud imijini shakllantirish va investorlar ehtiyojlariga mos strategiyalar ishlab chiqish orqali amalga oshiriladi. Tahlil natijalariga ko‘ra, hudud investitsion salohiyatiga ta‘sir etuvchi ichki (infratuzilma, mehnat resurslari, institutsional muhit) va tashqi (ekzogen) omillarni kompleks tarzda boshqarish investitsiyalarni jalb qilish va hududni raqobatbardosh qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. Marketing yondashuvlarini qo‘llash hududning afzalliklarini aniqlash, strategik ustuvorliklarni belgilash va investorlar uchun qulay muhit yaratishga imkon beradi. Shu bilan birga, marketingga yo‘naltirilgan boshqaruv metodologiyasi hudud brendingi, kommunikatsiya strategiyasi, investitsion targ‘ibot va bozor pozitsiyalash vositalarini o‘z ichiga olgan tizimli yondashuvni talab qiladi. Bu metodologiya hudud investitsion salohiyatini baholash va rivojlantirishning samarali mexanizmini shakllantiradi.

Hudud brendingini rivojlantirish orqali hududni investitsiyalar uchun jozibador qilish zarur. Shu bilan birga, marketing strategiyasini ishlab chiqish va hududning raqobat ustunliklarini aniqlash muhim. Investorlar bilan samarali aloqalarni yo‘lga qo‘yish, ularni hududning imkoniyatlari bilan tanishtirish tavsiya etiladi. Barqaror rivojlanish omillarini, ya‘ni ichki va tashqi ta‘sir etuvchi omillarni tizimli boshqarish ham muhimdir. Hudud investitsion salohiyatini baholash va uzoq muddatli strategiyalar ishlab chiqish, shuningdek, marketing vositalarining samaradorligini o‘lchash va monitoring qilish tavsiya etiladi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kleiner G. Системная парадигма и экономическая политика. Общественные науки и современность, 2007, № 2, 3.
2. Krugman P. Increasing Returns and Economic Geography. The Journal of Political Economy. 2011. Vol. 99. No. 3. P. 483-499.
3. Форрестер Дж. Динамика развития города. М.: изд-во Прогресс, 2014. с.142-164.
4. Дорошенко Ю.А. Экономический потенциал территории. СПб, Дело и сервис, 1997. -с.123
5. Евсеева М.В. Измерение показателей инвестиционной устойчивости региона. Управление экономическими системами. 2016. № 10(92). с. 14.
6. Канунников А.И. Стратегическое управление: условия устойчивого развития инвестиционного потенциала региона. Вестник Орел ГИЭТ. 2019. № 1(19). с. 121-126.
7. Григорьева С.В. Оценка стратегической устойчивости в развитии инвестиционного потенциала региона. Вопросы экономики и права. 2018. № 3. с. 33-37.
8. Djamalov Kh.N. Role and functions of the estimation of the business in the system of financial management. Public finance. Paris, 2010 year may, 22-28 p.
9. Djamalov Kh.N. Contract mechanism of the economic interaction of the state and business. Corporate finance. Turin, 2010 year june, 14-17 p.
10. Mahn K.D. The Impact of Sustainable Investment Strategies. Institutional Investor Journal. 2016. Vol. 25, no. 2. P. 96-102.



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

**Muharrir:** Xakimov Ziyodulla Axmadovich  
**Ingliz tili muharriri:** Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich  
**Rus tili muharriri:** Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li  
**Musahhih:** Karimova Shirin Zoxid qizi  
**Sahifalovchi va dizaynerlar:** Sadikov Shoxrux Shuxratovich  
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2026-yil, fevral, 2-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](mailto:info@marketingjournal.uz)  
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)  
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**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**