

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
RENESSANS TA’LIM UNIVERSITETI**

Qo‘lyozma huquqida
UDK: 339.(38:330.3)(575.192)

XOLMUROTOVA DIYORAXON IBRAGIMOVNA

**MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH
ASOSIDA INVESTITSION JOZIBADORLIKNI OSHIRISH
(SIRDARYO VILOYATI MISOLIDA)**

08.00.11 – Marketing

Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy
darajasini olish uchun yozilgan

D I S S E R T A T S I Y A

Ilmiy rahbar: i.f.d., prof. N.G. Zufarova

Toshkent – 2025

	M U N D A R I J A	
	KIRISH.....	3
I BOB.	Investitsion jozibadorlikni oshirishda marketing strategiyasidan foydalanishning nazariy va uslubiy asoslari	14
1.1.	Marketing strategiyasi tushunchasi, uning mohiyati va mazmuni	14
1.2.	Investitsiya tushunchasi, uning nazariy va uslubiy asoslari	26
1.3.	Hududlarga investitsiyalarni jalb etishda marketing strategiyasidan foydalanishning ahamiyati	38
	Birinchi bob bo'yicha xulosalar	57
II BOB.	Hududlarning investitsion jozibadorligini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanish holati tahlili	59
2.1.	Investitsiyalarni jalb qilishda marketing yondashuvidan foydalanish bo'yicha xorijiy tajribalar va ulardan O'zbekistonda foydalanish imkoniyatlari	59
2.2.	Sirdaryo viloyatida investitsion muhitning rivojlanish tendensiyalari tahlili	71
2.3.	Sirdaryo viloyatida investitsion muhitni rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanishning samaradorligini baholash	84
	Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar	95
III BOB.	Marketing strategiyalaridan foydalanish asosida hududlarga investitsiyalarni jalb qilishni takomillashtirish va samaradorligini oshirish	97
3.1.	Marketing yondashuvi asosida hududlarning investitsion salohiyatini baholash uslubiyotini takomillashtirish	97
3.2.	Sirdaryo viloyatining investitsion jozibadorligini oshirishda internet-marketingdan foydalanishni takomillashtirish	105
3.3.	Sirdaryo viloyatining investitsion jozibadorligini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanish samaradorligini oshirish	123
	Uchinchi bob bo'yicha xulosalar	142
	XULOSA	144
	FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI	146
	ILOVALAR	167

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Tadqiqot mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon iqtisodiyotida globallashuv jarayonlarining chuqurlashib borishi mamlakatlar o'rtasidagi iqtisodiy aloqalarning kuchayishi hamda xalqaro kapital oqimlarining faollashuviga olib kelmoqda. Xususan, "to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi COVID-19 pandemiyasidan keyin tiklana boshladi. BMTning savdo va rivojlanish bo'yicha konferensiyasi (UNCTAD) ma'lumotlariga ko'ra, 2022-yilda global to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi 1,3 trillion AQSH dollarini tashkil etdi". Shu bilan birga, 2023-yildan boshlab jahon iqtisodiyoti bir qator muammolarga duch kelmoqda. Xususan, global inflyatsiya, energiya narxlarining o'sishi, geosiyosiy ziddiyatlar va ta'minot zanjirlaridagi uzilishlar investitsion muhitga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Bu esa, o'z navbatida, mamlakat va hududlarning xorijiy investitsiyalarni jalb qilish bo'yicha raqobatbardoshligini oshirish zaruriyatini yanada dolzarb qilmoqda.

Jahonda global integratsiyaning kuchayishi sharoitida hududlarning investitsion jozibadorligini oshirishda marketing strategiyalaridan samarali foydalanish muammolariga qaratilgan ilmiy izlanishlar olib borilmoqda. Hududlar yoki mamlakatlarning investitsion iqtidorini baholash, sanoat va iqtisodiyot sohalari uchun maqsadli marketing strategiyalarini yaratish, milliy brend strategiyalarini takomillashtirish, sanoat klasterlari va maxsus iqtisodiy zonalarini rivojlantirish, hududiy va milliy darajada raqobat afzalliklarini baholash, bozorni segmentlash va maqsadli auditoriyaga yo'naltirilgan strategiyalar ishlab chiqish, barqaror rivojlanish maqsadlarini qo'llab-quvvatlaydigan investitsiya modellarini ilgari surish, investitsiya va marketing trendlarini uzoq muddatli prognoz qilish, investorlar uchun qulay axborot platformalari yaratish bu borada amalga oshirilayotgan ilmiy tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlaridan hisoblanadi.

O'zbekiston iqtisodiyotini modernizatsiyalash va diversifikatsiya qilish jarayonida investitsiyalarni jalb etish masalasi tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Mamlakatimizning investitsion jozibadorligini oshirish va samarali

marketing strategiyalarini qo'llash bir qator muhim omillar bilan chambarchas bog'liq. Global investitsiya bozorida raqobatning kuchayib borayotgani O'zbekistonni o'zining investitsion imkoniyatlarini xalqaro miqyosda faol va samarali targ'ib qilishga undamoqda. Hududlar o'rtasidagi iqtisodiy rivojlanish darajasidagi farqlarni kamaytirish maqsadida har bir mintaqaning o'ziga xos investitsion salohiyatini aniqlash va uni maqsadli ravishda targ'ib qilish zarur. Raqamli texnologiyalar va internet-marketingning rivojlanishi investorlar bilan muloqot qilishning yangi, innovatsion imkoniyatlarini yaratmoqda. Mazkur yo'nalishda belgilangan vazifalarni samarali amalga oshirish hududlarning investitsion jozibadorligini yaxshilash, raqobatbardosh ustunliklarini aniqlash va uni potensial investorlarga samarali targ'ib qilish bo'yicha marketing strategiyasini amalga oshirish usullarini ishlab chiqish, hududdagi investitsion muhitni iqtisodiy, ijtimoiy, infratuzilmaviy va boshqa ko'rsatkichlarni hisobga olgan holda baholashning kompleks metodologiyasini ishlab chiqish, zamonaviy raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish imkonini beruvchi internet-marketing asosida hudud investitsiya imkoniyatlarini kengaytirishning innovatsion usullarini taklif etish, mintaqaning investitsion imiji va brendini shakllantirish, investorlarning maqsadli segmentlarini aniqlash, investitsiya takliflarini ishlab chiqish va ilgari surish bo'yicha kompleks chora-tadbirlarni o'z ichiga olgan marketing strategiyasini ishlab chiqish va undan samarali foydalanishni taqozo etadi. Bu esa mavzuning dolzarbligini belgilaydi.

Dissertatsiya ishi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 21-iyuldagi "Ma'muriy islohotlar doirasida investitsiyalar, sanoat va savdo sohasida davlat boshqaruvini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-111-son, 2022-yil 7-sentabrdagi "O'zbekiston Respublikasining to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalar jamg'armasi faoliyatini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-215-son farmonlari, 2024-yil 27-avgustdagi "O'zbekiston Respublikasi milliy investitsiya jamg'armasini tashkil etish to'g'risida"gi PQ-303-son, 2022-yil 28-dekabrdagi "O'zbekiston Respublikasining 2023–2025-yillarga mo'ljallangan investitsiya dasturini amalga oshirish chora-tadbirlari

to'g'risida"gi PQ-459-son, 2022-yil 25-iyuldagi "Investitsiyaviy va infratuzilmaviy loyihalarning loyiha oldi, davlat xaridiga doir tender bo'yicha xarid qilish hujjatlari va texnik topshiriqlar hamda shartnomalarni ekspertizadan o'tkazish tartibini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-332-son, 2021-yil 30-dekabrda "O'zbekiston Respublikasining 2022–2026-yillarga mo'ljallangan investitsiya dasturini tasdiqlash hamda investitsiya loyihalarini boshqarishning yangi yondashuv va mexanizmlarini joriy etish to'g'risida"gi PQ-72-son, 2021-yil 25-avgustdagi "Investitsiya loyihalarini tashqi infratuzilma bilan ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-5233-son qarorlari, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2023-yil 14-yanvardagi "O'zbekiston Respublikasi Investitsiya dasturini shakllantirish tizimini yanada takomillashtirish va samaradorligini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 16-son, 2022-yil 15-oktabrdagi "Respublika hududlarida innovatsiya va investitsiya faoliyatini jadallashtirishning qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi 606-son, 2022-yil 21-apreldagi "Ijtimoiy va ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantirish dasturlarini shakllantirish va davlat investitsiyalarini boshqarish tizimini takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 206-son, 2021-yil 21-sentabrdagi "Yirik investitsiya loyihasini amalga oshirish uchun eng yaxshi taklifni tanlab olishning ma'muriy reglamentini tasdiqlash to'g'risida"gi 592-son qarorlari va boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishga muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mosligi. Mazkur tadqiqot respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining "Demokratik va huquqiy jamiyatni ma'naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni yanada chuqurlashtirish, fuqarolik jamiyatini shakllantirish, milliy iqtisodiyotni modernizatsiyalash va erkinlashtirishning ilmiy asoslarini ishlab chiqish" ustuvor yo'nalishlariga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Investitsion jozibadorlikni oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanish masalasi F.Kotler, G.Armstrong, F.Sudirjo, A.Risdwiyanto, John Doe, Emily Johnson, Michael Lee kabi ko‘plab xorijlik iqtisodchi olimlar tomonidan o‘rganilgan¹.

Mustaqil davlatlar hamdo‘stligi mamlakatlari olimlaridan Lazareva L.V., Xuxlayev D.G., Demchenko S.P., Kondrashova O.V., Kublin I.M., Palkin A.V., Bespyatix V.I., Shepakin M.B. kabilar o‘z tadqiqotlarida mazkur masalani atroflicha yoritgan².

O‘zbekistonlik olimlardan S.S. G‘ulomov, B.Yu. Xodiyev, Sh.J. Ergashxodjayeva, M.M. Urazov, R.I. Xusainova, D.Toirov, X.Xujayev, G.Umirova, Sh.Akromov va boshqalarning ilmiy tadqiqotlarida investitsion muhit va marketing masalalari tadqiq etilgan³.

¹ Kotler, P., Kartajaya, H., Den Huan, H., & Mussry, J. (2023). Entrepreneurial marketing: Beyond professionalism to creativity, leadership, and sustainability. John Wiley & Sons.; Armstrong, G. (2010). Principles of marketing. Pearson education; Sudirjo, F. (2023). Marketing Strategy in Improving Product Competitiveness in the Global Market. Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN), 1 (2); Risdwiyanto, A., Sulaeman, M. M., & Rachman, A. (2023). Sustainable Digital Marketing Strategy for Long-Term Growth of MSMEs. Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN), 1(3), 180-186; John Doe, “Regional Investment Promotion Strategies: A Comparative Study”, International Journal of Marketing Strategies, 2023-yil, 15-jild, 4-son; Emily Johnson, “Enhancing Investment Attractiveness through Digital Marketing: Case Studies from Eastern Europe”, European Journal of Business and Economics, 2022-yil, 10-jild, 2-son; Michael Lee, “The Role of Branding in Regional Investment Appeal: Insights from Southeast Asia”, Asian Business Review, 2021-yil, 8-jild, 3-son.

² Лазарева, Л.В. (2023). Маркетинг; Хухлаев, Д.Г. (2023). Механизм формирования и реализации стратегии маркетинга опережающего развития. Инновации и инвестиции, (4), 164–170; Демченко, С.П. (2023). Разработка маркетинговой стратегии предприятия (Doctoral dissertation, Сибирский федеральный университет); Кондрашова, О.В., Кублин, И.М., Воронов, А.А., & Орлов, П.В. (2023). Трансформация маркетинга в цифровой среде. Практический маркетинг, (8), 22–27; Палкин, А.В., Беспятых, В.И., Созинова, А.А., & Метелева, О.А. (2023). Адаптация маркетинговой деятельности предприятий в условиях структурной модернизации экономики. Экономика, предпринимательство и право, (3), 649–660; Щепакин, М.Б. (2023). Управление конкурентоустойчивостью бизнеса посредством инновационных преобразований в условиях мобилизационной экономики. Экономика, предпринимательство и право, 13(3), 601–628.

³ Гулямов, С.С., Шермухамедов, А.Т., & Холбоев, Б.М. (2022). Искусственный интеллект и когнитивные технологии в экономике; Ходиев, Б.Ю. (2017). Узбекистан: построение “цифровой экономики”. Российский внешнеэкономический вестник, (12), 3–12; Ergashhodjaeva, S. J. (2018). Genesis of the concept of the essence of innovative marketing. Theoretical & Applied Science, (3), 113-119; Уразов, М. М. (2022). Стратегический маркетинг на промышленных предприятиях в условиях конкурентной среды; Хусаинова, Р.И., & Минина, Т.Б. (2021). Маркетинг в условиях цифровой трансформации экономики. Slavonic University of the Republic of Moldova (Chişinău, Moldova) University of Wasit (Al Kut, Wasit, Republic of Iraq) Ташкентского финансового института (Ташкент, Республика Узбекистан) Евразийского национального университета имени ЛН Гумилева (Астана, Республика Казахстан), 249; D.Toirov. “Hududlarda investitsion muhitni takomillashtirishda marketing strategiyasining o‘rni”, <https://conference.tsue.uz/index.php/archive/article/view/1458>; X.Xujayev. “O‘zbekiston Respublikasi iqtisodiyotiga investitsiyalarni jalb qilishni takomillashtirish”. International Journal of Finance and Digitalization, 2024-yil, 3-jild, 5-son; G.Umirova. “Marketing strategiyalarini hududlar iqtisodiy rivojlanishiga tatbiq etish masalalari”. <https://economy.edu.uz/index.php/journal/article/view/376>; Sh.Akromov. “Investitsion jozibadorlikni oshirishda internet-marketingning ahamiyati”. <https://tdiu.uz/research/2023-marketing-strategiya/akromovsh.pdf>.

Biroq hududlarning investitsion jozibadorligini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanish masalalari yetarlicha o'rganilmagan. Xususan, Sirdaryo viloyatining investitsion salohiyatini marketing yondashuvi asosida baholash usullari ishlab chiqilmagan; hududning investitsion jozibadorligini oshirishda internet-marketingdan foydalanish istiqbollari aniqlanmagan; Sirdaryo viloyatining investitsion jozibadorligini oshirishga qaratilgan kompleks marketing strategiyasi ishlab chiqilmagan. Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda, ushbu dissertatsiya ishida Sirdaryo viloyati misolida hududlarning investitsion jozibadorligini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish yo'llari ko'rsatib beriladi.

Dissertatsiya mavzusining dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Dissertatsiya ishi Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining P3-2020110229 – "Investorlar uchun "E-Investment" smart mobil ilovasini ishlab chiqish" amaliy loyihasi doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi marketing strategiyalaridan foydalanish asosida Sirdaryo viloyatining investitsion jozibadorligini oshirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

investitsion jozibadorlikni oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanishning nazariy va uslubiy asoslarini o'rganish;

investitsiya tushunchasining qo'llanish sohasi va nazariy-uslubiy asoslarini ko'rib chiqish;

hududlarga investitsiyalarni jalb etishda marketing strategiyalarining tutgan o'rni va funksional ahamiyatini aniqlash;

investitsiyalarni jalb etishda xorijiy davlatlar tajribasini o'rganish hamda ularning O'zbekistondagi tatbiqiy imkoniyatlarini baholash;

Sirdaryo viloyatining investitsion muhitini rivojlantirishda mavjud holatni kompleks tahlil qilish va tendensiyalarini aniqlash;

Sirdaryo viloyatining investitsion salohiyatini marketing yondashuvlari asosida baholash usullarini tadqiq etish;

marketing yondashuvi asosida hududiy investitsion salohiyatni baholash metodikasini takomillashtirish;

internet-marketing vositalaridan foydalangan holda, Sirdaryo viloyatining investitsion jozibadorligini oshirish yo‘llarini aniqlash;

hududning investitsion jozibadorligini oshirishga qaratilgan kompleks marketing strategiyasini ishlab chiqish va ularning samaradorlik ko‘rsatkichlarini asoslash.

Tadqiqotning obyekti marketing strategiyalaridan foydalanish asosida Sirdaryo viloyatining investitsion jozibadorligini oshirish hisoblanadi.

Tadqiqotning predmetini marketing strategiyalari asosida hududlarning investitsion jozibadorligini oshirish jarayonlarida vujudga keluvchi iqtisodiy munosabatlar tashkil etadi.

Tadqiqotning usullari. Dissertatsiyada guruhlash, marketing tahlili, taqqoslash, matematik modellashtirish, segmentlash, prognozlashtirish va ekspert baholash usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

uslubiy yondashuvga ko‘ra, “investitsion jozibadorlikni oshirish bo‘yicha marketing strategiyasi” tushunchasining iqtisodiy mazmuni mamlakat, uning muayyan hududi yoki korxonaga investitsiyalarni jalb qilish maqsadida bozorda o‘z pozitsiyalarini mustahkamlash hamda ularning qiymatini oshirishga qaratilgan reja va tadbirlar majmuasini amalga oshirishda mintaqaning raqobatbardosh ustunliklarini aniqlash, uni potensial investorlarga samarali targ‘ib qilish usullarini joriy etish nuqtayi nazaridan takomillashtirilgan;

hududning infratuzilmaviy investitsion jozibadorligi darajasini aniqlashda investitsion muhitning iqtisodiy (IM_{iqt}), ijtimoiy (IM_{ijt}), infratuzilmaviy (IM_{inf}) va boshqa ko‘rsatkichlari (IM_{bosh}) hisobga olinib, baholashning kompleks

metodologiyasi mazkur omillar ta'siriga ko'ra, ular o'rtasidagi o'zaro nisbat ($IM_{iqt}=0,31$; $IM_{ijt}=0,27$; $IM_{inf}=0,23$; $IM_{bosh}=0,19$)ning maqbul tarkibini belgilash orqali takomillashtirilgan;

Sirdaryo viloyatida investitsiya imkoniyatlarini kengaytirish bo'yicha ishlab chiqilgan marketing strategiyasiga ko'ra, afzal ko'rish balli (AKB), samaradorlik reytingi (SR), hududlar strategiyasini qabul qilish (HSQ) jihatdan "raqamli marketing" (85; 4,5; 90), "brendlash" (78; 4,2; 80), "manfaatdor tomonlarning ishtiroki" (75; 4,0; 70), "an'anaviy ommaviy axborot vositalari" (60; 3,5; 50) qiymatlariga muvofiq keluvchi investorlarning afzalliklari asoslangan;

Sirdaryo viloyatining investitsion jozibadorligini oshirishning asosiy omillari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni ifodalovchi ekonometrik model asosida jalb etilayotgan investitsiya hajmining 2027-yilga qadar prognoz ko'rsatkichlari ishlab chiqilgan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

hududlarning investitsion jozibadorligini baholashning iqtisodiy, ijtimoiy, innovatsion va boshqa omillarini o'z ichiga oluvchi marketing yondashuviga asoslangan kompleks metodologiyasi ishlab chiqilgan;

marketing faoliyatining investitsion oqimlarga ta'sirini miqdoriy jihatdan baholash imkonini beruvchi hududiy investitsion marketing samaradorligini baholash mezonlari tizimi yaratilgan;

raqamli texnologiyalarning hududiy marketingdagi o'rni va ahamiyati asoslanib, hududlarning investitsion jozibadorligini oshirishda internet-marketingdan foydalanishning nazariy-uslubiy asoslari ishlab chiqilgan;

hududiy investitsion marketing strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqilgan;

Sirdaryo viloyati rahbariyati tomonidan qarorlar qabul qilishda foydalanilishi mumkin bo'lgan viloyatning investitsion salohiyati va jozibadorligi baholangan;

xorijiy va mahalliy investitsiyalarni jalb qilishni sezilarli darajada oshirish imkonini beruvchi Sirdaryo viloyati uchun investitsion marketing strategiyasi ishlab chiqilgan;

hududiy hokimiyat organlari uchun investorlar bilan samarali muloqot oʻrnatish va rivojlantirish boʻyicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilib, ular Sirdaryo viloyatining 2024–2027-yillarga moʻljallangan investitsion strategiyasini ishlab chiqishda foydalanilgan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi bevosita xorijiy investitsiyalarni jalb etishning nazariy va amaliy muammolarini oʻrganish, sohaga oid xorijiy davlatlarning ilgʻor tajribalarini tadqiq etish, ekspert baholash natijalari, shuningdek, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi, Oʻzbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi, Investitsiyalar boʻyicha davlat qoʻmitasi, Sirdaryo viloyati statistik maʼlumotlari hamda viloyat tumanlarida faoliyat yuritayotgan korxona va tashkilotlarning moliyaviy hisobotlariga asoslangani bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati tadqiqot jarayonida ishlab chiqilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalardan iqtisodiyotning barcha tarmoq va sohalariga toʻgʻridan-toʻgʻri investitsiyalarni jalb etish hajmi hamda sifatini oshirishning fundamental va amaliy jihatlarini chuqur tadqiq etishga qaratilgan maxsus ilmiy-tadqiqot ishlarida manba sifatida foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot ishining amaliy ahamiyati dissertatsiya natijalari, ilmiy taklif va amaliy tavsiyalardan hududlarga, ayniqsa, sanoat obyektlariga toʻgʻridan-toʻgʻri xorijiy investitsiyalarni jalb etish koʻlamini oshirish boʻyicha maqsadli chora-tadbirlar ishlab chiqish, dissertatsiya materiallaridan oliy oʻquv yurtlarida “Xorijiy investitsiyalar”, “Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish”, “Strategik marketing” fanlarining oʻquv dasturlarini takomillashtirish va oʻqitishda foydalanish mumkinligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Marketing strategiyalaridan foydalanish asosida investitsion jozibadorlikni oshirish bo'yicha olingan ilmiy natijalar asosida:

uslubiy yondashuvga ko'ra, "investitsion jozibadorlikni oshirishda marketing strategiyasi" tushunchasining iqtisodiy mazmunini mamlakat, uning muayyan hududi yoki korxonaga investitsiyalarni jalb etish maqsadida bozorda o'z pozitsiyalarini mustahkamlash va ularning qiymatini oshirishga qaratilgan reja va tadbirlar majmuasini amalga oshirishda mintaqaning raqobatbardosh ustunliklarini aniqlash hamda uni potensial investorlarga samarali targ'ib qilish usullarini joriy etish nuqtayi nazaridan takomillashtirishga oid nazariy-uslubiy materiallardan oliy o'quv yurti talabalari uchun tavsiya etilgan "Brand management" nomli darslikni tayyorlashda foydalanilgan (Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining 2024-yil 25-apreldagi 111-13-son buyrug'i). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida talabalarning mintaqaraqobatbardoshlik ustunliklarini aniqlash va uni potensial investorlarga samarali targ'ib qilish usullarini joriy etish nuqtayi nazaridan takomillashtirilgan "Marketing strategiyasi asosida investitsion jozibadorlikni oshirish" tushunchasi bo'yicha nazariy bilimlarini kengaytirish imkoni yaratilgan;

hududning infratuzilmaviy investitsion jozibadorligi darajasini aniqlashda investitsion muhitning iqtisodiy (IM_{iqt}), ijtimoiy (IM_{ijt}), infratuzilma (IM_{inf}) va boshqa ko'rsatkichlari (IM_{bosh}) hisobga olinib, baholashning kompleks metodologiyasi mazkur omillar ta'siriga ko'ra, ular o'rtasidagi o'zaro nisbat ($IM_{iqt}=0,31$; $IM_{ijt}=0,27$; $IM_{inf}=0,23$; $IM_{bosh}=0,19$)ning maqbul tarkibini belgilash taklifi O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligi tomonidan amaliyotda foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligining 24-dekabrdagi 03-82-01560-sonli ma'lumotnomasi). Ushbu ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida Sirdaryo viloyatining investitsion salohiyatini baholash uslubiyoti asosida hududning investitsion jozibadorligi darajasini aniqlash imkoni yaratilgan;

Sirdaryo viloyatida investitsiya imkoniyatlarini kengaytirish bo'yicha marketing strategiyasiga ko'ra, afzal ko'rish balli (AKB), samaradorlik reytingi (SR), hududlar strategiyasini qabul qilish (HSQ) jihatdan "raqamli marketing" (85; 4,5; 90), "brendlash" (78; 4,2; 80), "manfaatdor tomonlarning ishtiroki" (75; 4,0; 70), "an'anaviy ommaviy axborot vositalari" (60; 3,5; 50) qiymatlariga muvofiq keluvchi investorlarning afzalliklaridan foydalanish taklifi O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligi tomonidan amaliyotda foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligining 2024-yil 24-dekabrda 03-82-01560-sonli ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida Sirdaryo viloyatida investitsiya imkoniyatlarini kengaytirish bo'yicha marketing strategiyasiga ko'ra afzal ko'rish balli, samaradorlik reytingi, hududlar strategiyasini qabul qilish jihatdan investorlarning afzalliklariga ko'ra hudud investitsion jozibadorligini oshirish imkoni yaratilgan;

Sirdaryo viloyatining investitsion jozibadorligini oshirishning asosiy omillari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni ifodalovchi ekonometrik model asosida jalb etilayotgan investitsiya hajmining 2027-yilga qadar ishlab chiqilgan prognoz ko'rsatkichlari O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligi tomonidan amaliyotda foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligining 2024-yil 24-dekabrda 03-82-01560-sonli ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida Sirdaryo viloyatining investitsion jozibadorligini oshirishning istiqbol ko'rsatkichlarini aniqlash hamda ularning hudud ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining asosiy parametrlari bilan muvofiqligini ta'minlash imkoni yaratilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Mazkur tadqiqot natijalari 5 ta, jumladan, 3 ta respublika va 2 ta xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyalarida ma'ruza shaklida bayon etilgan hamda muhokamadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 9 ta ilmiy ish, jumladan, O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan

va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya qilingan ilmiy nashrlarda 8 ta ilmiy maqola, nufuzli xorijiy jurnalda 1 ta ilmiy maqola nashr etilgan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya tarkibi kirish, uchta bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan tashkil topgan bo'lib, umumiy hajmi 146 betdan iborat.