



XORAZM VILOYATIDA HUDUDIIY IMIJINI SHAKLLANTIRISHDA STRATEGIK MARKETINGDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI

Sharipov A.I

Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch
davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada Xorazm viloyatida hududiy imijini shakllantirish lozimligi, uni amalga oshirishda strategik marketingdan foydalanish imkoniyatlari yoritib berilgan.

Kalit soʻzlar: Xorazm viloyati, imij, marketing, strategik marketing, omil.

Xorazm viloyati sanoat quvvati, intellektual salohiyat va turli xil tabiiy resurslarni birlashtirgan hududdir. Xorazm viloyati hududida 40 ga yaqin tabiiy zaxira fondi obyektlari mavjud boʻlib, ularning roʻyxati Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2022-yil 28-sentyabrdagi 546-son qarorida keltirilgan [1]. Shuningdek, viloyatda respublika aholisi uchun noyob qadriyat hisoblangan va jahon madaniy merosining ajralmas qismi boʻlgan 254 ta madaniy va tarixiy yodgorliklar mavjud. Ular orasida 18 ta arxeologiya, 132 ta meʼmorchilik, 66 ta haykaltaroshlik, 6 ta diqqatga sazovor joylar va 32 ta muqaddas qadamjolar bor [2].

Hududning jozibadorligi marketing siyosati deganda hududning istiqbolli harakat yoʻnalishi va amalga oshirilishi barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni hamda uning turistik va investitsion jozibadorligini taʼminlaydigan hududning barcha subyektlariga nisbatan marketing vositalarini qoʻllashning izchil strategiyasining mavjudligi tushuniladi [3].

Har qanday hududning jozibadorligi va marketing siyosatini samarali shakllantirish uchun uning ichki va tashqi muhitini tahlil qilish muhim ahamiyat kasb etadi. Xorazm



viloyatining iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy va ekologik xususiyatlarini o'rganish orqali samarali strategik qarorlar qabul qilish mumkin.

Xorazm viloyatining ichki muhitini tahlil qilish uchun SWOT (kuchli tomonlar, zaif tomonlar, imkoniyatlar, tahdidlar) tahlil usulidan foydalanish Tashqi muhitni tahlil qilish uchun PEST (siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik) tahlil usulidan foydalanish mumkin.

Siyosiy omillar (Political) — turizm va tadbirkorlik uchun soliq imtiyozlari, savdo sohasida xalqaro hamkorliklar va turizm, transport va investitsiyalar uchun qonun bilan belgilangan sharoitlar yaratish.

Iqtisodiy omillar (Economic) — yangi korxonalar va startaplarni qo'llab-quvvatlash, mahalliy va xalqaro sarmoyalarni jalb qilish hamda mehnat bozorini rivojlantirish orqali ish o'rinlari yaratish.

Ijtimoiy omillar (Social) — aholi soni va mehnat resurslari, mahalliy aholining mehmondo'stligi va noyob hunarmandchilik va gastronomiya turizmining rivojlanishi.

Texnologik omillar (Technological) — Raqamli marketing va IT-turizmning rivojlanishi, VR va AR texnologiyalari orqali tarixiy joylarni reklama qilish hamda turistlar uchun qulay mobil ilovalarni ishlab chiqilishi Xorazm viloyatining tashqi muhitini tahlil qilish imkonini yaratadi.

Xorazm viloyatining jozibadorligini oshirish va marketing siyosatini rivojlantirish uchun ichki va tashqi muhit monitoringi muhim ahamiyatga ega. SWOT va PEST tahlillari asosida raqamli marketing, brend strategiyalari, infratuzilmani yaxshilash va investorlarni jalb qilish viloyatning jozibadorligini oshirishga yordam beradi. Bu usullar orqali Xorazm viloyati nafaqat O'zbekistonda, balki xalqaro miqyosda ham turistik va iqtisodiy markazga aylanishi mumkin.

Qabul qilingan mezonlarga asosida omillarni alohida quyidagi guruhlariga ajratib olamiz:

kuchli tomonlar – Xorazm viloyatida paydo bo'lgan va hozirgi vaqtda uning rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatayotgan omillar;



stimulyatorlar — Xorazm viloyatining ijtimoiy-iqtisodiy muhiti mavjud va hozirda hudud rivojlanishiga foydali ta'sir ko'rsatadigan omillar;

zaif tomonlar — Xorazm viloyatidan kelib chiqadigan va hozirgi vaqtda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatuvchi omillar;

rag'batlantirishga qarshi kurashuvchi omillar — hozirgi vaqtda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga salbiy ta'sir ko'rsatadigan Xorazm viloyati muhiti manbai;

ichki imkoniyatlar — kelajakda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga ijobiy ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan Xorazm viloyati faoliyatining ichki omillari;

tashqi imkoniyatlar — kelajakda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga ijobiy ta'sir ko'rsatadigan Xorazm viloyati faoliyatining tashqi omillari;

ichki tahdidlar — manbasi Xorazm viloyatida joylashgan, kelajakda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga salbiy ta'sir ko'rsatadigan omillar;

tashqi tahdidlar — kelajakda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga salbiy ta'sir ko'rsatadigan Xorazm viloyatining ish muhiti manbai bo'lgan omillar.

Sakkiz guruhga bo'lingan keyingi SWOT omillari 2020 va 2025-yillardagi omillarni baholash natijalarini hisobga olgan holda tahlil qilindi. Bu 2020 va 2025-yillarda Xorazm viloyatining rivojlanishiga ta'sir kuchiga ko'ra omillarning ahamiyatlilik darajasini aniqlash imkonini berdi.

SWOT omillari to'rtta tasniflash mezonini qamrab oladi va 32 ta maydondan iborat diagramma yaratdik (A ilovasi):

- 1) vaqt ichida paydo bo'lish omili (mavjudga nisbatan potensial);
- 2) omilning kelib chiqishi (ichki yoki tashqi) — hududning xususiyatlari va atrof-muhit omillari (tashqi);
- 3) ta'sir etuvchi omil (qulay yoki noqulay);
- 4) omilning vaqtdagi ahamiyati (hozirgi davrdagi ahamiyati yoki kelajakdagi ahamiyati).

Hududni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash, moliyaviy markazlashtirish, hududni kompleks rivojlantirish, yoshlarni qo'llab-quvvatlash, investitsiya jozibadorligini oshirish, ishbilarmonlik faolligini rivojlantirish, mehnat bozorini yaxshilash, aholi bandligini

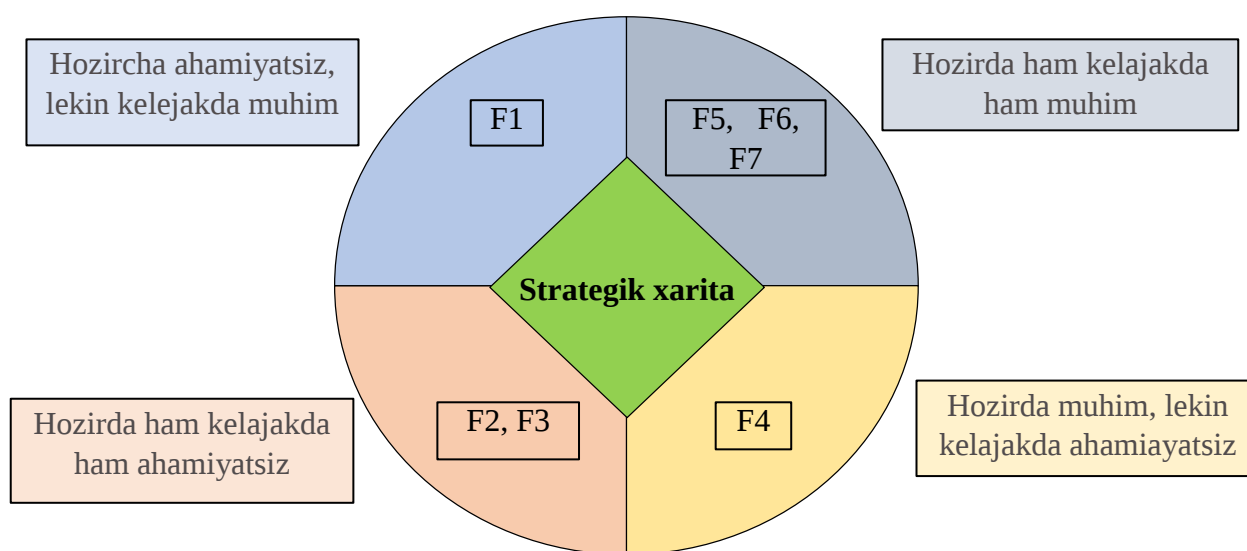


ta'minlash, yangi ish o'rinlari yaratish hamda mobillik va jozibadorlik siyosatini takomillashtirishga qaratilgan tashqi imkoniyatlardan foydalanish asosiy hisoblanadi [4].

Ushbu tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki asosiy tahdidlar: tan olinmagan hudud; bazaviy tarmoqlar korxonalarini modernizatsiya qilish uchun o'z va qarz mablag'larining yetishmasligi; aholining kamayishi, yoshlar va ishchi kuchining chiqib ketishi, aholining qarishi; hududning yetarli darajada investitsion jozibadorligi.

Bunda, kuchli tomonlar va imkoniyatlardan foydalanishni o'z ichiga olgan strategiyalar muvaffaqiyatli bo'ladi. Bundan tashqari, bunday strategiya variantlarini amalga oshirish odatda kamroq harakat va xarajatlarni talab qiladi.

Xorazm viloyatining jozibadorligini SWOT Plus tahlilini takomillashtirish jarayonida aniqlangan omillarning taxminiy ro'yxati 1-rasmda ko'rsatilgan.



1-rasm. Hududni rivojlantirish va jozibadorligini oshirishning asosiy strategik yo'nalishlar¹

Bu yerda:

F1: Raqamli marketing texnologiyalarini qo'llash;

F2: Aholining turmush sifatini oshirishga qaratilgan ijtimoiy marketing dasturlari;

F3: Malakali xodimlar va ish beruvchilar o'rtasidagi samarali munosabatlarga asoslangan menejment;

¹ Muallif ishlanmasi



F4: An'anaviy va raqamli marketing kommunikatsiya strategiyalari;

F5: yashil marketing ;

F6: investitsion marketing;

F7: barqaror rivojlanish maqsadlariga yo'naltirilgan strategiyalar.

Hozirda kichik bo'lgan va boshqalar tomonidan qadrlanmaydigan, lekin kelajakda dinamik o'sishga olib kelishi mumkin bo'lgan drayverlarga e'tibor qaratish, bashoratlilikka asoslangan yaxshi strategiyaning kalitlaridan biridir. Hududni targ'ib qilishda bunday ko'rsatkich omili hududni rivojlantirishda raqamli texnologiyalardan faol foydalanishdir. Bugungi kunda mavjud bo'lgan omillar nisbatan qisqaroq muddatga ega bo'lgan doimiy rejalashtirish va dasturlash tadbirlarining mavzusi bo'lishi kerak.

Hududiy marketing sohasiga nazariy hissa sifatida SWOT tahlilini prognoz kontekstini hisobga olgan holda takomillashtirish tavsiya etiladi. O'z tabiatiga ko'ra, bashorat o'tmishdagi tendensiyalardan ekstrapolyatsiya qilish yo'li bilan aniqlab bo'lmaydigan voqelikning kelajakdagi holatlari bilan bog'liq. Haqiqiy prognoz loyihasida kengaytirilgan SWOT tahlilidan (kengaytirilgan SWOT tahlili) foydalanish tajribasi quyidagi xulosalarga olib keldi:

1) hududni ilgari surish va jozibadorligini oshirishga ta'sir etuvchi/ta'sir qilishi mumkin bo'lgan joriy va potensial omillar to'g'risida kengaytirilgan tushuncha;

2) SWOT tahlili qo'shimcha parametr bilan kengaytiriladi: omillarning ahamiyatini ikki vaqt istiqbolida (hozirgi va kelajak) baholash;

3) o'ttiz ikkita maydonning SWOT diagrammasi olindi;

4) kengaytirilgan SWOT tahlili hudud uchun qimmatli strategik vosita ekanligi asoslanadi;

5) Aniqlanishicha, odatdagi SWOT tahlilidan farqli o'laroq (bu hozirgi kunga qaratilgan), kengaytirilgan SWOT tahlili kelajakka intiladi. O'zaro ta'sirni o'lchash nuqtai nazaridan, SWOT tahlili seminarlar, tarkibiy tahlillar, so'rovlar va aqliy hujum bilan bir qatorda barcha ishtirokchilarga (mutaxassislar va asosiy tadqiqot guruhi a'zolari)



hududning kelajakdagi rivojlanishi bo'yicha kerakli tasavvurni shakllantirish uchun umumiy asos yaratishga imkon beradi.

Xulosa shuki, SWOT usulidan foydalangan holda ekspert bilimlarini o'lchash kontekstida (ekspert guruhlar, asosiy texnologiyalar, intervyular yordamida) hududni rivojlantirish bo'yicha harakat tendensiyalari va yo'nalishlarini aniqlash mumkin bo'ldi: bugungi kunda amalga oshirilgan kelajakka kerakli tasavvurni ta'minlaydigan narsa butun loyiha davomida yaratiladi. Kengaytirilgan SWOT tahlili istiqbolli tadqiqotlar uchun ko'proq mos keladi va marketingni rivojlantirish tashabbuslari turli joylarda mashhur bo'lishi mumkin. Shunday qilib, maqsadli va resurslarga boy siyosat olib borish orqali Xorazm viloyati salohiyatining aksariyat zaif tomonlari ta'sirini kamaytirish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. https://lex.uz/en/docs/6212915?utm_source=chatgpt.com
2. https://uza.uz/uz/posts/ozmilliybank-aj-turizm-rivozhida-tashabbuskor_560754?utm_source=chatgpt.com
3. Солодкий Е.А. Концептуальные особенности маркетинга территорий как фактора социально-экономического развития. // Туристская индустрия: современное состояние и приоритеты развития : материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф. (Луганск, 26–27 февр. 2020 г.). – Луганск, 2020. – Вып. 13 – С. 121–132.
4. Овчаренко Л.А. Использование рекреационного потенциала в ускоренном экономическом развитии региона: теория, методология, практика: монография. – Донецк: ДонАУиГС, 2018. – 425 с.