

HUDUDNING INVESTITSION BRENDINI SHAKLLANTIRISHDA EKOTIZIMLI
YONDOSHUV DAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI

Kamaletdinov Ulug'bek Muzaffarovich -
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
"Statistika" kafedrasida katta o'qituvchisi

Annotatsiya. Maqola mamlakatni ayrim hududlarining investitsion jozibadorligini oshirish va ularning qulay investitsiya brendini shakllantirish muammolariga bag'ishlangan. Jumladan, jahondagi kapitallashuvi bo'yicha yetakchi korporatsiyalarning zamonaviy rivojlanishi nuqtai-nazaridan kelib chiqib, muallif O'zbekistonning ayrim hududlariga, investitsiyalarini, shu jumladan to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni, jalb etish bo'yicha amalga oshirilayotgan jarayonlarni chuqur o'rganish va baholash uchun asos bo'ladigan "biznes ekotizimi", "brend", "investitsion jozibadorlik", "investitsion muhit", "tadbirkorlik" va "investor" kabi tushunchalarni tahlil qilgan. Muallif ilmiy adabiyotlar va muvaffaqiyatli tajribalarni tahlil qilish asosida hudud investitsiya ekotizimining tuzilishining umumiy tavsifini taklif qiladi. Maqolada "Hududning investitsiya brendi" tushunchasining umumiy tavsifi ham taklif etilib, shuningdek, uni shakllantirish bo'yicha takliflar ishlab chiqildi.

Tayanch tushunchalar: ekotizim, biznes, brend, investitsion jozibadorlik, investitsion muhit, korporatsiya, tadbirkorlik, investor.

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОСИСТЕМНОГО ПОДХОДА ПРИ
ФОРМИРОВАНИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО БРЕНДА РЕГИОНА

Улугбек Музаффарович Камалетдинов -
Старший преподаватель Кафедры «Статистика»
Ташкентского государственного экономического университета

Аннотация. Статья посвящена проблемам развития инвестиционной привлекательности отдельных регионов страны и формированию их благоприятного инвестиционного бренда. В частности, через призму современного развития ведущих мировых корпораций по уровню капитализации автором проанализированы такие понятия как «экосистема бизнеса», «бренд», «инвестиционная привлекательность», «инвестиционный климат», «предпринимательство» и «инвестор», которые являются основой для углубленного изучения и оценки происходящих процессов по привлечению инвестиций, в том числе прямых иностранных, в отдельные регионы Узбекистана. Автором предложена общая характеристика структуры инвестиционной экосистемы, исходя из анализа научной литературы и успешных практик. В статье предложено общее описание понятию «инвестиционный бренд региона», а также разработаны предложения по его формированию.

Основные понятия: экосистема, бизнес, бренд, инвестиционная привлекательность, инвестиционный климат, корпорация, предпринимательство, инвестор.

POSSIBILITIES OF USING THE ECOSYSTEM APPROACH WHEN FORMING THE
INVESTMENT BRAND OF THE REGION

Ulugbek Muzaffarovich Kamaletdinov -
Senior Lecturer of the Department of Statistics,
Tashkent State University of Economics.

Annotation. The article is devoted to the problems of the development of investment attractiveness of certain regions of the country and the formation of their favorable investment brand. In particular, through the prism of modern development of the world's leading corporations in terms of capitalization, the author analyzed such concepts as "business ecosystem", "brand", "investment attractiveness", "investment climate", "entrepreneurship" and "investor". They are the basis for an in-depth study and assessment of the ongoing processes to attract investments, including foreign direct ones, to certain regions of Uzbekistan. The author proposes a general characteristic of the structure of the investment ecosystem, based on the analysis of scientific literature and successful practices. A general description of the concept of "investment brand of the region" has also been proposed, and proposals for its formation have been developed.

Basic concepts: ecosystem, business, brand, investment attractiveness, investment climate, corporation, entrepreneurship, investor.

Введение. Постпандемический этап развития глобальной экономики не перестает удивлять новыми рекордами в капитализации корпораций, усилением консолидации ресурсов в руках отдельных бизнес-элит и расширением масштабов их проникновения. Ускорение процесса перехода к цифровой эре в экономике,

форсированное пандемией по Covid-19, выявило новых мировых бизнес-лидеров, практически самых богатых людей в новейшей истории человечества.

По мнению аналитиков, общая тенденция международного производства, в течение десятилетия до 2030 года, направлена на сокраще-

ние цепочек создания стоимости, усиление концентрации добавленной стоимости и снижение международных инвестиций в физические производственные активы [1].

Анализируя тенденции рыночной капитализации 100 ведущих корпораций мира за прошедший год, после объявления всемирного локдауна, можно констатировать, что данный показатель увеличился на 48%, достигнув рекордного уровня в 31,7 трлн. долл. США, по состоянию на март 2021 года [2]. При этом технологические компании росли ускоренными темпами (71% роста за рассматриваемый период), оставаясь крупнейшим сектором рыночной капитализации (в сумме 10,5 трлн. долл. США).

Рост глобальных фондовых рынков был продиктован избыточной ликвидностью на фоне программ и политических мер по уменьшению экономических последствий пандемии, предпринятых большинством правительств мира, что способствовало значительному перетёку капитала из различных национальных и суверенных резервов в мировые корпорации. Не последнюю роль в повышении рыночной стоимости этих гигантов сыграли и миноритарные спекулянты из различных «модных» инвестиционных онлайн-платформ, которые научились хорошо зарабатывать на «положительном настроении» инвесторов.

Несомненно, феномены корпораций «Amazon», «Tesla», «Apple», «Microsoft», «Alphabet» и других символов современного этапа глобального развития станут предметом изучения для различных исследователей и аналитических центров на долгие годы вперед. Однако, уже сегодня можно говорить о достойном изучении аспекте – об исключительном повышении доверия мажоритарных инвесторов, которая привела к появлению сразу нескольких корпораций, с капитализацией более триллиона долларов США, за очень короткий промежуток времени.

К примеру, корпорация «Tesla» (NASDAQ: TSLA) достигла такой отметки всего через 11 лет после того, как стала публичной. Стоимость одной её акции достигла отметки 1213,79 долл. США, а рыночная капитализация корпорации – более \$1,2 трлн. долл. США [3]. Этому способствовали сразу несколько факторов: в сентябре 2021 года «Tesla Model 3», согласно отчёту JATO Dynamics, получила статус самого продаваемого автомобиля в Европе и первого электромобиля [4], который превзошёл по продажам модели с ДВС; сервис аренды автомобилей «Hertz» заказал у компании 100 тысяч электромобилей на 4,2 млрд. долл. США. Таким образом, корпорация вышла на первое место по капитализации среди автомобильных компаний, обойдя японского

автопроизводителя «Toyota» [5,3], хотя показывала одни валовые годовые убытки на протяжении последних 9 лет.

Рост рыночной капитализации корпорации способствовал и росту состояния 50-ти летнего эксцентричного основателя «Tesla» Илона Маска, которое увеличилось на 3,44 %, до 316,5 млрд. долл. США, а сам предприниматель занял первую строчку в рейтинге самых богатых людей мира, по версии Forbes.

Главный вопрос, который задают сейчас обыватели – *Почему все потянулись к Илону Маску? Разве в мире мало таких стартапов? Ведь, действия корпорации иногда кажутся безумными. Так в чем же секрет такого интереса к бизнесу, и главное – безудержного доверия?*

Илон Маск прекрасно использует ранее заработанный инновационный капитал и неустанно заверяет людей, что хочет изменить мир используя прорывные технологии. Так, при привлечении потенциальных инвесторов, он напоминает о своих прошлых успехах в SpaceX и PayPal [6], а также применяет «усилители впечатлений» [7, 4].

Например, на презентации Cybertruck он не просто вышел на сцену и рассказал о концепции, но и сразу представил машину публике, чтобы убедить скептиков. Такая демонстрация заставила людей заговорить о новизне и создать ажиотаж, и получить больше 250 тысяч заказов на новый электрогрузовичок за меньше чем неделю, не затрачивая больших средств на рекламу [8].

Следует отметить, что стратегия Tesla включает системный уровень, то есть комплексные удобства пользования основной продукцией - электромобилем. Возможно, в ближайшее время, спрос на акции корпорации будут формировать именно комплексные удобства. Так, корпорация строит для своих автомобилей сеть зарядных станций, охватывающую всю территорию США, а через свой филиал Solar City (NASDAQ: SCTY) предлагает солнечные панели и решения для хранения электрической энергии. Объем вырабатываемой «чистой» энергии уже с лихвой покрывает потребности всех электромобилей Tesla, вместе взятых.

По сути, Маску удалось построить целостную экосистему бизнеса меняя правила игры, а любое его начинание успешно катализируется, каким бы противоречивым оно не казалось в начале.

Это значительно упрощает восприятие этого человека-бренда, его проекты начинают казаться исключительно прорывными и инновационными, и главное, сделанными во благо экологии и общества. Согласно McKinsey [9] успешные бренды генерируют больше доходов

для своих инвесторов и, опережая общий индекс фондовых рынков, приносят на 74% больше доходности. Исследование же Navas Media показало [10], что бренды, ставящие перед собой задачу улучшения качества жизни, приносят на 120 % больше доходности на фондовых рынках.

Анализ литературы. Возвращаясь к теме нашего исследования, на наш взгляд, экосистемный подход, концептуально, может быть успешно применен и в совершенствовании процессов привлечения инвестиций в отдельные территории и регионы Узбекистана.

Исторически, определение «экосистема» бизнес позаимствовал из биологии. Так, в 1930-х годах британский ботаник Артур Тэнсли экосистемой назвал локальные сообщества организмов, которые взаимодействуют друг с другом и окружающей средой. Чтобы процветать, эти организмы конкурируют и сотрудничают, совместно эволюционируют и адаптируются к внешним потрясениям. В начале 1990-х годов бизнес-стратег Джеймс Мур перенял эту концепцию и предложил рассматривать компанию не как отдельного игрока, а как представителя бизнес-экосистемы, охватывающей множество участников из разных отраслей [11, 12].

Бизнес-экосистемы сейчас широко и успешно применяются в сообществе высоких технологий. По сути, это набор собственных или партнерских сервисов, объединённых вокруг одной компании, который может быть сосредоточен вокруг одной сферы жизни клиента или проникать сразу в несколько.

Джошуа Лернер [12, 20] выходит за рамки определения Мура и доказывает важность государственного вмешательства через политику и инфраструктуру для формирования экосистемы. Эта помощь необходима для более эффективной организации компаний и стимулирования инноваций в стартапах. Следовательно, экосистема должна состоять из разных компаний, инвесторов, акселераторов и экспертов, которые понимают потребности небольших технологических компаний, которые в конечном итоге вырастут и уйдут с рынка в долгосрочной перспективе.

Методология исследования. К настоящему моменту развития науки и практики в области региональных инвестиций, было сделано множество попыток анализа инвестиционной составляющей региона и разработки адекватных политик. Так как, любая инвестиция осуществляется на конкретной территории, в научном обиходе и законодательстве закрепились понятия «инвестиционная привлекательность региона» и «инвестиционный климат региона», которые в ряде случаев отождествляют.

В частности, в научной литературе *инвестиционная привлекательность* – это комплексная характеристика, которая применяется к определенному инвестиционному объекту или региону, и отражает факт соответствия инвестиционного объекта (региона) целям определенного инвестора [13].

Например, при оценке инвестиционной привлекательности Республики Каракалпакстан, среди конкурентных преимуществ были названы политическая и экономическая стабильность, выгодное транспортно-логистическое расположение республики в центре крупнейших региональных рынков, интегрированность в международную сеть наземных и воздушных коммуникаций, а также наличие мощной незадействованной минерально-сырьевой и ресурсной базы [14].

Инвестиционный климат же представляет собой совокупность характерных для каждой местности факторов [15], определяющих возможности компаний и формирующих у них стимулы к осуществлению продуктивных инвестиций, созданию рабочих мест и расширению своей деятельности. Более конкретизированное определение также дано в Финансово-кредитном энциклопедическом словаре [16]: «*Инвестиционный климат* - совокупность сложившихся политических, социально-культурных, финансово-экономических и правовых условий, определяющих качество предпринимательской инфраструктуры, эффективность инвестирования и степень возможных рисков при вложении капитала».

Сторонники разграничения этих понятий в основном считают, что инвестиционная привлекательность – более широкое понятие, и она уже предопределена инвестиционным климатом [17].

Не менее дискуссионным, в контексте инвестиционной деятельности, остается разграничение понятий «*предприниматель*» и «*инвестор*». На первый взгляд, предпринимательская и инвестиционная деятельности идентичны. Оба направлены на извлечение прибыли и имеют рискованный характер: инвестор зачастую пассивно осуществляет свою деятельность, в то время как предприниматель активно реализует свой интерес посредством заключения сделок, производства продукции, оказания услуг. То есть, различия состоят в реализации цели и интереса, которые преследует инвестор и предприниматель. Однако, предпринимательская деятельность может существовать и развиваться при наличии определенных объективных условий [19]:

- благоприятная правовая среда;
- благоприятная экономическая среда;

– благоприятная социальная среда.

Закон Республики Узбекистан от 25 декабря 2019 г., № ЗРУ-598 «Об инвестициях и инвестиционной деятельности» гласит, что *инвестиции* – это материальные и нематериальные блага и права на них, в том числе права на объекты интеллектуальной собственности, а также реинвестиции, вкладываемые инвестором на условиях несения рисков в объекты социальной сферы, предпринимательской, научной и других видов деятельности в целях получения прибыли.

В этом же Законе «инвестор» определен как субъект инвестиционной деятельности, осуществляющий инвестирование собственных и (или) заемных средств либо других привлеченных инвестиционных ресурсов в объекты инвестиционной деятельности в целях получения прибыли.

В любом варианте толкования вышеперечисленных понятий, незыблемым остается тот факт, что инвестиции являются сугубо субъективной экономической категорией, а ключевым фактором осуществления инвестиционной деятельности остается риск.

Вместе с тем, опыт инвесторов исходит из их образования, владения бизнесом или работы, связанной с отраслью, тогда как момент инвестирования зависит от рыночных тенденций и учитывается в бизнес-стратегиях и портфелях капитала. Лидерство через взаимодействие заинтересованных сторон также важно для стимулирования инноваций и финансирования новых бизнес-идей [20].

Здесь примечательна «Методика составления рейтинга инвестиционной привлекательности регионов Российской Федерации» рейтингового агентства «Эксперт РА» [21, 15]. Так, инвестиционная привлекательность регионов оценивается агентством на основе анализа интегральных характеристик: *инвестиционного потенциала и инвестиционного риска*.

Первый показатель формируется из девяти частных потенциалов (производственный, инфраструктурный, инновационный, потребительский, природно-ресурсный, трудовой, институциональный, финансовый и туристический); а второй – из шести групп показателей риска (экономический, криминальный, социальный, экологический, финансовый и управленческий). Информационной основой являются статистические данные федеральных ведомств, а также информация российских и международных рейтинговых агентств и институтов развития. Ранжирование регионов по этой методике позволяет отнести регион к одной из 13 групп: от категории «высокий потенциал – минимальный риск (1А)» до категории «низкий потенциал – экстремальный риск (3D)».

Анализ и обсуждение результатов (основная часть). Проведенный выше анализ, а также обзор научных источников в данной сфере, дают нам основания полагать, что экосистема для привлечения инвестиций в отдельные территории и регионы Узбекистана должна содержать как минимум четыре группы элементов, тождественных классическим условиям ведения предпринимательской деятельности и инвестирования (см. рис).



Рисунок. Ключевые элементы инвестиционной экосистемы региона

Источник: разработка автора.

Из рисунка видно, что первые три группы элементов относятся к объективным, т.е. таким, которые не зависят непосредственно от самих предпринимателей или инвестора, а диктуются общественно-экономическими условиями страны, а четвертая – *внутренняя готовность субъекта к предпринимательству* является сугубо субъективной и определяется природными способностями и накопленными знаниями (опыта) самого субъекта.

Создание эффективной *инвестиционной экосистемы* региона - важная дискуссия, поскольку правительством Узбекистана предоставляются стимулы для увеличения инвестиций и инноваций в регионы страны. При этом, лидерство, время, опыт, риск и неудача являются ключевыми факторами при создании успешной экосистемы. Это обусловлено их важностью для облегчения инвестиционной деятельности в экосистеме, чтобы помочь новым субъектам развивать свой бизнес.

Например, инвесторы Кремниевой долины (США) поддерживают тесные связи с акселераторами, академическими кругами, крупными предприятиями и юридическими фирмами. Инвесторы являются экспертами, потому что у них был предыдущий опыт владения стартапами. Они снижают риски сбой рынка, получая поддержку акселераторов, разветвляя стартапы и обладая предпринимательской культурой.

У Кембриджа (Великобритания) также есть разные заинтересованные стороны в сетях инвесторов. В отличие от Кремниевой долины образование способствует повышению квалификации инвесторов. Инвесторы избегают рисков с помощью ускорителей или отзывов лабораторий, стратегии проектирования, ориентированной на человека, а также студентов или исследователей в качестве предпринимателей.

Поэтому важно, чтобы при создании *инвестиционной экосистемы* отдельного региона, связующим звеном перечисленных 12-ти элементов (см. рис.) стало постоянное взаимодействие всех субъектов экосистемы, и свобода перемещения информации, подразумевающая наличие широких каналов доступа к различным данным или знаниям для предпринимателей и инвесторов, генерируемых внутри экосистемы.

Например, при оценке эффективности *государственной политики и координации*, ключевыми вопросами станут состояние государственной политики в области предпринимательства и инвестиционной деятельности; создание эффективной законодательной, налоговой и регулятивной базы; координация, на различных уровнях власти, организации необходимых материальных и физических условий для безопас-

ного осуществления инвестиций и предпринимательства.

Наличие земельных, водных и энергетических ресурсов, в т.ч. возобновляемых, полезных ископаемых, сырья и продукции агропроизводства станут основой при оценке *природно-климатических условий* региона. Также, в этой связи, могут быть рассмотрены проблемы обеспечения продовольственной безопасности [22], беспрепятственного импорта перечисленных ресурсов и возможности для развития туризма.

Развитие человеческого капитала, в рамках инвестиционной экосистемы, можно оценить исходя из наличия необходимых условий для этого, состоящего из квалифицированных сотрудников, выпускников, а также профессионалов в области бизнеса и инвестиций, доступа к предпринимательскому образованию, в т.ч. дистанционному. Последний, в свою очередь, будет способствовать становлению и развитию *внутренней готовности человека* к предпринимательству и риску.

Выводы и предложения. Таким образом, можно сделать вывод, что экосистемный подход в развитии инвестиционной привлекательности региона должна представлять собой переход от традиционного экономического взгляда на предпринимательство и инвестиции, ориентированного на рынки, к новому экономическому взгляду, акцентирующему внимание на людях, сетях и институтах.

Исходя из изложенного, в целях перехода к экосистемному подходу при формировании благоприятного инвестиционного бренда региона, а также создания научно-практической базы для адекватной оценки состояния инвестиционной экосистемы отдельных территорий (регионов), предлагается:

1. Разработать и апробировать на практике систему показателей, отражающих состояние ключевых элементов инвестиционной экосистемы региона, предложенных автором (см. рис.), на примере районов Республики Каракалпакстан, которые имеют явные конкурентные преимущества ввиду наличия неиспользованного инвестиционного потенциала.

2. Изучить возможности адаптации «Методики составления рейтинга инвестиционной привлекательности регионов» рейтингового агентства «Эксперт РА» условиям регионов Узбекистана, в том числе путем апробации в регионах Узбекистана.

3. Разработать и внедрить в практику систему ежеквартальной оценки состояния инвестиционной экосистемы регионов, в том числе, путем внедрения индикаторов, отражающих социально-экономические, политические и региональные аспекты развития, проведения

опросов среди бенефициариев, инвесторов и руководителей предприятий.

4. Создать специализированное подразделение в структуре Министерства инвестиций и внешней торговли Республики Узбекистан, в качестве методического центра, которое будет заниматься вопросами проведения периодической оценки состояния инвестиционной экосистемы региона, составления рейтинга по их инвестиционной привлекательности, разработкой и совершенствованием системы такой оценки.

Предлагаемые мероприятия, на наш взгляд, помогут более качественно дифференцировать районы и города Узбекистана по инвестиционной привлекательности, которые могут значительно различаться от инвестиционного климата в стране, в целом.

Это будет способствовать разработке более последовательной инвестиционной поли-

тики и системы преференций по привлечению инвестиций, в том числе, прямых иностранных, для отдельных регионов Узбекистана. Помимо этого, потенциальные инвесторы получат адаптированный и понятный инструментарий для снижения риска принятия решения об инвестициях в конкретную территорию (регион) страны.

Инвестиционная экосистема региона неминуемо отражается на инвестиционном бренде региона, которая будет сигнализировать потенциальным инвесторам не только красивым логотипом или цветовой гаммой, свойственной отдельной территории, а образцом успеха, благодаря предполагаемому объёму дохода и возможностям самостоятельно создавать новые виды продукции и рынки сбыта, вовлекая неиспользуемые возможности региона.

Источник и список использованной литературы:

1. Доклад о мировых инвестициях, 2020 год Международное производство после пандемии. ООН, 2020. UNCTAD/WIR/2020 (Overview).
2. Global Top 100 companies by market capitalisation. PWC. May, 2021.
3. Онлайн оценка богатства. Данные по состоянию на 4 ноября 2021 года. URL: <https://www.forbes.com/real-time-billionaires/#3186ab53d788>
4. Tesla Model 3 becomes first EV to top European monthly sales. Reuters. URL: <https://www.reuters.com/business/autos-transportation/tesla-model-3-becomes-first-ev-top-european-monthly-sales-2021-10-25/>
5. Tesla blows past Toyota to become most valuable automaker. URL: www.techcrunch.com/
6. От травли до покорения космоса: в чем секрет успеха Илона Маска? DW. Видеоматериал. URL: <https://www.dw.com/ru/53623348>
7. Натан Ферр, Джефф Даер. Уроки Тесла. URL: <https://hbr-russia.ru/innovatsii/upravlenie-innovatsiyami/823320>
8. Материал платформы бизнес-сообщества Forbes Council. URL: <https://blogs.forbes.ru/about>
9. Jesko Perrey, Tjark Freundt, and Dennis Spillecke. The brand is back: Staying relevant in an accelerating age. McKinsey&Co. May 1, 2015. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-brand-is-back-staying-relevant-in-an-accelerating-age>
10. Brand are facing the 'Age of cynicism' from skeptical consumers. URL: <https://havasmedia.com/press/press-releases/2015/top-scoring-meaningful-brands-enjoy-a-share-of-wallet-46-per-cent-higher-than-low-performers>
11. Moore, James F. The Death of Competition: Leadership & Strategy in the Age of Business Ecosystems. — New York: HarperBusiness, 1996. — ISBN 0-88730-850-3.
12. Lerner, Joshua. Boulevard of Broken Dreams Why Public Efforts to Boost Entrepreneurship and Venture Capital Have Failed and What to Do About It / Josh Lerner. Project MUSE, 2009.
13. Никитская Е.Ф. Оценка инвестиционной привлекательности в инновационной экономике с позиций внешних пользователей // Экономический анализ: теория и практика. 2014. Т. 13. Вып. 5. С. 12-26. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-investitsionnoyprivlekatelnosti-v-innovatsionnoy-ekonomike-s-pozitsiy-vneshnih-polzovateley>
14. Kamaletdinov Ulugbek, Invest in Karakalpakstan // Investment Guide 2018. – Т.: CCI, UzAFI, UNDP, 2018. Vol.100. P 26.
15. World Development Report 2005: A Better Investment Climate for Everyone (World Development Report) // The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. 2004. P. 2.
16. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / под общ. ред. А.Г. Грязновой. М.: Финансы и статистика, 2002. С. 359.
17. Ерохина Е.В., Есина О.И. Инвестиционная привлекательность как фактор инновационного развития регионов (на материалах Сибирского федерального округа) // Потенциал современной науки. 2016. № 1. С. 64-71.
18. Куницкая Е.В. Различия инвестиционной и предпринимательской деятельности через категорию интереса и риска. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razlichiya-investitsionnoy-i-predprinimatelskoy-deyatelnosti-cherez-kategoriyu-interesa-i-riska>
19. Условия предпринимательства. Портал Высшей школы экономики. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ecopos.ru/usloviya-predprinimatelstva.php>
20. Ester Cunha, Andy Hira, Simon Ford. Establishing an Effective Investment Ecosystem in Vancouver's Tech Cluster Paper for Charles Chang Institute for Entrepreneurship - 2020 R&D Management Symposium Aug. 4-6 2020, Vancouver.
21. Методика составления рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России компании «РАЭК Аналитика». URL: https://raexpert.ru/docbank//109/d31/3e8/5564_b5d35605a92af9b47c6.pdf
22. Камалетдинов У.М. Предпосылки для укрепления конкурентоспособности АПК и развития торговли в регионе Приаралья (на примере Республики Каракалпакстан) // "Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг озиқ-овқат захираларини оширишдаги ўрни ва роли: муаммо ва имкониятлар". Олий таълим муассасалари аро илмий-амалий анжуман илмий мафолалар ва маърузалар тўплами. (2018 йил 19 май). Т.: Импресс Медиа, 2018. – 10-15 б.