

MINTAQAVIY BENCHMARKING: XUSUSIYATLARI VA USLUBIYOTI

Rasulova Nigora Nematovna

Buxoro muhandislik texnologiya instituti

E-mail: nigorarasulova.13@gmail.com

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada benchmarking va uning mohiyati, mintaqa iqtisodiyotini rivojlantirishda hududlarning ustuvor yo‘nalishlarini tanlashda benchmarkingning ahamiyati to‘g‘risida fikr yuritilgan.

Kalit so‘zlar: benchmarking, hududlar benchmarkingi, hududlarni rivojlantirish, raqobatdoshlikni yaratish, mintaqa raqobatbardoshligi.

REGIONAL BENCHMARKING: CHARACTERISTICS AND METHODOLOGY

ABSTRACT

This article discusses benchmarking and its essence, the importance of benchmarking in choosing the priority directions of regions in the development of the regional economy.

Key words: benchmarking, regional benchmarking, regional development, creating competitiveness, regional competitiveness.

Hozirgi kunda ichki imkoniyatlardan to‘liq foydalanib raqobatbardoshlikka erishish har bir hududni strategik rivojlantirishning asosi hisoblanadi. Raqobatbardoshlikka erishish yetakchi mintaqalar, hududlar, shaharlar amaliyotini o‘rganish asosida o‘z raqobatbardoshlik omillarini aniqlash va ularning hududni rivojlantirishdagi rolini yanada kuchaytirish orqali kechadi. “Nima uchun u yoki bu

hudud yetakchi o‘rinni egallaydi?” – degan savolga javob izlashda taqqoslanadigan ko‘rsatkichlarni aniqlash va omillarni tizimlashtirish hududiy raqobatbardoshlik ko‘rsatkichlariga ilmiy yondashuvni shakllantirishni talab qiladi.

Dunyoda bunday tahlil "benchmarking" deb nomlangan bo‘lib, u dastlab ishbiarmonlik muhitida ishlatilgan, so‘ngra mintaqaviy tadqiqotlar amaliyotiga kiritilgan. Ko‘pincha benchmarking imkoniyatlarini o‘rganish biznes tashkilotlari bilan bog‘liq holda ko‘rib chiqiladi, ammo uni hududiy darajada qo‘llash mintaqani rivojlantirish imkoniyatlarini baholashga imkon beradi.

Biznesda benchmarking - bu o‘z xatolarini bartaraf etish va eng yaxshi tajribadan foydalanish choralarini ishlab chiqish maqsadida kompaniyalar, shu jumladan raqobatchilar tomonidan turli sohalardagi ilg‘or tajribalarni doimiy ravishda o‘rganishni anglatadi. Benchmarking (benchmarking) - bu o‘z faoliyatini takomillashtirish maqsadida korxonaning samarali faoliyatining mavjud misollarini aniqlash, tushunish va moslashtirish jarayoni sifatida mezonlarga asoslangan qiyosiy tahlil.

Hududlar benchmarkingi asosida o‘z hududidagi noyob imkoniyatlarni aniqlash maqsadida mintaqqa iqtisodiyotining turli xil ob‘ektlarini chuqur taqqoslash tahlili yotadi.

Evropa Ittifoqi mamlakatlarida hududlarni benchmarking metodologiyasini qo‘llash asosida rivojlantirishga katta e‘tibor berilmoqda. Ushbu uslubdan foydalanishga barcha mamlakatlarda e‘tibor kuchaymoqda.

Hozirgi sharoitlarda mintaqalarni mutanosib rivojlantirish, ularning iqtisodiy xavfsizligini ta‘minlash muammolari dolzarb bo‘lib turibdi. Muayyan sohalar, xo‘jalik yurituvchi sub‘ektlar va hududlarning reytingi turli yo‘nalishlarda olib boriladi. Mintaqaviy rivojlanish masalalari va shunga muvofiq, hududlarni rivojlantirish strategiyasini asoslovchi vositalarni izlash, shuningdek, mintaqalar va shaharlarning o‘zaro ta‘siri hamda muvofiqlashtirish usullari dolzarb ahamiyatga ega.

Hududlarni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlarini tanlash mintaqaviy iqtisodiyotining individual tarkibiy parametrlarini va umuman mintaqaviy jarayonlar tizimini takomillashtirishni nazarda tutadi.

Benchmarking - bu turli kompaniyalar tomonidan 1950 yildan beri qo‘llab kelinayotgan marketing usullaridan biridir.

Birinchi marta ushbu usul AQShda qo‘llanila boshlandi va keyinchalik u global xarakterga ega bo‘ldi. Amalda benchmarking 1980-yillarda qo‘llanila boshlandi va bu usulni birinchi bo‘lib ishlatgan kompaniya Xerox edi. Xeroxdan ustun kelgan va yaxshi ishlashni namoyish etgan chet ellik raqib Xerox rahbarlarini raqobatdosh nusxa ko‘chirish yoki hatto undan ustun turish uchun bunday raqobatdosh ustunlik manbalarini aniqlashga undadi.

“Benchmarking” atamasi o‘zi juda oddiy g‘oyani o‘z ichiga oladi: dunyoda yoki ma’lum bir hududda bozorda eng samarali, aniq belgilangan jarayon yoki vazifalar asosida ishlaydigan kompaniyani toping, so‘ngra ularni o‘rganib chiqing va keyinchalik o‘zingizning biznesingizga moslashtiring. Boshqacha qilib aytganda, bu o‘z sohasidagi ilg‘orlar bilan taqqoslash va o‘z biznes jarayonlarini bir xil natijalarga erishadigan tarzda qurishdir.

"Benchmarking" atamasi inglizchadan so‘zma-so‘z tarjimasiga ega emas. "Benchmarking" ingliz tilidan olingan bo‘lib, bench ("daraja", "balandlik") va mark ("belgi"), ya'ni "namuna bilan taqqoslash", "tayanch daraja" degan ma'noni anglatadi..

Benchmark - bu yer o‘lchaydiganlar tomonidan ishlatiladigan atama, ular posilkalarning chegaralarini aniqlash uchun masofalarning kelib chiqishi uchun dastlabki belgilar sifatida "benchmarklar" dan foydalanganlar.

Shu bilan birga, Norvegiya Fan va Texnologiya Universiteti professori B.Andersen inglizcha benchmarking atamasining tarjimasini so‘zma-so‘z "tosh o‘rindiqlik" degan ma’noni anglatadi deb yozadi va quyidagi misolni keltiradi. Tasavvur qiling, tog‘ning tepasida, hammaga yaxshi ko‘rinadigan, ikkita toshdan yasalgan plita chetiga o‘rnatilib, bir-biridan biroz uzoqlashtirib ustiga yana bir plita qo‘yilgan. Bunda tosh

o‘rindiqlik hosil bo‘ladi. Ushbu g‘oya - ma‘lum bir standart bilan taqqoslash - iqtisodiyotda keng qo‘llanila boshladi.

B. Andersen benchmarkingni "...bitta biznes jarayonini yetakchi tashkilot jarayoni bilan doimiy o‘lchash va taqqoslash asosida korxonaning o‘z takomillashtirish maqsadini aniqlash hamda faoliyatini yaxshilash bo‘yicha tadbirlar ishlab chiqishga ko‘maklashadigan ma‘lumotlarni yig‘ish" deb ta‘riflagan.

Shunday qilib, benchmarking jarayon nuqtai nazaridan - bu muvaffaqiyatli ishlayotgan tuzilmalar va tashkilotlarning boshqaruv usullarini o‘rganish va keyinchalik tadbiriq etish uchun o‘z tashkiloti faoliyati bilan taqqoslash va zaif tomonlarini aniqlash bo‘lib hisoblanadi.

Benchmarkingning turli xil ta‘riflari quyidagi umumiy elementlarga ega:

raqobatdosh ustunliklarni rivojlantirish;

har qanday tarmoq yoki mamlakatdan tadbirkorlikning ilg‘or tajribalarini o‘rganish;

tashkilot faoliyati samaradorligini boshqalar bilan taqqoslash asosida ishlab chiqarish unumdorligini oshirishga olib kelishi mumkin bo‘lgan ma‘lumotlarni ijodiy tadbiriq etish

Bu shuni anglatadiki, benchmarking kompaniyaning raqobatdoshlikni yaratish va qo‘llab-quvvatlash maqsadida mavjud bo‘lgan eng ilg‘or amaliyotni ijodiy va innovatsion moslashtirishga qaratilgan dastak.

Benchmarking evolyutsiyasi besh bosqichda amalga oshiriladi.

Birinchi avlod yoki mahsulot benchmarking - bu mahsulotni retrospektiv tahlil qilish bo‘lib, bunda raqobatdosh tovar va xizmatlarni sotib olish asosida o‘xshashlarini yaratish hisoblanadi.

Ikkinchi avlod – raqobatbardoshlik benchmarking bo‘lib, 1976-1986 yillarda Xerox kompaniyasi faoliyati sababli rivojlangan.

Uchinchi avlod 1980- yillar oxiri 1990 yillar boshida rivojlanib, namunaviy biznes-jarayonlarni nafaqat raqobatchilarda, balki boshqa soha korxonalarida ajratila boshlandi.

To‘rtinchi avlod – strategik benchmarking bo‘lib, tashkiliy takomillashtirishga aniq yo‘naltirilgan umumiy qarorlarni qabul qilish jarayonining bir qismi sifatida qaraladi.

Beshinchi avlod global benchmarking - madaniyat va milliy ishlab chiqarishni tashkil etish jarayonlarini hisobga olgan holdagi kelajakni ko‘zlaydigan xalqaro almashinuvni tashkil etish vositasi.

Benchmarking yetakchi sifatida bozorda uzoq muddatli barqarorlikni ta‘minlash uchun yetakchi korxonalar bilan taqqoslaganda samaradorlik maqsadlari va strategiyalarini baholash usuli shaklida bo‘ladi.

Ko‘pincha benchmarking imkoniyatlarini o‘rganish biznes tashkilotlari bilan bog‘liq holda ko‘rib chiqiladi, ammo uni hududiy darajada qo‘llash mintaqani rivojlantirish imkoniyatlarini baholashda ham ko‘rib chiqiladi. Benchmarkingning asosi bo‘lgan qiyosiy tahlil raqobatbardosh ustunliklar va innovatsion strategiyani shakllantirishga yordam beradi, hududning taklif qilingan tashabbuslarini kuzatadi va baholaydi.

D. Klari, G. Grutendorst va K. Nikolsning fikriga ko‘ra, mintaqaviy benchmarking "bu mintaqaning rivojlanishini ko‘rsatkichlarning keng ro‘yxati yordamida baholash orqali amalga oshiriladi". K. Koelruterining fikricha mintaqaviy benchmarkingni mintaqalararo taqqoslash sifatida belgilashdan iborat, bunda "faoliyat turlari, jarayonlar, amaliyotlar, siyosatlar taqqoslanadi va ushbu ma‘lumotlardan mintaqaviy rivojlanishni yaxshilash uchun foydalaniladi".

Hududlar benchmarkingning o‘ziga xos maqsadlariga quyidagilar kiradi:

Har bir mintaqaning raqobatbardosh holatini ichki tahlil qilish hududni iqtisodiy rivojlantirish strategiyasini aniqlashtirish va takomillashtirishga xizmat qiladi.

Boshqa hududlar bilan taqqoslash har bir ishtirokchi hududning hozirgi rivojlanish holatini tushunishni osonlashtiradi va yaxshilanishi mumkin bo‘lgan yo‘nalishlarni taklif qiladi.

Benchmarking boshqalardan yaxshi tajribalarni aniqlash va ularni mintaqaga yoki mamlakat bo‘ylab tarqatishni osonlashtiradi.

O‘zbekistonda ko‘plab mintaqalar mavjud, ularning afzalliklari to‘liq ishlatilmaydi. Aynan mana shunday mintaqalarni rivojlantirish uchun benchmarking usulini qo‘llash maqsadga muvofiqdir. Biroq, o‘xshash xususiyatlarga ega hududlar kam uchraydi, shuning uchun mintaqalarni baholash uchun ko‘rsatkichlarning yagona modelini ishlab chiqish zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI: (REFERENCES)

1. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования [Текст] : пер. с англ. / Б. Андерсен ; науч. ред. Ю.П. Адлер. – М. : Стандарты и качество, 2003. – 272 с.
2. Territorial benchmarking methodology: the need to identify reference regions 3rd European conference on corporate R&D and Innovation CONCORD-2011 [Text] : oct. 6th. – 2011.
3. Koellreuter C. Regional Benchmarking as a tool to improve regional foresight [Text] / C. Koellreuter ; European commission ; Research DG-Directorate K, 2002. – 14 p.
4. Nematovna R. N. Tourism and Digitalization: Achievements and Challenges for the Future //CENTRAL ASIAN JOURNAL OF INNOVATIONS ON TOURISM MANAGEMENT AND FINANCE. – 2021. – Т. 2. – №. 6. – С. 40-44.
5. Интенсификация экономического роста и устойчивого развития России и Узбекистана в условиях цифровой трансформации экономики : кол. моногр. / под науч. ред. проф. Е.Н. Камышанченко, доц. Ю.Л. Растопчиной. – Белгород : ООО «Эпицентр», 2022. – 238 с.