

*Xoliqulov Anvar Nematovich – SamISI “Iqtisodiy tahlil va statistika” kafedrası
mudiri, i.f.n., professor*

Mezoiqtisodiyotning muayyan hududga “bog‘langan”ligi mamlakatlar masshtabida ham, geoiqtisodiy masshtabda ham uning yetakchi (dominanta) funksiyalari o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarni saqlab qoladi.

Mintaqaning funksional yo‘nalganligi, bir tomondan, umumiy ijtimoiy-iqtisodiy potensialini belgilab bersa, ikkinchi tomondan, u yoki bu funktsiya doirasida raqobatchilikdagi ustunliklarni realizatsiya qilish uchun shart-sharoitlarni shakllantiradi. Funksional tipologiyaning klassik modelida (har qanday ancha soddalashtirilgan nazariy modelda bo‘lganidek) u yoki bu mintaqa har xil turlarga mansub bo‘ladi, masalan, agrar, agrar-industrial, industrial, rekreatsion va b. Bunday soddalashtirilgan tasnif mintaqaviy iqtisodiyotning ayrim yetakchi funksiyalarini ajratib ko‘rsatish imkonini beradi. Bu tasnif asosini avvalam bor funksional-sohaviy yondoshuv tashkil qilishi mumkinki, bunda iqtisodiy faoliyatning nafaqat ustunlik qiluvchi yo‘nalishlari, balki mintaqa uchun ixtisoslashgan (uning ixtisosligini belgilaydigan) yo‘nalishlari ham mintaqa tasnifining asosi bo‘ladi.

Mintaqalar bir-biridan ajralgan holda emas, balki o‘zaro munosabatda, yagona iqtisodiy fazoda rivojlanar ekan, ularni tasniflashda (ayniqsa raqobatbardoshlikni parametrizatsiyalash ma‘nosida) ayrim g‘arb olimlarining (A. Fishera, D. Bella va b.) tadqiqotlarida o‘z rivojini topayotgan iqtisodiyotni bir qator sektorlarga ajratishga qaratilgan yo‘nalish alohida ahamiyat kasb etmoqda desa ham bo‘ladi. Bular: birlamchi sektor (qishloq xo‘jaligi, tog‘-kon ishi, baliqchilik), ikkilamchi sektor (ishlab chiqaradigan sanoat), uchlamchi sektor (transport, kommunal xo‘jalik), to‘rtlamchi sektor (savdo, moliya xizmatlari, sug‘urta, ko‘chmas mulk ustida o‘tkaziladigan operatsiyalar), beshlamchi sektor (sog‘liqni saqlash, ta‘lim, ilmiy tadqiqotlar, davlat boshqaruvi sohasi, dam olish va ko‘ngil ochish industriyasi).

Bu holda hudud (mintaqa, shahar va h.k.)ning raqobatbardoshligi mintaqaviy shart-sharoitlar va ijtimoiy ishlab chiqarish omillarining (shu jumladan, hududiy-lokalizatsion omilning, ya‘ni global iqtisodiyotga mintaqa egallagan joy) yig‘indisini ham, boshqa mezoiqtisodiyotlar bilan solishtirganda, ulardan samarali foydalanishni ham o‘z ichiga sig‘diradigan sintetik hodisa sifatida namoyon bo‘ladi. Bunda ushbu omillardan foydalanish deganda, faqat xususiy va korporativ maqsadlarda emas, balki

ko'proq butun hududiy umumlashmaning manfaatlarini hisobga olgan holda foydalanish ko'zda tutiladi.

Bu bilan bog'liq holda mintaqaviy iqtisodiyot raqobatbardoshligini tadqiq etishda tegishli ko'rsatkichlar (indikatorlar)ning bir butun yig'indisi bilan ish ko'rishga to'g'ri keladi. Raqobatbardoshlik muammosining ushbu jihatiga diqqatni qaratar ekanmiz, unga baho berishda hozirgi zamon iqtisodiyotida anchayin diversifikatsion yondoshuv yuzaga kelganini ta'kidlab o'tmay bo'lmaydi.

M.Porter ham mintaqa raqobatbardoshligini baholashda (bu masala unda mamlakat raqobatbardoshligi konsepsiyasining o'ziga xos proektsiyasini tashkil etadi) umuman olganda xuddi shunga o'xshash yondoshuvdan kelib chiqadi¹². Ushbu muallifga ko'ra, mintaqa raqobatbardoshligi – bu mintaqaviy resurslardan, birinchi navbatda, ishchi kuchi va kapitaldan foydalanishning boshqa mintaqalarga nisbatan unumdorligi (mahsuldorligi). Unumdorlik esa yalpi mintaqaviy mahsulot (YaRM)ning aholi jon boshiga miqdori bilan, shuningdek uning dinamikasida belgilanadi.

Raqobatbardoshlikning rivojlanishi quyidagi to'rtta bosqichda amalga oshiriladi:

- ishlab chiqarish omillari asosidagi raqobatchilik;
- investitsiyalar asosidagi raqobatchilik;
- nou-xaular asosidagi raqobatchilik va;
- boylik asosidagi raqobatchilik.

Dastlabki uchta bosqich iqtisodiy o'sishni ta'minlaydi, oxirgisi esa turg'unlik va inqirozni keltirib chiqaradi.

Raqobatbardoshlikni uch darajada baholash odatda iqtisodiy tahlilda keng qo'llanadi: makroiqtisodiy, mezoiktisodiy va mikroiktisodiy. Har bir daraja turli obyektlar (mamlakat, tarmoq, firma yoki mahsulot) bo'yicha raqobat imkoniyatlarini baholaydi.

1. Makroiqtisodiy darajadagi raqobatbardoshlik

Bu darajada butun mamlakat iqtisodiyotining jahon bozoridagi raqobat qobiliyati baholanadi.

Asosiy ko'rsatkichlar:

- YAIM o'sish sur'ati
- Mehnat unumdorligi
- Inflyatsiya darajasi
- Eksport hajmi va tarkibi
- Investitsiyalar hajmi
- Innovatsion rivojlanish darajasi
- Infratuzilma sifati

Baholash usullari:

- Xalqaro indekslar orqali:
 - Global Competitiveness Index (GCI)
 - Ease of Doing Business Index
 - Human Development Index
- Makroiqtisodiy ko'rsatkichlarni boshqa davlatlar bilan solishtirish

(benchmarking)

Mamlakat iqtisodiyotining global bozorda qanchalik samarali raqobat qila olishini aniqlash.

2. Mezo-iqtisodiy darajadagi raqobatbardoshlik

Bu darajada tarmoqlar, hududlar yoki klasterlar raqobatbardoshligi o'rganiladi.

Baholash obyektlari:

- Sanoat tarmoqlari
- Hududiy iqtisodiyotlar
- Sanoat klasterlari

Asosiy ko'rsatkichlar:

- Tarmoqning ishlab chiqarish hajmi
- Tarmoq rentabelligi
- Bozor ulushi
- Innovatsiya darajasi
- Eksport salohiyati

Baholash metodlari:

- Tarmoq tahlili
- Klaster tahlili
- Porter's Diamond Model (Maykl Porter modeli)
- Hududiy yoki tarmoq raqobat indeksleri

Maqsad

Ma'lum bir iqtisodiy tarmoq yoki hududning ichki va tashqi bozorlardagi ustunliklarini aniqlash.

3. Mikro-iqtisodiy darajadagi raqobatbardoshlik

Bu daraja korxona yoki mahsulot raqobatbardoshligini baholaydi.

Asosiy ko'rsatkichlar:

- Mahsulot sifati
- Narx darajasi
- Xarajatlar samaradorligi
- Bozor ulushi
- Brend obro'si

- Innovatsion faoliyat

Baholash usullari:

- SWOT tahlil
- Xarajatlar va foyda tahlili
- Bozor ulushi tahlili
- Mahsulot raqobatbardoshligi koeffitsienti

Maqsad

Korxona yoki mahsulotning raqobatchilar bilan solishtirganda ustun yoki zaif tomonlarini aniqlash.

Xulosa:

- Makro daraja — mamlakat iqtisodiyoti raqobatbardoshligi.
- Mezo daraja — tarmoq yoki hudud raqobatbardoshligi.
- Mikro daraja — korxona yoki mahsulot raqobatbardoshligi.

Bu uch daraja bir-biri bilan o‘zaro bog‘liq: kuchli korxonalar → rivojlangan tarmoqlar → yuqori milliy raqobatbardoshlik.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YHATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. «O‘zbekiston — 2030» strategiyasi to‘g‘risida. –Toshkent. 12.09.2023 yil.
2. Sh.M. Mirziyoev. Tanqidiy taxlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik-xar bir raxbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. -Toshkent: O‘zbekiston, 2022. -104 b.
3. Pardayev M.Q., Xoliqulov A.N. Iqtisodiyot sub’ektlarida omilli tahlilni takomillashtirish. Monogpafiya. Navro‘z. –Toshkent. 2014, 236-bet
4. Xoliqulov A.N., Usmanova D.Q., Raximov X.A. Korxonalarni raqobatbardoshligini baholash. O‘quv qo‘llanma. Samarqand.: “Turon nashr” nashriyoti, 2021. – 212-bet.
5. Xoliqulov A.N., Berdiqulov V., Ibodov K.M. Taqqoslama menejment. O‘quv-qo‘llanma, T.: Iqtisod-moliya nashriyoti, 2021 yil – 162 bet
6. Xoliqulov A.N., Urazov S.SH. Biznes hujjatlarni tuzish. O‘quv-qo‘llanma, Samarqand: Fan bulog‘i nashriyoti, 2022 yil – 150 bet
7. Xoliqulov A.N. Iqtisodiy tahlil va audit. O‘quv qo‘llanma Samarqand.: Fan bulog‘i nashriyoti uyi, 2023, 209 bet
8. Xoliqulov A.N. Turistik korxonalar faoliyati tahlili. O‘quv qo‘llanma Samarqand.: “STEP-SEL” MCHJ. Nashriyoti, 2024, 314 bet.

9. Xoliqulov A.N., Ibodov K.B. Monopoliyaga qarshi boshqaruv nazariyasi. Darslik, Samarqand.: Fan bulog'i nashriyoti uyi, 2024, 360 bet
10. Xoliqulov A.N. Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini tahlil qilishning metodologiyasini takomillashtirish yo'nalishlari. Monografiya. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti – Samarqand.: "STEP-SEL" MCHJ. Nashriyoti, 2023 - 276 bet