

**ISHLAB CHIQRISH KORXONALARIDA YANGI
MAHSULOT ISHLAB CHIQRISH JARAYONINI SAMARALI
TASHKIL ETISH**

*Mirjahbarov Mirakbar Mirzohid o'g'li - Toshkent davlat iqtisodiyot
universiteti, Menejment fakulteti MNP-91 guruh talabasi*

Email - mirakbarmirzohidovich77@gmail.com

*Ibragimov G'anijon G'ayratovich - Ilmiy rahbar, Toshkent Davlat
Iqtisodiyot Universiteti Menejment fakulteti Innovatsion menejment kafedrası,
Phd dotsent*

***Annotatsiya:** Ushbu maqolada yangi mahsulot ishlab chiqarish jarayonini samarali tashkil etishning asosiy bosqichlari va muvaffaqiyatli omillari tahlil qilindi. Mahsulot yaratish jarayonidagi strategik rejalashtirish, sifat nazorati, resurslarni boshqarish, xodimlarning malakasi va bozor tahlili kabi muhim faktorlarga alohida e'tibor qaratildi. Innovatsiyalarni integratsiya qilish va bozor ehtiyojlarini aniqlash orqali kompaniya yangi mahsulotni muvaffaqiyatli ishlab chiqarish va sotishga muvaffaqiyat qozonishi mumkin. Maqolada, shuningdek, kompaniyalar uchun yangi mahsulot ishlab chiqarish jarayonini samarali boshqarishning afzalliklari va bu jarayonning muvaffaqiyatga olib borishi haqida muhim xulosalar keltirilgan.*

***Kalit so'zlar:** yangi mahsulot, ishlab chiqarish jarayoni, innovatsiyalar, strategik rejalashtirish, sifat nazorati, resurslarni boshqarish, bozor tahlili, muvaffaqiyatli omillar, mahsulot ishlab chiqarish, raqobatbardoshlik.*

Kirish

Zamonaviy iqtisodiyot sharoitida ishlab chiqarish korxonalarini global bozorning keskin raqobatiga bardosh berishlari va doimiy ravishda rivojlanib borishlari uchun yangi mahsulot ishlab chiqarishni samarali tashkil etishga majburdirlar. Yangi mahsulot ishlab chiqarish nafaqat korxonaning iqtisodiy

o‘shini ta‘minlashda, balki uning bozor ulushini kengaytirishda, mijozlarning ehtiyojlarini qondirishda va brend imidjini yaxshilashda muhim o‘rin tutadi.

Mahsulot ishlab chiqarish jarayoni – bu murakkab va ko‘p bosqichli jarayon bo‘lib, u bozor tahlilidan tortib, mahsulotni bozorga chiqarishgacha bo‘lgan barcha jarayonlarni o‘z ichiga oladi. Bu jarayonni samarali tashkil qilish korxonaning ichki va tashqi omillarini chuqur o‘rganishni, zamonaviy texnologiyalarni joriy etishni va resurslarni to‘g‘ri boshqarishni talab qiladi.¹

Bugungi kunda iste‘molchilar talablarining tezkor o‘zgarishi va texnologik rivojlanish mahsulotlar yaratish jarayonini yangi bosqichga olib chiqdi. Mijozlarning ehtiyojlarini aniqlashda va mahsulot g‘oyalarini ishlab chiqishda innovatsion yondashuvdan foydalanish muhimdir. Shuningdek, jarayon samaradorligini ta‘minlash uchun ishlab chiqarish tizimini to‘g‘ri boshqarish, xarajatlarni optimallashtirish va sifatni nazorat qilishga alohida e‘tibor qaratilishi kerak.

Mazkur maqolada yangi mahsulot ishlab chiqarish jarayonini samarali tashkil etishning asosiy bosqichlari, uni amalga oshirishda qo‘llaniladigan usullar va muvaffaqiyatga erishish omillari tahlil qilinadi. Shuningdek, ishlab chiqarish jarayonida yuzaga keladigan muammolar va ularni hal qilish yo‘llari ham yoritib beriladi. Ushbu yondashuv ishlab chiqarish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, foyda ko‘rsatkichlarini yaxshilash va barqaror rivojlanishga erishish uchun dolzarb ahamiyat kasb etadi.²

Yangi mahsulot ishlab chiqarish jarayonining asosiy bosqichlari

Yangi mahsulot ishlab chiqarish jarayoni ko‘p bosqichli va strategik jarayon bo‘lib, har bir bosqich korxonaning muvaffaqiyatli faoliyati uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Quyida bu jarayonning asosiy bosqichlari keng yoritib beriladi:

1. G‘oyalarni yaratish va tanlash - bu bosqich yangi mahsulotni yaratish jarayonining boshlang‘ich nuqtasidir. Iste‘molchilar ehtiyojlari, bozor

¹ Голдратт, Э., & Кокс, Д. (2009). *Цель: процесс непрерывного совершенствования*. Альпина Паблишер;
² Котлер, Ф. (2015). *Основы маркетинга*. Litres;

tendensiyalari va raqobatchilar faoliyati o'rganiladi. Bozor tahlili ma'lumotlariga asoslangan holda mahsulot g'oyalari ishlab chiqiladi. Innovatsiyalarni qo'llash mahsulotni boshqa raqobatchilardan farqlash imkonini beradi. Mahsulot yaratishda texnologik va funksional yechimlar bozor talablariga mos bo'lishi kerak.

2. Texnik-iqtisodiy asoslash (Feasibility Study) bosqichida mahsulot g'oyasi texnik va iqtisodiy jihatdan baholanadi. Mahsulot ishlab chiqarishda kerak bo'ladigan texnologiyalar va materiallar mavjudligi tahlil qilinadi. Loyiha byudjeti, investitsiya hajmi va taxminiy daromad hisoblab chiqiladi. Shuningdek, mahsulotning o'zini oqlash davri (ROI) aniqlanadi.³

3. Mahsulot dizayni va prototip ishlab chiqishda mahsulotning tashqi ko'rinishi, funksionalligi va ergonomikasi bo'yicha loyihalar ishlab chiqiladi. Bu bosqichda mijozlarning estetik talablari va qulayliklari hisobga olinadi. Mahsulot prototipi ishlab chiqarilib, laboratoriya yoki real sharoitlarda sinovdan o'tkaziladi. Bu sinov natijalariga ko'ra dizayndagi yoki funksionallikdagi kamchiliklar tuzatiladi.

4. Ishlab chiqarishga tayyorgarlikda ishlab chiqarish jarayonining barcha bosqichlari, xomashyolarni yetkazib berish, ishlab chiqarish liniyasi va qo'llaniladigan uskunalar aniqlanadi. Mahsulot ishlab chiqarish uchun xodimlar maxsus treninglardan o'tkaziladi. Ular yangi texnologiyalar va uskunalarini boshqarishga tayyor bo'lishlari kerak.⁴

5. Mahsulotni ishlab chiqarishga joriy etish bosqichida jarayon avtomatlashtirilgan tizimlar yordamida yo'lga qo'yiladi. Ishlab chiqarish jarayonining barqarorligi va samaradorligi doimiy nazorat qilinadi. Mahsulotning sifat standartlariga muvofiqligini ta'minlash uchun har bir bosqichda sifat nazorati o'tkaziladi.

6. Mahsulotni bozorga chiqarish bosqichida mahsulotni muvaffaqiyatli targ'ib qilish uchun reklama kampaniyalari va narx siyosati ishlab chiqiladi.

³ Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2019). Product Design and Development. McGraw-Hill Education;

⁴ Cooper, R. G. (2017). Winning at New Products: Creating Value Through Innovation. Basic Books;

Mahsulot bozorga chiqqandan keyin iste'molchilarning fikrlari va tavsiyalari asosida mahsulotning keyingi versiyalarini takomillashtirish bo'yicha ish olib boriladi.

Yuqorida ko'rsatilgan bosqichlarning har biri muvaffaqiyatli amalga oshirilishi uchun korxonaga jamoasi, texnologik innovatsiyalar va bozor tahlili birgalikda ishlashi kerak. Yangi mahsulot ishlab chiqarish jarayonining samaradorligi korxonaning bozorga moslashuvchanligi va raqobatbardoshligini oshiradi.⁵

Muvaffaqiyatli omillar

Yangi mahsulot ishlab chiqarish jarayonining muvaffaqiyati ko'plab omillarga bog'liq bo'lib, ulardan ba'zilar strategik qarorlar, jamoaning malakasi, texnologik innovatsiyalar va bozorni o'rganish kabi asosiy faktorlardan tashkil topadi. Ushbu omillarni to'g'ri boshqarish, ishlab chiqarish jarayonining samaradorligini oshirish va raqobatbardoshlikni ta'minlashda katta ahamiyat kasb etadi.

Yangi mahsulotni ishlab chiqarish jarayonining muvaffaqiyati ko'p jihatdan korxonaning strategik rejalashtirishiga va innovatsiyalarni integratsiya qilishga bog'liq. Strategik rejalashtirish orqali korxonaga bozorning o'zgaruvchan talablariga moslashadi va innovatsion mahsulotlar yaratish imkoniyatlarini ko'rib chiqadi. Mijozlar ehtiyojlarini tahlil qilish, bozor tendensiyalarini kuzatish va yangi texnologiyalarni joriy etish — bularning barchasi mahsulot ishlab chiqarishda muvaffaqiyatning asosiy omillaridir.⁶ Innovatsion yondashuv orqali yangi texnologiyalar va jarayonlar ishlab chiqarishga joriy etiladi, bu esa mahsulotning raqobatbardoshligini oshiradi.

Yangi mahsulot ishlab chiqarish jarayonida sifat nazorati va jarayonlarni boshqarishning o'rni beqiyosdir. Har bir ishlab chiqarish bosqichida sifatning ta'minlanishi kerak, chunki bu mahsulotning bozorda muvaffaqiyatini ta'minlaydi. Ko'p hollarda, ishlab chiqarish jarayonining

⁵ Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management*. Pearson;

⁶ Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2019). *Product Design and Development*. McGraw-Hill Education;

sifatini nazorat qilishni samarali tashkil etish uchun zamonaviy tizimlar, masalan, JIT (Just-In-Time), TQM (Total Quality Management) yoki ISO 9001 sertifikatitsiyasi kabi yondashuvlar qo'llaniladi.⁷ Bu tizimlar orqali mahsulot sifatining barqarorligi ta'minlanadi va xarajatlar kamayadi.

Yangi mahsulot ishlab chiqarish jarayonida resurslarni boshqarish ham katta ahamiyatga ega. Bu, xususan, xom ashyo, moliyaviy resurslar, inson resurslari va texnologiyalarni o'z ichiga oladi. Samarali resurslarni boshqarish orqali korxonada o'z ishlab chiqarish jarayonini optimallashtirishi va xarajatlarni kamaytirishi mumkin. Masalan, ishlab chiqarish jarayonidagi resurslarni boshqarish bo'yicha yetakchi metodlar, masalan, zaruriy xom ashyolarni oldindan rejalashtirish va doimiy ta'minot zanjirlarini yaratish orqali mahsulot ishlab chiqarishning samaradorligini oshirish mumkin.⁸ Bunda ishlab chiqarish tizimining tezkor va o'zgartirishlarga moslashuvchan bo'lishi talab qilinadi.

Mahsulot ishlab chiqarish jarayonidagi muvaffaqiyatli omillardan yana biri — bu jamoaning malakasi va xodimlarning faol ishtirokidir. Yangi mahsulot yaratish jarayonida xodimlar o'rtasida yaxshi hamkorlik, bilim almashish va innovatsion fikrlash muhim o'rin tutadi. Malakali mutaxassislar va innovatsion fikrga ega bo'lgan xodimlar korxonaning ishlab chiqarish jarayonini yanada samarali va tezroq amalga oshirishga imkon beradi.⁹ Buning uchun, korxonalar xodimlarni malaka oshirish kurslari, treninglar va seminarlar orqali doimiy ravishda tayyorlashlari kerak.

Yangi mahsulot ishlab chiqarishning muvaffaqiyatli omillaridan biri bozorni tahlil qilishdir. Mahsulot ishlab chiqarishdan oldin bozorni chuqur tahlil qilish, raqobatchilarni o'rganish va mijozlarning ehtiyojlarini aniqlash zarur. Bu jarayon orqali kompaniya o'z mahsulotini nafaqat bozor talablariga moslashtiradi, balki iste'molchilarni jalb qilish va ular bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish imkoniyatiga ega bo'ladi.¹⁰ Shu bois, bozorni tahlil

⁷ Tidd, J., & Bessant, J. (2020). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Wiley;

⁸ Cooper, R. G. (2017). *Winning at New Products: Creating Value Through Innovation*. Basic Books;

⁹ Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management*. Pearson;

¹⁰ Trott, P. (2021). *Innovation Management and New Product Development*. Pearson;

qilish va marketing strategiyasini ishlab chiqish yangi mahsulot muvaffaqiyatining kalitidir.

Xulosa

Yangi mahsulot ishlab chiqarish jarayoni kompaniyaning muvaffaqiyati uchun muhim ahamiyatga ega. Ushbu jarayonning samarali tashkil etilishi, korxonaning raqobatbardoshligini oshirish va bozorga yangi mahsulotni muvaffaqiyatli kiritish imkoniyatini yaratadi. Strategik rejalashtirish, innovatsiyalarni joriy etish, sifat nazorati va jarayonlarni boshqarish, samarali resurslarni boshqarish va bozor ehtiyojlarini tahlil qilish kabi omillar yangi mahsulot ishlab chiqarishning muvaffaqiyatini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Shuningdek, jamoaning malakasi va faol ishtiroki, bozorni chuqur tahlil qilish va mijozlarning talablariga moslashish yangi mahsulotning raqobatbardoshligini oshiradi va uning muvaffaqiyatli bo'lishiga olib keladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Голдратт, Э., & Кокс, Д. (2009). Цель: процесс непрерывного совершенствования. Альпина Паблишер;
2. Котлер, Ф. (2015). Основы маркетинга. Litres;
3. Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2019). Product Design and Development. McGraw-Hill Education;
4. Cooper, R. G. (2017). Winning at New Products: Creating Value Through Innovation. Basic Books;
5. Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). Marketing Management. Pearson;
6. Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2019). Product Design and Development. McGraw-Hill Education;
7. Tidd, J., & Bessant, J. (2020). Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. Wiley;
8. Cooper, R. G. (2017). Winning at New Products: Creating Value Through Innovation. Basic Books;