



MAHSULOT SIFATINI OSHIRISH STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH VA AMALGA OSHIRISHNING ILMIY-AMALIY ASOSLARI

Raximova Dilfuza Ismoilovna

Osiyo xalqaro universiteti Magistrant

Abstract: *This scientific article analyzes, from both theoretical and practical perspectives, the issues of strengthening the competitiveness of enterprises and the national economy through the development and implementation of a strategy for improving product quality. Within the scope of the study, the economic essence of the concept of quality, its role in market mechanisms, and the interrelationship between quality and competitiveness are substantiated. In addition, the close linkage between quality-based strategies and innovation, technological modernization, management systems, and human capital in the context of the modern global market is examined. The results of the study demonstrate that improving product quality is a key factor in ensuring the sustainable development of enterprises, enhancing export potential, and forming long-term competitive advantages.*

Keywords: *product quality, competitiveness, strategy, market economy, innovation, quality management, consumer demand, sustainable development*

Annotatsiya: *Mazkur ilmiy maqolada mahsulot sifatini oshirish strategiyasini ishlab chiqish va uni amaliyotga joriy etish orqali korxonalar hamda milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini kuchaytirish masalalari ilmiy-nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqot doirasida sifat tushunchasining iqtisodiy mohiyati, uning bozor mexanizmlaridagi o'rni hamda sifat va raqobatbardoshlik o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik asoslab beriladi. Shuningdek, sifatga asoslangan strategiyalarning zamonaviy global bozor sharoitida innovatsiyalar, texnologik modernizatsiya, menejment tizimlari va inson kapitali bilan uzviy aloqadorligi yoritiladi. Tadqiqot natijalari mahsulot sifatini oshirish korxonalarning barqaror rivojlanishi, eksport salohiyati va uzoq muddatli raqobat ustunliklarini shakllantirishning muhim omili ekanini ko'rsatadi.*

Kalit so'zlar: *mahsulot sifati, raqobatbardoshlik, strategiya, bozor iqtisodiyoti, innovatsiya, sifat menejmenti, iste'molchi talabi, barqaror rivojlanish*

Kirish

Globallashuv va xalqaro bozorlarning integratsiyalashuvi sharoitida mahsulot va xizmatlar bozorida raqobat tobora keskinlashib bormoqda. Bunday muhitda korxonalarning muvaffaqiyati ko'p jihatdan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning sifati bilan belgilanadi. Zamonaviy iqtisodiyotda sifat raqobatbardoshlikning eng muhim omillaridan biri bo'lib, u iste'molchilarning tanlovi, korxonalarning daromadliligi va bozor mavqeini belgilab beradi.





Narx asosidagi raqobat qisqa muddatli ustunlik berishi mumkin, biroq uzoq muddatda barqaror raqobatbardoshlik faqat yuqori sifat orqali ta'minlanadi. Shu bois mahsulot sifatini oshirishga qaratilgan strategiyalarni ishlab chiqish va ularni amaliyotga joriy etish bugungi kunning dolzarb ilmiy-amaliy muammolaridan biri hisoblanadi.

Iqtisodiy adabiyotlarda mahsulot sifati ko'p o'lchovli kategoriya sifatida talqin qilinadi. U mahsulotning iste'molchi ehtiyojlarini qondirish darajasi, texnik va funksional xususiyatlari, ishonchliligi, xavfsizligi hamda estetik ko'rinishini o'z ichiga oladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida sifat faqat ishlab chiqaruvchi nuqtai nazaridan emas, balki iste'molchi kutishlari va talablariga muvofiq ravishda baholanadi.

Mahsulot sifati korxona xarajatlari, daromadlari va foydaliligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Yuqori sifatli mahsulotlar yuqori qo'shimcha qiymat yaratadi, brend imijini mustahkamlaydi va iste'molchilar sadoqatini oshiradi. Aksincha, past sifat bozor ulushining yo'qolishiga, moliyaviy zararlar va reputatsion risklarning ortishiga olib keladi.

Raqobatbardoshlik – bu korxona yoki mahsulotning bozorda raqiblariga nisbatan ustunlikka ega bo'lish qobiliyatidir. Ushbu ustunlik narx, sifat, servis darajasi, innovatsiyalar va marketing strategiyalari orqali namoyon bo'lishi mumkin. Zamonaviy sharoitda esa raqobatning asosiy markazi sifatga tobora ko'proq ko'chmoqda.

Iste'molchilar tobora ongli va talabchan bo'lib borayotgani sababli ular mahsulotning uzoq muddatli qiymati, ishonchliligi va funksionalligiga katta ahamiyat bermoqda. Natijada yuqori sifat raqobatbardoshlikni oshiradi, kuchli raqobat esa korxonalarni sifatni doimiy ravishda takomillashtirishga majbur etadi.

Mahsulot sifatini oshirish qisqa muddatli choralar yig'indisi emas, balki uzoq muddatli strategik maqsadlarga yo'naltirilgan uzluksiz jarayondir. Sifatga yo'naltirilgan strategiya korxonaning umumiy rivojlanish konsepsiyasiga integratsiyalashgan bo'lishi lozim.

Bunday strategiya ishlab chiqarish texnologiyalarini modernizatsiya qilish, xodimlar malakasini oshirish, innovatsion faoliyatni rivojlantirish va sifat menejmenti tizimlarini joriy etishni o'z ichiga oladi. Natijada korxona yuqori daromadli bozor segmentlariga chiqish, eksport imkoniyatlarini kengaytirish va xalqaro raqobatda muvaffaqiyat qozonish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Innovatsiyalar mahsulot sifatini yangi bosqichga olib chiqadigan asosiy omillardan biridir. Yangi texnologiyalar mahsulot dizayni, funksionalligi va ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi. Raqamlashtirish, avtomatlashtirish va sun'iy intellektga asoslangan texnologiyalar sifatni real vaqt rejimida nazorat qilish, nosozliklarni oldindan aniqlash va tezkor tuzatish imkonini beradi.



Texnologik modernizatsiya ishlab chiqarishdagi nuqsonlarni kamaytiradi, resurslardan samarali foydalanishni ta'minlaydi va mahsulotning barqaror sifatini kafolatlaydi.

Mahsulot sifatini ta'minlashda inson kapitalining o'рни beqiyosdir. Malakali, mas'uliyatli va innovatsiyaga yo'naltirilgan xodimlar sifatning asosiy manbai hisoblanadi. Shu sababli korxonalar xodimlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va rag'batlantirish tizimlariga alohida e'tibor qaratishi zarur.

Sifat menejmenti tizimlari mahsulot sifatini rejalashtirish, nazorat qilish va uzluksiz takomillashtirishni ta'minlaydi. ISO 9001 kabi xalqaro standartlar asosida tashkil etilgan tizimlar sifatni tasodifiy emas, balki boshqariladigan jarayon sifatida shakllantiradi.

Xulosa

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, mahsulot sifatini oshirish orqali raqobatbardoshlikni kuchaytirish zamonaviy bozor iqtisodiyotida muhim strategik yo'nalish hisoblanadi. Sifat raqobatning barqaror va uzoq muddatli omili bo'lib, u korxonalarning iqtisodiy samaradorligi, innovatsion salohiyati va bozor mavqeini mustahkamlashga xizmat qiladi. Mahsulot sifatini oshirish innovatsiyalar, texnologik rivojlanish, inson kapitali va samarali menejment bilan uzviy bog'liq bo'lib, ushbu omillarning uyg'unlashuvi orqali yuqori natijalarga erishish mumkin. Shunday ekan, sifatga yo'naltirilgan strategiyalarni ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish nafaqat alohida korxonalar, balki milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini ta'minlashda ham hal qiluvchi ahamiyatga ega.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Porter, M. E. The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press, 1990.
2. Porter, M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press, 1980.
3. Juran, J. M. Juran on Quality by Design. New York: Free Press, 1992.
4. Deming, W. E. Out of the Crisis. Cambridge: MIT Press, 1986.
5. Feigenbaum, A. V. Total Quality Control. New York: McGraw-Hill, 1991.
6. Kotler, P., Keller, K. L. Marketing Management. 15th Edition. Pearson Education Limited, 2017.
7. Schumpeter, J. A. The Theory of Economic Development. Harvard University Press, 1934.
8. OECD. Innovation and Growth. Paris: OECD Publishing, 2019.
9. ISO 9001. Quality Management Systems – Requirements. Geneva: International Organization for Standardization, 2015.
10. Grant, R. M. Contemporary Strategy Analysis. 10th Edition. Wiley, 2019.