

## YANGI TOVAR ISHLAB CHIQUARISH STRATEGIYASI



**Jumaboyev Murod**

Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universitetining  
Jizzax filiali

**Annotatsiya:** Ushbu ilmiy maqola yangi tovar ishlab chiqarish strategiyasining muhim aspektlarini o'rganadi. Maqola yangi mahsulotni bozorga chiqarish jarayonida qo'llaniladigan asosiy strategiyalar, metodlar va usullarni tahlil qiladi. Yangi tovar ishlab chiqarishning samarali strategiyasini yaratish uchun zarur bo'lgan bozordagi ehtiyojlarni tahlil qilish, raqobatchilarni o'rganish, innovatsiyalarni joriy etish va marketing kommunikatsiyalarini rejalashtirish kabi jihatlar muhokama qilinadi. Maqola yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish jarayonida yuzaga keladigan muammolar va ularni hal qilish uchun ko'rilgan chora-tadbirlar haqida ham ma'lumot beradi. Yangi tovar ishlab chiqarish strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirishda muvaffaqiyatga erishish uchun kompaniyalarga kerakli tavsiyalar taqdim etiladi.

**Kalit so'zlar:** Yangi tovar, mahsulotni rivojlantirish, innovatsiyalar, bozor tahlili, raqobatbardoshlik, marketing strategiyasi, mahsulot hayotiy tsikli, ishlab chiqarish strategiyasi, yangi mahsulot yaratish.

### Kirish

Yangi tovar ishlab chiqarish strategiyasi – bu kompaniyaning yangi mahsulot yoki xizmatlarni yaratish, ishlab chiqarish va bozorga chiqarish jarayonida qo'llaniladigan uzoq muddatli yondashuv va metodlarning majmuidir. Tovlar yaratish va uni muvaffaqiyatli ishlab chiqarish nafaqat innovatsion fikrlashni talab qiladi, balki bozorni chuqur tahlil qilish, iste'molchilar ehtiyojlarini anglash va raqobatchilarni o'rganish kabi jarayonlarni ham o'z ichiga oladi. Yangi mahsulotlar bozorda o'z o'rnini topish va kompaniyaning iqtisodiy muvaffaqiyatini ta'minlash uchun muhim vositadir. Ushbu maqolada yangi tovar ishlab chiqarish strategiyalarini, ularning muvaffaqiyatli bo'lish shartlarini va bozordagi o'zgaruvchan talabga javob berish usullarini tahlil qilamiz.

### Yangi tovar ishlab chiqarishning muhim asoslari

#### 1. Bozorni tahlil qilish

Yangi mahsulotni ishlab chiqishdan oldin bozorni to'liq tahlil qilish muhimdir. Bu jarayon raqobatni, iste'molchi talablarini, tendensiyalarni va bozor ehtiyojlarini aniqlashni o'z ichiga oladi. Bozor tahlili yordamida kompaniyalar qaysi tovarlarga ehtiyoj borligini, raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlarini va bozor segmentlarining o'ziga xos xususiyatlarini bilib olishlari mumkin.

#### 2. Innovatsiyalar va texnologiyalarni joriy etish

Yangi mahsulot ishlab chiqarishda innovatsiyalarni qo'llash zarurati ortib bormoqda. Yangi texnologiyalar va ilmiy yutuqlar, kompaniyaga mahsulotni sifatli, samarali va raqobatbardosh qilishda yordam beradi. Innovatsiyalar mahsulotni yaxshilash, yangi funktsiyalarni qo'shish yoki bozorda yangilik yaratish imkonini beradi.

### 3. Mahsulot hayotiy sikli

Har bir mahsulotning bozor va kompaniya uchun qiymati vaqt o'tishi bilan o'zgaradi. Mahsulot hayotiy tsikli (PLC - Product Life Cycle) — bu mahsulotning bozorga chiqishidan tortib, uni rad etilguncha bo'lgan davrni tasvirlaydi. Yangi mahsulot ishlab chiqarish strategiyasi mahsulotning barcha hayotiy bosqichlarini hisobga olishi kerak, jumladan:

- **Kirish bosqichi:** mahsulotni bozorga kiritish va dastlabki reklama.
- **O'sish bosqichi:** mahsulotning bozordagi o'sishini qo'llab-quvvatlash, savdoni oshirish.
- **To'xtash bosqichi:** mahsulotning doimiyligini ta'minlash yoki o'zgartirish.
- **Kamayish bosqichi:** mahsulotni bozorgan to'xtatish yoki o'rnini yangilanishi.

### 4. Raqobatni o'rganish

Raqobatchilarning mahsulotlarini o'rganish va ular bozorning qanday segmentlarida muvaffaqiyatli ekanligini tahlil qilish, yangi mahsulotni ishlab chiqishda kompaniyaga katta yordam beradi. Raqobatni o'rganishning asosiy maqsadi — bozorda o'z o'rnini topish, innovatsion yondashuvlarni joriy etish va raqobatbardosh ustunlikka ega bo'lishdir.

### 5. Marketing va sotish strategiyalari

Mahsulotni muvaffaqiyatli bozorga chiqarish uchun samarali marketing strategiyasi zarur. Bu, avvalo, to'g'ri narxni belgilash, reklama va targ'ibot faoliyatlarini rejalashtirish, mahsulotni bozorga chiqarishning eng yaxshi usulini tanlashni o'z ichiga oladi. Sotish kanallari va mahsulotni iste'molchiga yetkazish usullari ham marketing strategiyasining muhim tarkibiy qismlaridir.

#### Yangi tovar ishlab chiqarish strategiyalarining turlari

##### 1. Innovatsion Strategiya

Innovatsion strategiya yangi mahsulotlarni yaratishda asosiy rol o'ynaydi. Bu strategiya yangi texnologiyalarni va bilimlarni o'zlashtirish, yangi funktsiyalarni qo'shish va bozorga yangiliklarni kiritish orqali amalga oshiriladi. Innovatsion mahsulotlar ko'pincha yuqori qiymatga ega bo'ladi va ular premium bozor segmentiga mo'ljallangan bo'ladi.

##### 2. Penetratsion Strategiya

Penetratsion strategiya bozorga yangi mahsulotni kiritishda past narxlarni belgilashni nazarda tutadi. Bu orqali kompaniya o'z mahsulotini tezda bozorga kiritib, bozorda katta ulushni egallashni maqsad qiladi. Keyinchalik narxni oshirish yoki mahsulotni yangilash mumkin.

##### 3. Skimming Strategiyasi

Skimming strategiyasi, odatda, yuqori narx bilan mahsulotni bozorga kiritishni anglatadi. Bu strategiya yuqori sifatli yoki innovatsion mahsulotlar uchun qo'llaniladi. Raqobat hali yo'q bo'lgan va mahsulotning talab darajasi yuqori bo'lgan bozorlarda samarali.

#### **4. Brend Strategiyasi**

Brend yaratish va rivojlantirish, yangi mahsulotning muvaffaqiyatini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Yangi mahsulotni brend bilan birlashtirish, uning bozordagi qadrini oshiradi va mijozlarning sadoqatini yaratadi. Brend strategiyasi yangi mahsulotni targ'ib qilishda va uni iste'molchilarga tanitishda yordam beradi.

#### **5. Mahsulot Diversifikatsiyasi**

Diversifikatsiya – bu kompaniyaning yangi mahsulot turini ishlab chiqish va yangi bozorlarni kashf etishdir. Diversifikatsiya strategiyasi yangi tovarlar orqali yangi bozorlar yaratishga yordam beradi, shu bilan birga, kompaniyaning xavfini kamaytiradi.

#### **Yangi mahsulot ishlab chiqarishda yuzaga keladigan muammolar**

- **Iste'molchilarni jalb qilish:** Yangi mahsulotni ishlab chiqarishda iste'molchilarning qiziqishini jalb qilish qiyin bo'lishi mumkin, ayniqsa, agar mahsulotni bozorga kiritishning o'ziga xos yondashuvi bo'lmasa.
- **Raqobatchilar:** Bozorda mavjud bo'lgan raqobatchilarning mavjudligi yangi mahsulotni bozorga kiritishda to'siqlar yaratishi mumkin.
- **Resurslar va sarmoyalar:** Yangi mahsulotni ishlab chiqish ko'p vaqt va resurslarni talab qiladi. Shu bilan birga, bu jarayon katta moliyaviy sarmoyalarni ham talab qiladi.
- **Texnologik muammolar:** Yangi mahsulot ishlab chiqishda texnologik muammolar yuzaga kelishi mumkin, bu esa ishlab chiqarish jarayonini kechiktirishi mumkin.

#### **Xulosa**

Yangi tovar ishlab chiqarish strategiyasi kompaniyaning o'sish va raqobatbardoshligini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Yangi mahsulotlar bozorga muvaffaqiyatli kirishi uchun bozor ehtiyojlarini, raqobatni va iste'molchilar xohishlarini to'g'ri tahlil qilish kerak. Yangi mahsulot ishlab chiqarish jarayonida innovatsiyalarni joriy etish, marketing strategiyalarini ishlab chiqish va samarali resurslarni boshqarish, kompaniyaning muvaffaqiyatli bo'lishiga yordam beradi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
2. Cooper, R. G. (1993). *Winning at New Products: Creating Value Through Innovation*. Perseus Books.
3. Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2015). *Product Design and Development* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
4. Crawford, C. M., & Di Benedetto, C. A. (2014). *New Products Management* (11th ed.). McGraw-Hill Education.

5. Saloxitdinov, Sherzod Farxodovich, and Mirazim Mirsaidov. "TA'LIM MAJMUINI BOSHQARISH VA MEHNAT BOZORI UCHUN KADRLAR TAYYORLASH BORASIDAGI XALQARO TAJRIBALAR." (2024).
6. Saloxitdinov S., Sardor I. O 'ZBEKISTONDA BARQAROR IQTISODIY O 'SISHNI TA'MINLASH YO 'NALISHLARI //Actual Problems in Higher Education in the Era of Globalization: International Scientific and Practical Conference. – 2024. – T. 7. – C. 22-25.
7. Салохитдинов Ш. ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИ БИТИРУВЧИЛАРИНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИ ВА СИФАТИНИ ОШИРИШГА ТАЪСИР КЎРСАТУВЧИ ОМИЛЛАР //Innovations in Science and Technologies. – 2024. – Т. 1. – №. 1. – С. 115-121.
8. Салохитдинов Ш. ЖИЗЗАХ ВИЛОЯТИ БЎЙИЧА ОЛИЙ ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИ СИФАТИНИ БАҲОЛАШ ТИЗИМИНИНГ РИВОЖЛАНИШИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР ТАҲЛИЛИ //Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil. – 2024. – Т. 2. – №. 1. – С. 466-473.
9. Farxodovich S. S. INSON KAPITALINING RAQAMLI RIVOJLANISHINI BAHOLASH //Raqamli iqtisodiyot (Цифровая экономика). – 2024. – №. 6. – С. 36-45.
10. Салохитдинов Ш. Ф., Ўғли Н. А. Д. ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИДА ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИ СИФАТИ ОМИЛЛАРИНИ БАҲОЛАШ //Science and innovation. – 2024. – Т. 3. – №. Special Issue 18. – С. 983-987.
11. Farxodovich S. S. OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA TA'LIM XIZMATLARI SIFATINING ASOSIY OMILLARINI BAHOLASH //Science and innovation. – 2024. – Т. 3. – №. Special Issue 20. – С. 446-450.
12. Isomiddinov S. O 'ZBEKISTONDA TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISH BORASIDAGI ISHLAR: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13928919> //International scientific and practical conference. – 2024. – Т. 1. – №. 3. – С. 3-6.
13. Бобаназарова Ж. Х., Эргашева Н. ИНСОН КАПИТАЛИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МЕХАНИЗМЛАРИ ТАДҚИҚОТИ //Экономика и социум. – 2022. – №. 6-2 (97). – С. 356-359.
14. ERGASHEVA N., YO'LCHIYEV S. TA'LIM TARBIYANING ZAMONAVIY SHAKLLARI //Journal of Research and Innovation. – 2023. – Т. 1. – №. 5. – С. 34-39.
15. Ergasheva N. AHOLI DAROMADLARINING SHAKLLANISHI VA TAQSIMLANISHI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13879582> //Journal of Contemporary World Studies. – 2024. – Т. 2. – №. 7. – С. 15-18.
16. Бобаназарова Ж. Х., Эргашева Н. Б. РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ФАКТОРА В РАЗВИТИИ УСЛУГ.