



XORIY TAJRIBASI MISOLIDA AVTOSANOAT BENCHMARKINGI

Abdumalik SOLIYEV¹

¹ISFT instituti prorektori

KALIT SOʻZLAR

Benchmarking, avtomobil sanoati, Ford, General motors, raqobatbardoshlik, sifat menejmenti, iso 9000, innovatsiya uchun Malkom Boldrij mukofoti, tadqiqot, savdo hajmi, raqobat tahlili.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Бенчмаркинг, автомобильная промышленность, Ford, General motors, конкурентоспособность, менеджмент качества, iso 9000, премия Малкома Болдриджа за инновации, исследования, объем продаж, анализ конкуренции.

KEY WORDS

Benchmarking, automotive industry, Ford, General motors, competitiveness, quality management, iso 9000, Malcom Baldrige Award innovation, research, sales volume, competition analysis.

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada xorijiy kompaniyalar tajribasi asosida avtomobil sanoati benchmarking tahlil qilingan. Ford va General Motors kabi yirik avtomobil ishlab chiqaruvchilarning benchmarking tadqiqotlari va ularning natijalari misolida ushbu kompaniyalarning raqobatbardoshlikni oshirish yoʻlidagi strategiyalari oʻrganilgan. Ford kompaniyasi yangi model yaratishda benchmarking orqali raqobatchilarining eng yaxshi xususiyatlarini oʻzlashtirib, savdo hajmini oshirishga erishganligi, General Motors esa sifat menejmenti tizimlarini yaxshilash orqali raqobatchilariga nisbatan ustuvorlikka ega boʻlganligi yoritilgan.

АННОТАЦИЯ

В данной статье на основе опыта зарубежных компаний проанализирован бенчмаркинг автомобильной промышленности. Исследованы стратегии крупных автопроизводителей Ford и General Motors по повышению конкурентоспособности на примере их бенчмаркинговых исследований и их результатов. Отмечается, что Форд усвоил лучшие характеристики своих конкурентов с помощью бенчмаркинга при создании новой модели, что в результате привело к увеличению продаж, а General Motors получила преимущество перед своими конкурентами за счет улучшения своих систем управления качеством.

ABSTRACT

In this article, based on the experience of foreign companies, the benchmarking of the automotive industry is analyzed. The strategies of major automakers Ford and General Motors to increase competitiveness are studied using the example of their benchmarking studies and their results. It is noted that Ford learned the best characteristics of its competitors through benchmarking when creating a new model, which resulted in increased sales, and General Motors gained an advantage over its competitors by improving its quality management systems.

Fordda raqobatli benchmarking. Etalonli taqqoslashdan oldin Ford korporatsiyasi oʻz mahsulotlarining konstruktiv parametrlari va funksional xususiyatlari boʻyicha raqobatchilardan ancha ortda qolardi. Korporatsiya savdo bozorining katta ulushini yoʻqotgan boʻlib, uni faqat yangi, ilgʻor yengil avtomobillar oilasini yaratish orqali tiklash mumkin edi. Asosiy eʼtibor "Taurus"ga qaratilgandi. Yangi avtomobil raqobatchilardan yomon boʻlmasligi va hatto ulardan ustun boʻlishi uchun uni ishlab chiqish jarayonida benchmarking tadqiqoti oʻtkazildi. Dastlab, bozorda mavjud boʻlgan avtomobillarning qaysi xususiyatlari isteʼmolchilar uchun eng jozibali ekanligi aniqlandi. Keyin, ushbu xususiyatlarning har biri boʻyicha Taurus ularning darajasiga erishishi va undan oshib ketishi lozim boʻlgan eng yaxshi avtomobillar aniqlandi.

Tadqiqot BMW dan boshlab Opel Senator gacha bo'lgan butun jahon avtomobil sanoatini qamrab oldi. Ular hech qachon Ford Taurus uchun to'g'ridan-to'g'ri raqobatchi sanalmagan, lekin iste'molchilarni jalb qilgan. 50 dan ortiq avtomobil modeli taxminan 400 ta konstruktiv parametrlar bo'yicha tahlil qilindi. Kompaniyada yuqori "olti sigma" darajasini ta'minlashga yo'naltirilgan DMADV (Define "aniqlash" – Measure "o'lchash" – Analysis "tahlil qiish" – Design "ishlab chiqish" – Verify "tekshirish") siklidan foydalangan holda yangi mahsulot ishlab chiqish tamoyillarini joriy qilish uchun asos solindi. Natijada yangi Ford avtomobili yil avtomobili deb ataldi va sotuv borasida so'zsiz yetakchiga aylandi.

Keyingi yillarda Taurus transmissiyasida aniqlangan konstruktiv kamchiliklar avtomobil nufuziga qattiq putur yetkazdi va bir qator yaxshilanishlarga olib keldi, lekin ularning har biri asl konsepsiyadan tobora ko'proq chetga chiqardi. 1990-yillarning oxirlariga kelib, Taurus savdo hajmi 400 mingdan 60 minggacha kamaydi va 2006-yil avgust oyida ushbu oilaning so'nggi avtomobillari chiqarildi. Ford o'zi uchun asosiy saboqni oldi: raqobatli benchmarking bir martalik narsa emas. Natijalar dolzarbligini saqlab qolishi uchun ular muntazam ravishda yangilanib va tuzatishlar kiritib borilishi lozim. Bunday yondashuv "Olti sigma" metodologiyasida qabul qilingan qarashlar tizimi bilan uyg'un bo'lib, unda variatsiyalar manbalarini izlab topish va bunda olinadigan bilimlar shunchaki korxonalar raqobatbardoshlik darajasining bir lahzali tasvirini beribgina qolmasdan, uning o'zgarishlari butun tarixini kuzatib borish imkoniyatini yaratadi. Korxonalar rahbarlari nafaqat mahsulot modellarini o'zgartirish bilan bog'liq qisqa muddatli ta'sirlarni, balki qabul qilingan qarorlarning barcha oqibatlarini hisobga olish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

General Motorsda funksional benchmarking. 1982-yildan 1984-yilgacha General Motorsda sifat menejmenti va ishonchlilik muqobil usullarini izlab topishga qaratilgan benchmarking tadqiqoti o'tkazildi. O'sha paytlar aksariyat menejerlar NBC kanali teledasturida e'lon qilingan U.Edvards Demingning: "Agar Yaponiya uddalay olsa, nimaga endi biz uddalay olmaymiz?" degan chaqiruviga qo'shildi. Ular sift haqida ko'proq bosh qotirib, uni mahsulot raqobatbardoshligining asosiy belgisi sifatida tan oldilar. Hewlett-Packard, 3M, John Deer kabi mashhur kompaniyalar General Motors tomonidan o'tkazilgan tadqiqot qatnashchilari bo'ldi. Benchmarking o'tkazishga kirishar ekan, General Motors sifatga ta'sir etuvchi omillar haqida 10 ta gipoteza ishlab chiqdi. Ularning to'g'riligi benchmarking o'tkazish bo'yicha hamkor kompaniyalarning ishi to'g'risidagi ma'lumotlar bilan tasdiqlanishi kerak edi.

Tadqiqot natijasida General Motors benchmarking qatnashchisi bo'lgan kompaniyalarda mavjud sifat menejment tizimlariga obyektiv kompleksli baho bera oldi. Bu korxonalar faoliyatining umumiy samaradorligi sifat menejmentiga qanchalik bog'liqligini tushunishga imkon berdi. Korxonalar samaradorligi va sifat o'rtasidagi bog'liqlikning kashf etilishi 1980-yillarda sifat menejmenti sohasidagi ikkita yirik voqeani: Malkolm Boldridj nomidagi sifat bo'yicha Milliy mukofot va sifat menejment tizimlariga umumiy talabni belgilab beradigan ISO standartlar seriyasi paydo bo'lishini belgilab berdi. General Motors va hamkorlar tomonidan o'tkazilgan tadqiqot haqida hisobot 1984-yil sentyabrda dunyo yuzini ko'rdi, Boldridj modelining mezonlarini va ISO 9000 standartlari talablarini asoslab beradigan shunga o'xshash tadqiqot natijalari umumiy foydalanish uchun faqat 1998-yil oxirida ochiqlandi. Bilimlar borasida bunday ilg'orlik General Motors tadqiqot ishtirokchilariga raqobatchilarga nisbatan ma'lum bir ustunliklarni taqdim etdi. Ular o'zlarining sifat menejmenti tizimlarini shunday darajada takomillashtirishga muvaffaq bo'lishdiki, ularning mahsulotlari sifat darajasi haqida iste'molchilarning fikri raqobatchilarning mahsulotlari haqidagi tegishli tasavvurlaridan yuqori bo'ldi.

Shunday qilib, ko'plab benchmarking tadqiqotlariga xos bo'lgan tashkilotning ish sharoitlari va uning asosiy ishlab chiqarish jarayonlarini, kompaniyaning o'zini o'zi takomillashtirishning asosiy vositasini maqsadli, tizimli o'rganish yo'qligi yana bir bor namoyon bo'ladi. General Motors sifat menejment tizimining asosiy ko'rsatkichlarini aniqlash borasida zarur ehtiyojlarini qondirdi va takroriy tadqiqot o'tkazmadi. Bundan tashqari, kompaniya asosiy e'tiborni avtomobil sanoati xususiyatlarini hisobga olgan holda qayta ishlangan ISO-9000 standartlar versiyasini ifodalaydigan QS 9000 tarmoq standarti talablariga rioya qilishga, Malkolm Boldridj mukofoti uchun tanlovlarda qatnashishga va "Olti sigma" metodologiyasini o'zlashtirishga qaratdi. Ammo tajriba shuni ko'rsatadiki, sifat menejmenti tizimini takomillashtirish jarayoni evolyutsion bo'lishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Ford Motor Company. Benchmarking in the Automotive Industry. Detroit: Ford Motor Company, 2021.
2. General Motors. Quality Management Systems and Competitive Advantage. Detroit: General Motors, 2020.
3. International Organization for Standardization (ISO). ISO 9000 Quality Management Standards. – Geneva: ISO, 2022.
4. Baldrige Performance Excellence Program. Criteria for Performance Excellence. Gaithersburg: National Institute of Standards and Technology (NIST), 2021.
5. American Society for Quality (ASQ). Quality Improvement Tools and Techniques. Milwaukee: ASQ, 2021.
6. Toyota Motor Corporation. Continuous Improvement and Kaizen. Toyota City: Toyota Motor Corporation, 2019.