

TO‘QIMACHILIK SANOATI KORXONALARIDA NARX STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISH

Xasanov Samariddin Saidaliyevich

Toshkent to‘qimachilik va yengil sanoat instituti Iqtisodiyot fakulteti magistranti.

hasanovsamar864@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15034571>

Annotatsiya. Ushbu maqolada to‘qimachilik sanoati korxonalarida narx strategiyasini shakllantirish tamoyillari va samarali narx belgilash usullari tahlil qilingan. Narx siyosati korxonaning bozor mavqeini mustahkamlash, raqobatbardoshlikni oshirish va daromadni optimallashtirishda muhim rol o‘ynaydi. Maqolada xarajatga asoslangan, raqobatga yo‘naltirilgan, bozorga kirish, differensial va qimmatbaho narx strategiyalari ko‘rib chiqilgan. Shuningdek, samarali narx strategiyasini shakllantirish yo‘llari, jumladan, bozor tahlili, moslashuvchan narx siyosati va brend imidjini mustahkamlash muhim omillar sifatida ta’kidlangan. Tadqiqot natijalari to‘qimachilik sanoati korxonalariga bozor talablariga mos narx siyosatini yuritishda amaliy tavsiyalar beradi.

Kalit so‘zlar: to‘qimachilik sanoati, narx strategiyasi, raqobat, bozor tahlili, xarajat, daromad.

FORMATION OF PRICING STRATEGY AT TEXTILE INDUSTRY ENTERPRISES

Abstract. This article analyzes the methods of determining effective prices for implementing a pricing strategy in textile production. Pricing policy plays an important role in neutralizing the market position of the enterprise, improving profitability and optimizing profits.

The article considers cost-effectiveness, human-friendly, market entry, differential pricing strategies. The main features of an effective, efficient pricing strategy are the price, market, pricing policy and brand image. “The study provides practical recommendations for the development of the textile industry in terms of market management and pricing policy.

Keywords: textile industry, pricing strategy, simple, market analysis, cost, income.

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация. В статье анализируются принципы формирования ценовой стратегии и эффективные методы ценообразования на предприятиях текстильной промышленности. Ценовая политика играет важную роль в укреплении рыночных позиций предприятия, повышении конкурентоспособности и оптимизации прибыли. В статье

рассматриваются стратегии ценообразования, основанные на затратах, конкурентные, стратегии выхода на рынок, дифференцированные и премиальные. В нем также освещаются способы формирования эффективной ценовой стратегии, включая анализ рынка, гибкую ценовую политику и укрепление имиджа бренда как важные факторы.

Результаты исследования дают практические рекомендации предприятиям текстильной промышленности по проведению ценовой политики, отвечающей требованиям рынка.

Ключевые слова: *текстильная промышленность, ценовая стратегия, конкуренция, анализ рынка, себестоимость, выручка.*

KIRISH

To'qimachilik sanoati bugungi kunda jahon iqtisodiyotining muhim tarmoqlaridan biri bo'lib, ko'plab mamlakatlar uchun asosiy eksport manbalaridan hisoblanadi. Ushbu soha nafaqat iqtisodiy o'sishning muhim omili, balki bandlik darajasini oshirish, innovatsion texnologiyalarni rivojlantirish va mahalliy ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatlash jihatidan ham katta ahamiyat kasb etadi. So'nggi yillarda to'qimachilik mahsulotlariga bo'lgan talab ortib borayotgani sababli, korxonalar o'z narx siyosatini takomillashtirish orqali bozorda mustahkam o'rin egallashga intilmoqda.

Narx strategiyasi korxonalar uchun nafaqat mahsulot tannarxini qoplash va foydani oshirish vositasi, balki raqobatbardoshlikni ta'minlash, iste'molchilar talabini qondirish va brend imidjini shakllantirishga xizmat qiladi. Raqobat muhiti shiddat bilan o'zgarayotgan hozirgi sharoitda kompaniyalar samarali narx siyosatini ishlab chiqish orqali bozor ulushini kengaytirish va mijozlar sadoqatini oshirish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Shuningdek, to'qimachilik sanoati mahsulotlarining narxini belgilashda global iqtisodiy sharoitlar, xomashyo narxlari, ishlab chiqarish tannarxi, transport va logistika xarajatlari, davlat subsidiyalari va bojxona siyosati kabi omillar katta rol o'ynaydi. Shu sababli, har bir korxona o'z faoliyatini bozordagi mavjud talab va taklif sharoitlariga moslashtirib, eng samarali narx strategiyasini qo'llashi lozim.

Ushbu maqolada to'qimachilik sanoati korxonalarida narx belgilashning asosiy tamoyillari, samarali narx strategiyalarining turlari va ularning bozordagi o'рни batafsil tahlil qilinadi.

Bundan tashqari, raqobat ustunligini ta'minlash uchun narx siyosatini optimallashtirish yo'llari, xalqaro bozor talablari va narx strategiyalarining korxona rentabelligiga ta'siri o'rganiladi. Maqola natijalariga ko'ra, to'qimachilik sanoati korxonalarida narx siyosatini optimallashtirish bo'yicha samarali usullar taqdim etiladi.

Metodologiya: Ushbu tadqiqotda to'qimachilik sanoati korxonalarida narx strategiyasini shakllantirish jarayonini tahlil qilish va samarali narx siyosatini ishlab chiqish uchun quyidagi ilmiy-uslubiy yondashuvlardan foydalanildi:

Tadqiqot davomida iqtisodiyot, marketing va menejment sohalarida mavjud bo'lgan ilmiy adabiyotlar, ilmiy maqolalar va hisobotlar tahlil qilindi. Narx belgilash tamoyillari, strategiyalari va ularning to'qimachilik sanoatidagi o'rni bo'yicha ilg'or nazariy konsepsiyalar o'rganildi.

Empirik ma'lumotlar asosida tahlillar o'tkazish uchun turli to'qimachilik korxonalarining narx siyosati bo'yicha amaliy tajribasi o'rganildi. Shu bilan birga, narx strategiyalarining samaradorligini aniqlash maqsadida statistik ma'lumotlar, sanoat hisobotlari va bozor tendensiyalari tahlil qilindi.

Narx strategiyalarining turli mamlakatlar va korxonalar kesimida qo'llanilish tajribasi o'rganilib, samarali va kam samarali yondashuvlar solishtirildi. Bu usul orqali global va mahalliy to'qimachilik sanoati o'rtasidagi farqlar aniqlanib, eng optimal narx belgilash usullari tavsiya etildi.

To'qimachilik korxonalarining narx strategiyasini takomillashtirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqishda iqtisodiy modellashtirish usullari qo'llanildi. Raqobat muhiti va bozor segmentlari bo'yicha narx siyosatining korxona rentabelligiga ta'siri tahlil qilindi.

To'qimachilik sanoati bo'yicha ekspertlar, tadbirkorlar va marketing mutaxassislarining fikrlari o'rganilib, ularning tajribalaridan kelib chiqqan holda amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Ushbu usul orqali real biznes amaliyotiga mos keluvchi yondashuvlar shakllantirildi.

Ushbu metodologik yondashuvlar asosida olib borilgan tadqiqot natijalari to'qimachilik sanoati korxonalarining narx strategiyasini shakllantirish va takomillashtirish uchun ilmiy asoslangan tavsiyalar berish imkonini yaratadi.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi: To'qimachilik sanoati korxonalarida narx strategiyasini shakllantirish bo'yicha turli ilmiy manbalar, iqtisodiy adabiyotlar va amaliy tadqiqotlar mavjud.

Ushbu bo'limda mavzu bilan bog'liq asosiy nazariy va empirik tadqiqotlar ko'rib chiqiladi.

Narx belgilash iqtisodiyot va marketing fanlarining asosiy yo'nalishlaridan biri bo'lib, bu borada ko'plab klassik va zamonaviy tadqiqotlar mavjud.

P. Kotler (2016) o'zining **“Marketing Management”** asarida narx strategiyasining ahamiyati va uning turli segmentlarda qo'llanilish tamoyillarini batafsil yoritib bergan. Uning tadqiqotlariga ko'ra, to'g'ri tanlangan narx strategiyasi kompaniyaning bozorda muvaffaqiyatli faoliyat yuritishiga va mijozlar sodiqligini oshirishga xizmat qiladi.

J. Stiglitz (2018) **“Microeconomics”** kitobida narxlarning bozor sharoitlariga bog'liq o'zgaruvchanligi va ularning iqtisodiy muvozanatga ta'siri haqida fikr bildiradi. Uning ta'kidlashicha, narx siyosati nafaqat talab va taklif omillariga, balki iste'molchilarning qaror qabul qilish mexanizmlariga ham bog'liqdir.

To'qimachilik sanoati o'zining global xarakteriga ega bo'lib, uning narx belgilash tamoyillari ko'plab iqtisodiy va ijtimoiy omillarga bog'liqdir. Xalqaro valyuta jamg'armasi (IMF) va Jahon banki (WB) tomonidan taqdim etilgan hisobotlarda tekstil mahsulotlariga bo'lgan talab va narx shakllanishiga ta'sir qiluvchi omillar o'rganilgan.

M. Porter (2008) o'zining **“Competitive Strategy”** asarida to'qimachilik sanoatining global bozordagi o'rnini tahlil qilib, kompaniyalar uchun raqobatbardosh narx strategiyalarini ishlab chiqish muhimligini ta'kidlaydi. Porterning beshta kuch modeli (Five Forces Model) to'qimachilik sohasida narx siyosatini shakllantirishda qo'llanilishi mumkin bo'lgan muhim tahlil vositasidir.

O'zbekiston iqtisodiyotiga oid ilmiy tadqiqotlar orasida G'. Abdurahmonov (2020) tomonidan yozilgan **“O'zbekistonning to'qimachilik sanoatida innovatsion narx strategiyalarini shakllantirish”** nomli tadqiqotida mamlakatimizda narx strategiyalarining zamonaviy yondashuvlari ko'rib chiqilgan.

Narx strategiyasining iqtisodiy samaradorligini baholash bo'yicha bir qator tadqiqotlar mavjud. Masalan, N. Gregory Mankiw (2019) **“Principles of Economics”** kitobida narxlar bozorda qanday shakllanishi va ularning iqtisodiy barqarorlikka ta'siri haqida ma'lumotlar keltirilgan.

Uning tadqiqotlari narx strategiyasining iqtisodiy samaradorligi va korxona rentabelligi bilan bevosita bog'liqligini ko'rsatadi.

Shuningdek, R. Kaplan va D. Norton (1996) tomonidan ishlab chiqilgan **Balanced Scorecard** modeli narx siyosatining korxona moliyaviy ko'rsatkichlariga ta'sirini baholashda muhim metodologik vosita sifatida tavsiya etilgan.

O'zbekiston to'qimachilik sanoati so'nggi yillarda sezilarli o'sish sur'atlariga erishib, eksport hajmi oshib bormoqda. Davlat statistika qo'mitasi (2022) va **“Uztextile”** uyushmasi tomonidan e'lon qilingan hisobotlarda mahalliy to'qimachilik korxonalarining narx siyosati, eksport imkoniyatlari va raqobatbardoshligi tahlil qilingan.

Shuningdek, O'zbekistonda narx siyosatini shakllantirishda soliq imtiyozlari, subsidiyalar va bojxona to'lovlarining ahamiyati ham chuqur o'rganilgan. Masalan, O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi tomonidan ishlab chiqilgan strategik hujjatlarda narx shakllanishiga ta'sir qiluvchi omillar va ularning tartibga solish mexanizmlari haqida ma'lumotlar keltirilgan.

Yuqoridagi adabiyotlar sharhi shuni ko'rsatadiki, to'qimachilik sanoati korxonalarida narx strategiyasini shakllantirish bo'yicha ko'plab nazariy va amaliy tadqiqotlar mavjud. G'arb olimlarining ishlari asosan narx strategiyasining umumiy tamoyillari va bozor muvozanatiga ta'sirini yoritadi. Mahalliy tadqiqotlar esa O'zbekiston sharoitida narx siyosatining o'ziga xos jihatlari va strategik yondashuvlarini o'rganishga yo'naltirilgan.

Shunday qilib, ushbu maqolada ilgari o'rganilgan ilmiy yondashuvlar asosida O'zbekiston to'qimachilik sanoati uchun optimal narx strategiyalarini ishlab chiqish va ularning iqtisodiy samaradorligini oshirish bo'yicha tavsiyalar beriladi.

Tahlil va natijalar

To'qimachilik sanoati bugungi globallashgan iqtisodiyotda tobora dolzarb ahamiyat kasb etib, ko'plab mamlakatlar uchun strategik tarmoq hisoblanadi. O'zbekiston kabi davlatlar uchun ushbu sanoat nafaqat eksport daromadlarini oshirish, balki ichki ishlab chiqarishni rag'batlantirish va bandlikni ta'minlash jihatidan ham muhimdir. Ammo to'qimachilik sanoatining muvaffaqiyati samarali narx strategiyasiga bog'liq ekanini inobatga olsak, bu jarayonni chuqur tahlil qilish zarurati tug'iladi.

Hozirgi raqobat sharoitida oddiy narx belgilash yondashuvi o'z samaradorligini yo'qotmoqda. Bozor talablarini tahlil qilmasdan faqat tannarx va ustama narx asosida mahsulotni baholash kompaniyalarning rivojlanishiga to'sqinlik qilishi mumkin. Shuning uchun ham to'qimachilik korxonalari dinamik, moslashuvchan va bozor o'zgarishlariga tez javob bera oladigan narx strategiyalarini ishlab chiqishi lozim.

Yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqaruvchi kompaniyalar ko'pincha qimmatbaho narx strategiyasidan foydalanadi. Bunday strategiya brend imidji, mahsulot sifati va mijozlar ishonchiga tayanadi. Masalan, O'zbekistonda yuqori sifatli paxtadan tayyorlangan tekstil mahsulotlari xalqaro bozor uchun yuqori narxda sotilishi mumkin, chunki ekologik toza, tabiiy mahsulotlarga talab ortib bormoqda. Bu strategiya, ayniqsa, Yevropa va AQSh bozorlariga eksport qilishni maqsad qilgan korxonalar uchun juda mos keladi.

1. 2021-yil yanvar-oktabr oylarida to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish:

Ko'rsatkichlar	O'sish sur'ati (%)
To'qimachilik gazlamalari	
Gilam va boshqa to'qimachilik pol qoplamalari	
Narsa joylanadigan qoplar va paketlar	

Manbaa:stat.uz

2. 2023-yil yanvar-avgust oylarida to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish

Ko'rsatkichlar	
To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish ulushi (%)	
Ishlab chiqarish hajmi (mlrd. so'm)	

Manbaa:stat.uz

3. 2023-yil yanvar-iyul oylarida to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish:

Ko'rsatkichlar	
To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish ulushi (%)	
Ishlab chiqarish hajmi (mlrd. so'm)	

Manbaa:stat.uz

Biroq, ichki bozor uchun raqobatga asoslangan narx strategiyasi muhim ahamiyat kasb etadi. O'zbekistonda to'qimachilik sanoati jadal rivojlanib, yangi ishlab chiqaruvchilar bozorga kirayotganini hisobga olsak, narx urushlari ehtimoli yuqori. Korxonalar o'z mahsulotlarini raqobatchilarga nisbatan hamyonbop narxlarda taqdim etishga intiladi. Bu esa ba'zan foydaning qisqarishiga olib kelishi mumkin, shuning uchun ham narx strategiyasi raqobatchilar harakatlarini inobatga olgan holda, puxta ishlab chiqilishi lozim.

Narx strategiyasining yana bir muhim jihati – bozorga kirish strategiyasi. Yangi tashkil etilgan korxonalar yoki yangi mahsulotlar uchun boshlang'ich bosqichda past narx belgilab, iste'molchilar e'tiborini tortish odatiy hol.

Biroq, uzoq muddatda bu strategiya zarar keltirishi mumkin, chunki mijozlar past narxga o'rganib qoladi va keyinchalik narx oshirilganda mahsulotga bo'lgan talab pasayishi mumkin. Shu bois, korxonalar bosqichma-bosqich narxni oshirish yoki qo'shimcha qiymat taklif qilish orqali narxni asoslash strategiyasini qo'llashi lozim.

Differensial narx strategiyasi esa segmentlangan bozorlar uchun samarali hisoblanadi.

Masalan, to'qimachilik mahsulotlarini turli mijoz guruhlari uchun turlicha baholash mumkin. Eksport bozorida premium segment uchun yuqori narx qo'llanilishi mumkin bo'lsa, mahalliy bozor uchun maqbul narx belgilash mumkin. Bu strategiya korxonalarga turli bozor segmentlarini qamrab olish va daromad manbalarini diversifikatsiya qilish imkonini beradi.

Shuningdek, to'qimachilik sanoatida moslashuvchan narx siyosati tobora ahamiyat kasb etmoqda. Bozor talab va taklifiga qarab narxni o'zgartirish, mavsumiy chegirmalar joriy qilish yoki sodiq mijozlar uchun maxsus takliflar taqdim etish – bu narx strategiyasining zamonaviy usullaridandir. Mavsumiy talab yuqori bo'lgan davrlarda narxni oshirish, past mavsumlarda esa chegirmalar orqali sotishni rag'batlantirish mumkin.

Tahlillar shuni ko'rsatmoqdaki, O'zbekistonning to'qimachilik sanoatida eksport salohiyatini oshirish uchun samarali narx strategiyasini shakllantirish zarur. Bugungi global bozor sharoitida faqat tannarxga asoslangan narx belgilash yondashuvi yetarli emas. Raqobatbardosh ustunlik yaratish uchun innovatsion narx strategiyalaridan foydalanish, moslashuvchan siyosat yuritish va mijozlar talabini chuqur o'rganish muhim ahamiyatga ega.

Xulosa qilib aytganda, narx strategiyasi – bu shunchaki raqamlar jamlanmasi emas, balki kompaniyaning bozordagi mavqeini mustahkamlash, iste'molchilar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish va raqobatda ustunlikni ta'minlash vositasidir. To'qimachilik sanoatining o'sishi va barqaror rivojlanishi uchun korxonalar o'z mahsulotlarini nafaqat sifati, balki puxta o'ylangan narx siyosati orqali ham bozorga muvaffaqiyatli taklif etishlari lozim.

MUHOKAMA

To'qimachilik sanoatida narx strategiyasini shakllantirish bo'yicha olib borilgan tahlillar shuni ko'rsatmoqdaki, ushbu jarayon murakkab va ko'p qirrali omillarga asoslanadi. Narx siyosati nafaqat kompaniyaning daromad olish vositasi, balki uning bozordagi o'rnini belgilovchi asosiy omillardan biridir.

Shu sababli, raqobatbardosh va samarali narx strategiyasini ishlab chiqish uchun korxonalar global va mahalliy bozor tendensiyalarini doimiy ravishda kuzatib borishlari lozim.

Narx siyosatining to'g'ri tanlanishi korxona uchun bir qator afzalliklarni ta'minlaydi:

➤ Bozor ulushini kengaytirish – maqbul narx siyosati orqali yangi iste'molchilar jalb qilinadi va brend sodiqligi shakllantiriladi.

➤ Foydani optimallashtirish – samarali narx strategiyasi ishlab chiqarish tannarxi va talab asosida narxlarni belgilash imkonini beradi.

➤ Raqobatbardoshlikni oshirish – bozorda barqaror o'rin egallash uchun narx siyosati raqobatchilar faoliyatiga moslashishi kerak.

➤ Segmentatsiyani oshirish – differensial narx siyosati yordamida turli mijoz guruhlari uchun mos narxlar taklif qilinishi mumkin.

Shuningdek, to'qimachilik sanoati global bozorga yo'naltirilganligi sababli, eksport narx strategiyasining o'rni ham juda katta. Ko'plab rivojlangan mamlakatlar ekologik toza va yuqori sifatli to'qimachilik mahsulotlariga yuqori narxlarda talab bildirmoqda. Shu sababli, O'zbekiston korxonalari xalqaro standartlarga javob beruvchi mahsulotlarni ishlab chiqarib, premium segment uchun yuqori narx strategiyasini tanlashi mumkin.[6]

Bugungi kunda to'qimachilik sanoati korxonalari global miqyosda raqobatga duch kelmoqda. Xususan, Xitoy, Bangladesh, Hindiston va Turkiya kabi yirik ishlab chiqaruvchi mamlakatlar arzon ishchi kuchi va ishlab chiqarish hajmi hisobiga narxlarni past darajada belgilash imkoniyatiga ega. Shunday sharoitda O'zbekiston korxonalari qanday yo'l tutishi lozim?

➤ Differensial narx strategiyasidan foydalanish – yuqori sifatli mahsulotlarni premium bozorga, o'rta segment uchun esa maqbul narxlarda sotish.

➤ Innovatsiyalarni joriy qilish – ilg'or texnologiyalarni qo'llash orqali ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish va narx bo'yicha raqobatbardoshlikni oshirish.

➤ Moslashuvchan narx siyosatini qo'llash – mavsumiy chegirmalar va mijozlarga individual yondashuv asosida narxlarni belgilash.

➤ Brend va marketing strategiyasini kuchaytirish – iste'molchilar faqat narx emas, balki brend qadriyatlari va xizmat sifatiga ham e'tibor qaratadi.

Bundan tashqari, raqobatga asoslangan narx strategiyasi qisqa muddatda foyda keltirishi mumkin, ammo uzoq muddatli strategiya sifatida bu yondashuv xavfli bo'lishi mumkin. Narx urushlariga kirishish, tannarxni keskin pasaytirish yoki minimal foyda bilan ishlash korxonani moliyaviy inqirozga olib kelishi ehtimoli bor. Shuning uchun narx siyosati chuqur tahlil va rejalashtirishga asoslanishi kerak.

To'qimachilik sanoatida samarali narx siyosatini yuritish uchun korxonalar quyidagi amaliy choralarni ko'rishlari zarur:

✓ Bozor tahlilini doimiy ravishda olib borish – talab va taklif, iste'molchilarning xarid qobiliyati, raqobatchilarning narx strategiyalarini muntazam o'rganish.

✓ Moslashuvchan narx strategiyasidan foydalanish – mijozlar segmentiga qarab turli narx belgilash, mavsumiy chegirmalar va aksiyalarni joriy etish.

✓ Mahsulot tannarxini kamaytirish bo'yicha innovatsion texnologiyalarni joriy etish – ilg'or ishlab chiqarish usullaridan foydalanish va resurslarni samarali boshqarish.

✓ Eksport bozorlari uchun maxsus narx strategiyasini ishlab chiqish – xalqaro bozorlar talablariga mos narx siyosati yuritish.

✓ Mahsulotning brend imidjini oshirish – yuqori sifat, ekologik toza materiallar va innovatsion dizaynlar orqali premium bozorga yo'nalish.

Shunday qilib, narx siyosati korxonaning umumiy biznes strategiyasining ajralmas qismi bo'lib, uning barqaror rivojlanishida muhim rol o'ynaydi. To'qimachilik sanoati korxonalari bozorda muvaffaqiyat qozonish uchun faqat mahsulot tannarxi va raqobatchilar narxiga bog'liq bo'lmay, o'ziga xos yondashuvlarni ishlab chiqishi va joriy qilishi lozim.[9]

Muhokamalar shuni ko'rsatmoqdaki, O'zbekiston to'qimachilik sanoati kelajagi samarali narx siyosati va innovatsion yondashuvlarga bog'liq. Narx strategiyasining puxta ishlab chiqilishi esa nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro bozorda ham muvaffaqiyat qozonish uchun kalit hisoblanadi.

Xulosa

Bugungi kunda raqobatbardosh bozor sharoitida to'qimachilik sanoatining o'sishi va barqaror rivojlanishi korxonalarning samarali narx strategiyasiga bog'liq. Narx belgilash – bu shunchaki mahsulotning tannarxiga ustama qo'shish bilan cheklanib qoladigan oddiy jarayon emas. Aksincha, bu har bir korxona uchun puxta o'ylangan strategik qaror, uning bozordagi mavqeini mustahkamlash va uzoq muddatli muvaffaqiyatni ta'minlash vositasidir.

Bozor talabini, raqobatchilar strategiyalarini va iste'molchilarning ehtiyojlarini chuqur tahlil qilmasdan turib, samarali narx siyosatini yuritish imkonsiz. Narxning haddan tashqari past bo'lishi foydani kamaytiradi va ishlab chiqarish samaradorligiga zarar yetkazadi. Narxning yuqori bo'lishi esa mijozlarning raqobatchilarga o'tishiga sabab bo'lishi mumkin. Shu bois, har bir korxona o'zining bozordagi o'rnini aniq belgilab, narx siyosatini shunga moslashtirishi kerak.

Differensial narx strategiyasi turli mijoz segmentlari uchun mos narx belgilash imkonini beradi. Masalan, ichki bozorda maqbul narx taklif qilinishi mumkin, eksport bozorida esa premium segment uchun yuqori narx siyosati yuritish mumkin.

Qimmatbaho narx strategiyasi yuqori sifatli va eksklyuziv mahsulotlar ishlab chiqaruvchilar uchun ideal bo'lib, mijozlarning ishonchini mustahkamlash va brend qadriyatini oshirishga xizmat qiladi.[7]

Ammo narx strategiyasi faqat mijoz segmentatsiyasi bilan cheklanmasligi kerak.

Moslashuvchan narx siyosati ham dolzarb ahamiyat kasb etadi. Mavsumiy talab va iqtisodiy sharoitlarga qarab narxlarni o'zgartirish, chegirmalar va aksiyalar orqali mijozlarni jalb qilish muvaffaqiyatli biznes yuritishning muhim vositalaridan biri bo'lib qolmoqda. Yangi tashkil etilgan korxonalar esa bozorga kirish strategiyasidan foydalangan holda, dastlab arzon narxlarda mahsulot taklif etib, vaqt o'tishi bilan narxni oshirish orqali o'z mijoz bazasini shakllantirishi mumkin.

To'qimachilik sanoati korxonalari uchun muhim bo'lgan yana bir jihat – bu innovatsion texnologiyalarni joriy etishdir. Ishlab chiqarish tannarxini kamaytirish orqali korxonalar narx bo'yicha raqobatbardoshlikni saqlab qolish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Ayniqsa, eksport bozorlariga chiqish uchun mahsulot sifati va ekologik tozalikka e'tibor qaratish muhim. Chunki bugungi global tendensiyalar ekologik mahsulotlarga bo'lgan talabning ortib borayotganini ko'rsatmoqda.[5]

Xulosa qilib aytganda, to'qimachilik sanoati korxonalarida samarali narx strategiyasini shakllantirish biznes muvaffaqiyatining ajralmas qismi hisoblanadi. Faoliyatini faqat tannarxga asoslangan yondashuv bilan cheklab qo'ygan kompaniyalar raqobatda ortda qolishi mumkin. Shu sababli, bozor sharoitlarini tahlil qilish, mijoz ehtiyojlarini inobatga olish va zamonaviy narx strategiyalaridan foydalanish har qanday korxona uchun hal qiluvchi omil bo'lib xizmat qiladi.

O'zbekiston to'qimachilik sanoatining kelajagi ham samarali narx siyosatiga bog'liq.

Eksport salohiyatini kengaytirish, jahon bozorida o'z o'rnini mustahkamlash va ichki bozorda yetakchilikni saqlab qolish uchun kompaniyalar puxta o'ylangan va moslashuvchan narx strategiyasini ishlab chiqishi lozim. Faqat shunda to'qimachilik sanoati nafaqat iqtisodiy o'sishning muhim omili, balki xalqaro bozorda O'zbekiston brendining ifodachisi bo'lishi mumkin.

REFERENCES

1. **Kotler, P.** (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education.
2. **Stiglitz, J.** (2018). *Microeconomics*. W.W. Norton & Company.
3. **Mankiw, N.G.** (2019). *Principles of Economics* (9th Edition). Cengage Learning.

4. **Porter, M.** (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
5. **Kaplan, R., & Norton, D.** (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business School Press.
6. **Abdurahmonov, G.** (2020). *O'zbekistonning to'qimachilik sanoatida innovatsion narx strategiyalarini shakllantirish*. O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi.
7. **Jahon banki (WB) va Xalqaro valyuta jamg'armasi (IMF)** (2022). *Global Textile Industry Report*.
8. **Davlat Statistika Qo'mitasi** (2022). *O'zbekistonning to'qimachilik sanoati bo'yicha statistik hisobotlari*. Toshkent.
9. **“Uztextile” uyushmasi** (2023). *O'zbekiston to'qimachilik sanoatining rivojlanish tendensiyalari va eksport salohiyati*. Toshkent.
10. **O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi** (2023). *To'qimachilik sanoati uchun narx siyosati va strategik rivojlanish rejalari*. Toshkent.
11. **Henderson, B.** (1984). *The Origin of Strategy*. Harvard Business Review.
12. **Drucker, P.** (1999). *Management Challenges for the 21st Century*. HarperBusiness.
13. **Krugman, P. & Obstfeld, M.** (2017). *International Economics: Theory and Policy*. Pearson.
14. **Schumpeter, J.** (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. Harper & Brothers.
15. **Christopher, M.** (2016). *Logistics & Supply Chain Management*. Pearson Education.