



ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ СПРОСА НА МЕСТНЫЕ ТОВАРЫ, ЗАМЕЩАЮЩИЕ ИМПОРТ

Олимжонов Далер Дамирович

Студент группы ИК-622

**Научный руководитель: Камилова Наргиза Абдукахоровна – к.э.н., доцент
Самаркандский институт экономики и сервиса**

Аннотация: В данной статье анализируется состав востребованной импортной продукции, плюсы и минусы локализации импортных товаров и предложены рекомендации по улучшению производства импортозамещающей продукции и её продвижения на рынке.

Ключевые слова: Импорт, экспорт, товар, предприниматель, локализация, импортозамещающий товар.

Национальное производство товаров народного потребления, отвечающих требованиям современности, и экспорт их за рубеж является одной из важных задач каждой страны. В то же время повышение спроса на отечественную продукцию и производство импортозамещающей продукции, развитие внутреннего рынка и выход на мировой рынок - одна из высших целей отечественных предпринимателей.

Увеличение объема экспорта и сокращение объема импорта создает основу для достижения более высоких экономических целей. Только при условии реального развития внутреннего рынка спрос на зарубежную продукцию уменьшится, скорость денежного обращения увеличится, издержки сократятся, и нам откроется путь выхода на мировой рынок [1].

В целях повышения экспортного потенциала и модернизации существующего производственного потенциала промышленных и сельскохозяйственных предприятий Президентом Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёевым были подписаны ряд Указов и Постановлений правительства. Так, Постановление "О мерах по дальнейшему расширению финансовой поддержки экспортной деятельности" [2] и Постановление № ПФ-6091 от 13.07.2021 "О дальнейшем расширении финансовой поддержки экспортной деятельности" являются одними из них. Внимательно изучая эти указы и решения, мы можем получить информацию о возможностях, предоставляемых предприятиям-экспортерам, и о том, как их правильно использовать [3].





Таблица 1

Структурный состав импорта товаров народного потребления в Республику Узбекистан за последние годы (млн. долларов).

№	Наименование продукции	2011	2016	2021
	Всего	10 086,3	11 542,0	25 461,0
1	Пищевые продукты и животные жиры	631,0	1 144,6	2 509,6
2	Напитки и табак	41,0	45,2	89,9
3	Непищевое сырье	308,0	263,7	1 154,5
4	Топливо, смазочные масла и аналогичные материалы	796,8	589,0	1 540,9
5	Животные и растительные жиры, масла и воски	201,3	224,6	411,5
6	Химикаты и аналогичные продукты, не включенные в другие категории	1 096,9	1 717,2	3 648,1
7	Промышленные товары (по типу материала)	1 644,5	1 775,2	4 720,2
8	Машины и транспортное оборудование	4 439,2	4 518,8	8 252,7
9	Различные готовые изделия	366,1	454,5	1 385,1
10	Другие товары	-	0,0	11,6
11	Услуги	561,5	809,2	1 736,8

Если проанализировать структурный состав импорта в нашу страну за последние 10 лет, то за исследуемый период импорт продуктов питания и животных жиров увеличился до 1878,6 млн. долларов в 2021 году или в 4 раза по сравнению с 2011 годом, а химическая продукция и аналогичные товары, не включенные в другие категории, увеличились до 2551 млн. долларов или в 3,3 раза. Если проанализировать импортируемые страной товары сравнительным методом, то мы увидим, что за последние 10 лет, их импорт увеличился в





пределах 2-4 раза по сравнению с 2011 годом. Другими словами, можно заключить, что импортируемая продукция в стране увеличивается в 1-2 раза каждые 5 лет [4].

По этим показателям можно прогнозировать объем будущего импорта товаров и предположить будущее развитие национальной экономики. Однако, согласно отечественной политики модернизации производства и импортозамещения, необходимо, в первую очередь, не допустить, количественного роста данных показателей в обозримом будущем. Ибо, каждое увеличение значения данных показателей в свою очередь свидетельствует об экономике, в которой угроза экономической безопасности усугубляется вопреки зависимости от внешнего мира.

Показатель внешнеторгового оборота Узбекистана на январь 2021 года составил 694,7 млн. долларов, тогда как импорт составил 1639,2 млн. долларов. Согласно данным таблицы, Узбекистан импортирует одежду, продукты питания, химическую продукцию и др. промышленные товары из разных стран. Одним из импортируемых товаров, который не имеет большого объема, являются готовые швейные изделия. По состоянию на сентябрь 2021 года Узбекистан импортировал готовые швейные изделия из 64 стран мира на общую сумму 16,1 млн. долларов. Это, конечно, не маленький показатель. Из этого следует, что отечественные предприятия по производству одежды должны предпринять безотлагательные меры к достижению своей цели: во-первых, детально изучить качество импортной швейной продукции, во-вторых, предпринять меры для её локализации, и в-третьих, применив политику импортозамещения, обозначить пошаговую стратегию её производства и доставки потребителю.

По данным Госкомстата, в 2021 году из стран-импортеров была импортирована готовая одежда на сумму 6,5 млн. долларов из Китая, 4,9 млн. долларов - из Турции, на сумму 839,1 тыс. долларов из России, из Индии – на сумму 714,0 тыс. долларов, из Германии – на сумму 647,9 тыс. долларов.

В связи с этим нами был проведён социологический опрос на тему: "Швейные изделия какой страны привлекают потребителя дизайном, качеством и ценой" и в этом опросе приняли участие 600 человек, результаты опроса которых представлены в нижеследующей таблице 2:

Таблица 2

Итоги социологического опроса на тему "Швейные изделия какой страны привлекают потребителя дизайном, качеством и ценой"



№	Государства	Количество потребителей, из общего количества участников опроса	В процентах к итогу
1.	Турция	378	63%
2.	Узбекистан	105	18%
3.	Китай	93	15%
4.	Россия	24	4%
	Всего	600	100%

Согласно данным, представленным в таблице 2, одежда из Турции получила высокий результат, набрав 378 (63%) голосов, что отличается на 45% от востребованности данной одежды национального производства. Эти цифры показывают, что спрос на готовую одежду из Турции в нашей стране очень высок. Турецкая одежда конкурентоспособна по качеству. Это говорит о том, что национальная промышленность может конкурировать с развитыми странами по качеству и дизайну одежды. При этом, чем больше развивается здоровая конкуренция, тем выше будет качество и доступность цен. Правительство Узбекистана проводит широкомасштабную и адресную работу в этом направлении. Примером может послужить Указ Президента Республики Узбекистан № ПФ-6019 «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию конкурентной среды и сокращению государственного участия в экономике» от 06.07.2020 года [5].

Если обратиться к реальной действительности и через призму экономического определения сегодняшней действительности, то можно заключить, что положительными сторонами локализации импортных товаров можно назвать: увеличение занятости населения на основном месте работы; улучшение социального-экономического положения населения; ускорит денежное обращение в реальном секторе экономики; поспособствует повышению экономической безопасности страны.

И, наконец, ещё одним положительным моментом является то, что это позволит и сподвигнет хозяйствующих субъектов к развитию инноваций и сосредоточения на бренде [6]. В наше время потребители заинтересованы в покупке известных брендовых товаров. Каждое предприятие должно создать свой бренд и продвигать его, если бренд будет развиваться успешно, то потребители будут платить за бренд.



Использованная литература:

1. Ш.Шодмонов, М.Мухаммедов, Н.Камилова. Экономическая теория. Учебник. – Т.: Иктисодиет-Молия, 2021.
2. Постановление Президента Республики Узбекистан Ш. Мирзиёева "О мерах по дальнейшему расширению финансовой поддержки экспортной деятельности" от 21.10.2020.
3. Solidjonov, D., & Arzikulov, F. (2021). WHAT IS THE MOBILE LEARNING? AND HOW CAN WE CREATE IT IN OUR STUDYING?. *Интернаука*, (22-4), 19-21.
4. Akhmedovich, M. A., & Fazliddin, A. (2020). Current State Of Wind Power Industry. *The American Journal of Engineering and Technology*, 2(09), 32-36.
5. Dilmurod, R., & Fazliddin, A. (2021). Prospects for the introduction of artificial intelligence technologies in higher education. *ACADEMICIA: an international multidisciplinary research journal*, 11(2), 929-934.
6. Adilova, S. (2021). Internationalization of Higher Education: Toward Intellectual Mobility for Sustainable Development. *SPAST Abstracts*, 1(01).
7. Karakhonova, S. A., & Ishanhodjaeva, G. T. (2016). Cognitive disorders in Parkinsonism. *Parkinsonism & Related Disorders*, 22, e59.
8. Постановление Президента Республики Узбекистан Ш. Мирзиёева "О дальнейшем расширении финансовой поддержки экспортной деятельности" от 13.07.2021.
9. www.stat.uz.
10. Указ Президента Республики Узбекистан № ПФ-6019 «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию конкурентной среды и сокращению государственного участия в экономике» от 06.07.2020 года.
11. Камилова Н.А. Макроэкономика. Учебное пособие. – С: СамИЭС, 2022. – 262 С.

