

## **ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**Бободустов З.Н.**

ассистент кафедры Маркетинга

Самаркандский институт экономики и сервиса

**Аннотация:** При формировании рыночных отношений процессы развития и размещения промышленного производства приобретают принципиально новый характер. Под рациональным размещением промышленного производства подразумевается обеспечение потребностей страны и отдельных регионов в определенной продукции при минимуме совокупных затрат на ее производство.

**Ключевые слова:** Сырьевой и трудовой потенциал, инвестиционный потенциал, инвестиционный климат и стимул, экспансии готовой продукции.

## **WAYS TO IMPROVE THE FOOD INDUSTRY'S COMPETITIVE ADVANTAGE**

**Bobodustov Z.N.**

assistant department of Marketing

Samarkand institute of economics and services

**Abstract:** During the formation of market relations, the processes of development and placement of industrial production acquire a fundamentally new character. The rational location of industrial production means meeting the needs of the country and individual regions in certain products with a minimum of total costs for its production.

**Key words:** Raw materials and labor potential, investment potential, investment climate and incentive, expansion of finished products.

В настоящее время сырьевой и трудовой потенциал Узбекистана является реальной предпосылкой ускоренного развития и модернизации плодоовощной промышленности, а также реконструкции существующих производственных фондов путем инвестирования отрасли в целом.

Проводимая в этом направлении политика государства создает благоприятные условия для привлечения различного рода инвестиций.

В стране осуществляется масштабная работа по улучшению инвестиционного климата, повышению экспортного потенциала, эффективному регулированию инвестиционной и внешнеторговой деятельности в качестве основы для активного развития бизнеса.

Вместе с тем, сохраняется слабая взаимосвязанность инвестиционного процесса с конечными показателями продвижения продукции на внешние рынки. Действующая система государственного управления основана на раздельном регулировании вопросов инвестиций и торговли, что требует пересмотра организационно-правовых механизмов в данных сферах[1].

В целях повышения инвестиционного потенциала республики, привлечения инвестиций в приоритетные сферы и отрасли экономики, обеспечения взаимоувязанности процесса инвестирования с производством конкурентоспособной экспортоориентированной продукции, а также во исполнение задач, определенных в Государственной программе по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017 — 2021 годах в «Год активных инвестиций и социального развития»: был издан Указ Президента РУз. № 5643 от 28 января 2019 года «О мерах по совершенствованию системы управления в сферах инвестиций и внешней торговли»[4].

Создание благоприятного инвестиционного климата и стимулов у отечественных и иностранных предпринимателей к инвестированию в приоритетные сферы, отрасли и регионы Узбекистана с целью производства конкурентоспособной экспортоориентированной продукции, а также безусловное выполнение каждым государственным органом задачи по содействию активному привлечению инвестиций и развитию торговли способствует реконструкции и техническому перевооружению существующих производств, что, в конечном счете, служит предпосылкой быстрого насыщения локальных рынков продукцией, пользующейся повышенным спросом у населения, полному использованию и увеличению сырьевой базы, значительному повышению качества продукции, гибкому реагированию на изменение спроса на производимую продукцию. Обеспечение широкого внедрения современных систем управления качеством продукции и соответствия отечественных товаров требованиям международных стандартов и технических регламентов для повышения их конкурентоспособности на внешних рынках, внедрение передовых информационно-коммуникационных технологий, обеспечивающих устойчивый рост торговли и активизацию инвестиционной политики служит выгодному экономическому росту[2]. В том числе регионы Республики при наличии выгодного экономического положения, природно-сырьевого и трудового потенциала могут развиваться эффективно, активизировать внешнеэкономические связи, обеспечивать широкомасштабное внедрение передовой техники, создавать необходимые условия для повышения жизненного уровня населения[3].

Пищевая промышленность – как одна из важнейших отраслей, базирующихся на местных сырьевых ресурсах, развита во всех городах и поселках области.



**Рис. 1. Состав отрасли и факторы размещения производства пищевой промышленности**

Согласно отраслевой структуре производства промышленной продукции пищевая промышленность, в состав которой входит плодоовощное производство, по данным Госкомстата Республики Узбекистан, в январе-июне 2020 года объем экспорта плодоовощной продукции составил 720,4 тыс. т, а в стоимостном выражении, всего \$416,6 млн. В сравнении с аналогичным периодом 2019 года снижение на 3,9% и 39,8% соответственно. Дальнейшее успешное формирование продовольственного рынка является составной частью рыночной экономики.

Создание продовольственного рынка в Узбекистане имеет свою специфику, заключающуюся в том, что он создается параллельно с выполнением программы выхода на устойчивую стабильность, включающую в себя приватизацию, создание рыночных систем налогообложения, совершенствования денежно-кредитной политики, индексацию денежных доходов, либерализацию цен, обновления и модернизацию производственного оборудования. Для успешного решения

существующих проблем разработало ряд комплексных мероприятий по дальнейшему развитию отрасли. Разработанная концепция плодоовощной отрасли определяет основные направления, позволяющие обеспечить потребность Республики Узбекистан в существующей продукции, поставку ее на экспорт, учитывая при этом ее конкурентоспособность[5].

Основная идея концепции заключается в том, что используя научный потенциал и передовую технику, увеличить объем производства, получить дополнительную прибыль и средства для дальнейшей модернизации и обновления существующего технологического оборудования, стабилизации, а затем и развития производства.

Практика показала, что развитие отрасли напрямую связано со сбытом, чему уделяется особое внимание - расширяется ассортимент выпускаемой продукции, улучшается качество внешнего оформления. В целях более широкой экспансии готовой продукции на мировой рынок в 2000 г был построен стеклотарный завод по производству высококачественной посуды для розлива и хранения продукции, соответствующей требованиям мировых стандартам.

### **Использованная литература**

1. Портер М. “Конкурентное преимущество” 2-е издание. Москва – 2006. – 1200 с.
2. Чувакова С.Г. Стратегический маркетинг. Учебное пособие – М.: Дашков и К. 2012. — стр. 272.
3. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики. Учебник. – М.: КНОРУС, 2010. – 680 стр.
4. <https://lex.uz/>
5. Бойжигитов С. К. Совершенствование использования технологии бенчмаркинга в условиях цифровой экономики //Экономика и социум. – 2020. – №. 11. – С. 527-533.