

Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971
ISI (Dubai, UAE) = 0.829
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 8.716
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

SOI: [1.1/TAS](#) DOI: [10.15863/TAS](#)
International Scientific Journal
Theoretical & Applied Science
p-ISSN: 2308-4944 (print) e-ISSN: 2409-0085 (online)
Year: 2020 Issue: 04 Volume: 84
Published: 12.04.2020 <http://T-Science.org>

QR – Issue



QR – Article



N.M. Muminova
Tashkent Institute of textile and light industry
(PhD), assistant of professor

WAYS TO INCREASE EXPORT OPPORTUNITIES AND KEY MACROECONOMIC INDICES OF THE ENTERPRISE

Abstract: this article discusses the issues of increasing the export potential and competitiveness of domestic producers' products in the context of the development of foreign economic relations.

Key words: product Competitiveness, textile industry, economic diversification, strategy, export potential, profit, commodity market conditions, market of goods and services, consumer, product quality, enterprise efficiency.

Language: Russian

Citation: Muminova, N. M. (2020). Ways to increase export opportunities and key macroeconomic indices of the enterprise. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 04 (84), 87-91.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-04-84-12> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.04.84.12>

Scopus ASCC: 2000.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭКСПОРТНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И ОСНОВНЫХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: В данной статье рассмотрены вопросы повышения экспортного потенциала и конкурентоспособности продукции отечественных производителей в условиях развития внешнеэкономических отношений.

Ключевые слова: Конкурентоспособность продукции, текстильная промышленность, диверсификация экономики, стратегия, экспортный потенциал, прибыль, конъюнктура товарного рынка, рынок товаров и услуг, потребитель, качество продукции, эффективность предприятия.

Введение

УДК: 33

Для экономики Узбекистана в настоящее время все большее значение приобретает экспортная деятельность предприятия. По этим причинам развитие экспорта – основного сектора экономики Узбекистана пользуется высоким приоритетом и у правительства республики, и у международных организаций, а предприятия, способные экспортировать свою продукцию, получают все большую государственную и международную поддержку.

Поэтому в повышении уровня экспортного потенциала и конкурентоспособности продукции заинтересованы как её создатели, изготовители, так и потребители. Кроме того, известно, что на стадии изготовления продукции предприятие стремится к тому, чтобы продукция была

экономичной в производстве. А это зависит, прежде всего, от организации производства, сокращения потерь от брака, переделок, рекламации и так далее. Ведь известно, что легкая промышленность для нашей Республики в настоящее время является стратегической. Это обусловлено не только тем, что Узбекистан является основным производителем хлопка, но и тем, что в стране имеются условия для рентабельного производства всех видов текстильного сырья. Кроме того, текстильная индустрия остается одной из самых привлекательных отраслей для иностранных инвесторов, что обусловлено стабильной сырьевой базой, недорогими квалифицированными трудовыми ресурсами и прежде всего поддержкой и благоприятными либеральными условиями, созданными руководством Узбекистана. Это стабильные правовые рамки

Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971
ISI (Dubai, UAE) = 0.829
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 8.716
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

для хозяйственной деятельности, упрощение процедур лицензирования, регистрации и сертификации, и, что немаловажно, широкая система различных льгот, привилегий и гарантий для совместных и иностранных предприятий, закрепленных законодательством.

Стабильно положительная динамика основных макроэкономических параметров, характеризующих внешний сектор экономики в частности, отмечается уже на протяжении целого ряда лет. Итоги прошедшего года показывают высокие темпы роста внешней торговли и иностранных инвестиций в экономику страны. Число торговых партнеров и совместных проектов, с участием иностранных инвесторов расширяется, новые виды товаров и услуг включаются в торговые операции, возрастает число участников внешнеэкономических связей, в том числе частных компаний, малых предприятий, самостоятельно определяющих свою стратегию и тактику на внешнем рынке. В последние годы увеличение торговых операций отмечается как по экспорту, так и по импорту. Между тем, высокая динамика роста товарооборота текстильной промышленности является, прежде всего, результатом развития промышленного и экспортного потенциала страны. При увеличении переработки хлопка в текстильном секторе страны в целом, его экспорт сохранил динамику роста.

По-прежнему Узбекистан остается в числе ведущих производителей и поставщиков волокна на мировой рынок. В результате повышения качества, в том числе управления, на всех этапах переработки и подготовки хлопка к экспорту, а также маркетинговой стратегии и тактики - котировки Ливерпульской хлопковой ассоциации на хлопковое волокно из Узбекистана достигли положительного значения за последние пять лет. Плановому экспорту способствуют, ставшие уже традиционными ежегодные международные хлопковые ярмарки в Узбекистане, в ходе которых определяется спрос и предложение, требования к качеству и сроки поставки продукции, заключаются соглашения и контракты. Получила развитие также биржевая торговля, когда на товарно-сырьевой бирже в любой период года можно приобрести хлопковое волокно, как для потребления в республике, так и для экспорта. Последовательно ведется работа по формированию условий переработки сырьевых продуктов внутри страны и расширению экспорта продукции, выработанной из хлопка, шелка, шерсти, кожи. В результате технического перевооружения и модернизации предприятий текстильного сектора значительно больше стало производиться хлопчатобумажной пряжи, отбеленных и крашенных тканей, трикотажного полотна, и изделий из них.

Только в 2018 году экспорт трикотажной одежды вырос на 71%, одежды текстильной - на 36%, разных готовых текстильных изделий - на 55%, увеличивается также переработка и экспорт шелка, шерсти. Соответственно меняется структура экспорта, в которой доля готовой текстильной продукции из хлопка возрастает. Всего текстиль и текстильные изделия составили в экспорте 27,4%, что, безусловно, показывает высокую значимость в целом этой группы товаров как стабильной статьи экспорта, при этом в переработке сырья внутри республики имеются еще значительные резервы ее роста. Принимая во внимание тот факт, что вопросы по переоснащению, модернизации производства и установлению партнерских отношений с зарубежными компаниями являются актуальными для основной части предприятий отрасли, важным моментом стало проведение в Узбекистане специализированных выставок текстильного оборудования и технологий.

К примеру, на сегодняшний день на рынок Узбекистана выдвинула свою продукцию общеизвестная и признанная фирма BASF. В течение нескольких десятилетий концерн BASF является опытным и профессиональным партнером для предприятий текстильной отрасли. Предлагаемый компанией ассортимент включает продукты и составы, используемые при шлихтовании, предварительной обработке и отбеливании тканей, при цифровой печати на тканях, а также при нанесении покрытий, при отделке тканей, и в качестве добавок при их окраске.

Работая совместно с текстильными компаниями-партнерами фирмы постоянно разрабатывают инновационные решения, направленные на будущее. Это будет достигнуто в том случае, если в данную область будут привлекаться достаточное количество инвестиций, будут перевооружены несколько десятков действующих текстильных предприятий, завершится строительство уже начатых. В ближайшие 5 лет, в Узбекистане будет достигнут такой уровень мощности текстильных предприятий, при котором 70% производимого хлопкового волокна станет перерабатываться внутри страны.

Это является одной из важнейших проблем, так как из-за наличия столь морально и физически техники трудно организовать производство высококачественной, конкурентоспособной, экспортной продукции. Поэтому необходимо помочь в технологическом перевооружении предприятий текстильной промышленности. Задача обновления производственного аппарата и повышения экспортного потенциала выпускаемой продукции может быть решена только за счет повышения инновационной и инвестиционной

Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971
ISI (Dubai, UAE) = 0.829
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 8.716
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

активности промышленного сектора, это может быть достигнуто за счет наличия иностранного капитала и зарубежных технологий.

В ряде отраслей текстильной и легкой промышленности наблюдаются серьезные проблемы для их успешного функционирования и развития, в связи с усиленным проникновением импортной продукции. Так в легкой промышленности широкий импорт зарубежных товаров на отечественный рынок сделал местных производителей практически не конкурентоспособным. В связи с этим Правительством республики были предусмотрены меры по упорядочению ввоза потребительских товаров юридическими и физическими лицами. Кроме того, разработана программа структурной перестройки текстильной и легкой промышленности, которая призвана решить две кардинальные задачи:

- добиться выпуска конкурентоспособной продукции, не уступающей мировым стандартам;
- провести реструктуризацию предприятий от крупных к более мелким и средним, способным быстро реагировать на спрос рынка и легко перепрофилироваться.

В этих условиях вполне закономерна актуальность использования маркетинга, предполагающего построение целостной концепции управления процессом повышения конкурентоспособности продукции на уровне отдельного текстильного предприятия, разработку стройного механизма целеполагания и построения стратегии поведения предприятия в нестабильной рыночной среде.

Кроме этого преобладание в структуре экспорта сырьевых товаров делает внешнюю торговлю Узбекистана уязвимой от конъюнктуры мирового рынка. Однако, для достижения поставленной цели, считается необходимым рассмотреть такие вопросы как:

- во-первых, осмыслить контуры теории конкурентоспособности экономики в рамках нового мирового экономического порядка;
- во-вторых, выявить отличительные черты и особенности процесса институциональных преобразований;
- в-третьих, охарактеризовать сравнительные макроэкономические параметры уровня конкурентоспособности экономики Узбекистана. При этом критерий сравнительной сопоставимости уровня конкурентоспособности рассматривается с учетом стимулирования инвестиционной активности;
- в-четвертых, исследовать модель экспортноориентированного развития экономики в контексте концептуальных проблем либерализации экономики;
- в-пятых, исследовать процессы экспорта рабочей силы и его влияние на качественные

показатели в контексте повышения конкурентоспособности экономически активного населения;

- в-шестых, определить приоритетные направления повышения уровня конкурентоспособности экономики Узбекистана, прежде всего, в рамках структурной и инфраструктурной модернизации, усиления региональных экономических связей;

- в-седьмых, обосновать комплекс мер государственного регулирования механизмов конкурентоспособности национальной экономики, включающей систему стимулирования и диверсификации конкурентоспособного производства, совершенствование управления.

Дальнейшее развитие внешнеэкономической деятельности в Узбекистане должно, конечно, привести не только к совершенствованию структуры экспорта, изменению того положения, когда мы в основном, экспортируем сырье. Главное, что необходимо решать с помощью развития внешнеэкономических связей – это ускорение в стране развития инновационных процессов. Его можно достигнуть не только за счет закупки импортного высокопроизводительного оборудования, лицензий, но, наверное, еще более существенное значение имеет вовлечение отечественных предприятий в конкурентную борьбу на мировом рынке. Отечественные производители должны активно совершенствовать свою продукцию повышать ее конкурентоспособность, что естественно, будет способствовать повышению качества продукции предприятий вообще.

Необходимость диагностики не только мировых товарных рынков, без чего невозможна эффективная коммерческая деятельность предприятия, но и состояние национального товарного рынка и разработки маркетинговой стратегии предприятия продиктована важностью решаемых задач: постоянным учетом факторов неопределенности внешней среды; переоценкой приоритетов проблем в зависимости от изменений внешних условий; комплексным анализом исходной экономической ситуации; ориентацией на повышение эффективности деятельности предприятия; учета деятельности конкурирующих предприятий; разработкой и внедрением в практическую деятельность маркетинговой стратегии предприятия.

Изучение рынка позволит текстильным предприятиям установить и довести до каждого инженера, конструктора и производственника, каким клиент хочет видеть данный продукт, какую цену он готов платить, где и когда этот продукт требуется. Одним словом, маркетинг должен оказывать воздействие на проектирование, планирование ассортиментной

Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971
ISI (Dubai, UAE) = 0.829
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 8.716
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

политики, экономического анализ, равно как и на распределение и сбыт. Вместе с тем использование концепции маркетинга в отрасли текстильной промышленности означает, что хозяйственная деятельность должна ставить перед собой такие задачи и проводить такую политику, которые, прежде всего, соответствовали бы потребностям покупателя, а потом уже исходили из имеющихся ресурсов и возможностей.

Анализ текущих результатов хозяйственной деятельности предприятия предполагает выяснение его экономического потенциала, общих результатов хозяйственной деятельности, финансового положения, эффективности производственно-хозяйственной и внешнеэкономической деятельности за соответствующий период. Анализируются такие показатели, как активы, основной капитал, качество и стоимость произведенной продукции, количество и размещение производственных и сбытовых подразделений предприятия и другие показатели, характеризующие экономический потенциал предприятия.

В анализе хозяйственной деятельности важны разделы, характеризующие изменение показателей общих расходов с разбивкой по статьям, показателей поступления средств, показателей использования средств. Приоритетное значение имеет анализ показателей эффективности деятельности предприятия: прибыли, фондоотдачи, оборачиваемости оборотных средств, производительности труда. Глубокий и тщательный анализ производственно-хозяйственной деятельности, в том числе внешнеэкономической деятельности - необходимая база принятия эффективных управленческих решений.

Оценка конкурентоспособности товара, планируемого к экспорту, включает следующие этапы: анализ рынка и выбор наиболее соответствующего образца товара в качестве базы для сравнения. В качестве образца товара берется, как правило, товар, имеющийся на рынке и пользующийся спросом у покупателя; определение набора сравниваемых параметров; расчет интегрального показателя конкурентоспособности товара. При определении набора сравнительных параметров, исходят из того, что часть параметров характеризует потребительские свойства товара, а другая часть - его экономические свойства. К основным свойствам относятся, прежде всего, показатели, описывающие основные функции товара. При этом важно учитывать требования стандартов, законодательных актов, нормативов и т.д., которые предъявляют конкретные требования к товарам на том или ином рынке.

В многочисленных исследованиях национальных и международных экспертов

указывается на недостаточное качество местной продукции и нехватку современного оборудования у предприятий. При этом особенно рекомендуется проведение инвестиционных мероприятий по их техническому переоснащению, которые в большинстве случаев невозможны без валютных кредитов. Однако предприятия, берущие зарубежные кредиты, сталкиваются с рядом проблем:

- высокими требованиями банков и финансовых организаций к размеру собственного капитала;

- с необходимости предоставлять гарантий, которые нередко должны составлять более 100% кредитных ресурсов.

Подобные условия для частных предприятий, не получающих поддержку из государственного бюджета, в большинстве случаев нерéalны.

Но, несмотря на это, возможность выйти на мировой рынок и занять место среди экспортеров высококачественной продукции, у Узбекистана есть. Это будет достигнуто в том случае, если в данную область будут привлекаться достаточное количество инвестиций, будут перевооружены несколько десятков действующих текстильных предприятий, завершится строительство уже начатых. В ближайшие 5 лет, в Узбекистане будет достигнут такой уровень мощности текстильных предприятий, при котором 70% производимого хлопкового волокна станет перерабатываться внутри страны.

Конечно, все эти задачи сложные, так как более активное вовлечение предприятий во внешнеэкономическую деятельность требует решение и многих других вопросов. В ходе анализа были выделены несколько из них, это:

- вопросы кадрового обеспечения промышленных предприятий, обеспечение их специалистами в области внешнеэкономической деятельности;

- обеспечение предприятий необходимой информацией;

- комплексное изучение состояния рынка и перспектив его дальнейшего развития;

- существующего и потенциального спроса покупателей на товары и услуги;

- организация научно-исследовательской, опытно-конструкторской и производственной деятельности по выпуску и совершенствованию товаров, удовлетворяющих запросы потребителей,

- обеспечение высокой конкурентоспособности продукции, как на внешнем, так и на внутреннем рынках;

- усовершенствование традиционных и поиск новых форм и каналов сбыта и реализации продукции.

Таким образом, стабильно положительная динамика основных макроэкономических

Impact Factor:

| | | |
|--|--------------------------------------|------------------------------------|
| ISRA (India) = 4.971 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | ПИИЦ (Russia) = 0.126 | PIF (India) = 1.940 |
| GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |

параметров, характеризующих внешний сектор экономики в частности, отмечается уже на протяжении целого ряда лет, что должно подтвердить мысль о том, что текстильные предприятия Республики Узбекистан решая

перечисленные проблемы, а к этому есть все предпосылки, смогут в ближайшем будущем занять соответствующий сегмент как на внешнем, так и на внутреннем рынке.

References:

1. Kalinovskaja, M.A. (1998). *Konkurentosposobnost' promyshlennoj produkcii*. (p.218). Moscow: Vremja.
2. Beljaevskij, I.K. (2001). *Marketingovoe issledovanie: informacija, analiz, prognoz: Uchebnoe posobie*. (p.320). Moscow: Finansy i statistika.
3. Berezin, I.S. (2003). *Marketing i issledovanie rynka*. (p.416). Moscow: Russkaja Delovaja Literatura.
4. (2003). *Innovacija i konkurentnaja strategija korporacij*. Nauchno-analiticheskij obzor. Moscow: INION.
5. (n.d.). Retrieved from www.marketingmix.com.ua
6. (n.d.). Pravitel'stvennyj portal Respubliki Uzbekistan. Retrieved from www.gov.uz
7. Farhodzhonova, N.F. (2016). *Problemy primeneniya innovacionnyh tehnologij v obrazovatel'nom processe na mezhdunarodnom urovne*. In *Innovacionnye tendencii, social'no-jeconomichekie i pravovye problemy vzaimodejstvija v mezhdunarodnom prostranstve* (pp. 58-61).
8. Xudoyberdiyeva, D.A. (2019). Management of the services sector and its classification. *Theoretical & Applied Science*, (10), 656-658.
9. Farxodjonova, N. (2019). Features of modernization and integration of national culture. *Scientific Bulletin of Namangan State University*, T. 1, №. 2, pp. 167-172.
10. Farhodjonovna, F.N. (2017). Spiritual education of young in the context of globalization. *Mir nauki i obrazovaniya*, №. 1 (9).
11. Ergashev, I., & Farxodjonova, N. (2020). Integration of national culture in the process of globalization. *Journal of Critical Reviews*, T. 7, №. 2, pp. 477-479.

| | | | |
|-----------------------|---------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Impact Factor: | ISRA (India) = 4.971 | SIS (USA) = 0.912 | ICV (Poland) = 6.630 |
| | ISI (Dubai, UAE) = 0.829 | PIHHI (Russia) = 0.126 | PIF (India) = 1.940 |
| | GIF (Australia) = 0.564 | ESJI (KZ) = 8.716 | IBI (India) = 4.260 |
| | JIF = 1.500 | SJIF (Morocco) = 5.667 | OAJI (USA) = 0.350 |
| | | | |
