

хусусийлаштириш, бунда биринчи босқичда уларни институционал ўзгартиришни (фаолиятини трансформация қилиш), иккинчи босқичда эса давлат акциялари пакетини сотиш белгиланди. Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги ҳузурида Давлат улушига эга тижорат банкларини трансформация қилиш ва хусусийлаштириш бўйича лойиҳа офиси ташкил этилди ҳамда унга қўйидаги ҳуқуқлар берилди:

- тижорат банкларини трансформация қилиш ва хусусийлаштириш жараёнларига маслаҳатчи сифатида халқаро консультантларни жалб қилиш;
- тижорат банкларини трансформация қилиш ва хусусийлаштириш масалаларида халқаро молия институтлари ва салоҳиятли хорижий инвесторлар билан музокаралар олиб бориш ва битимлар тузиш.

Давлат активлари ва корхоналарининг катта қисмини хусусийлаштириш, қолганларини трансформациялаш, уларда замонавий корпоратив бошқарув ҳамда комплаенс назорат тизимларини жорий этишга қаратилган бу чора– тадбирлар истиқболда уларнинг самарадорлигини ошириш ва бозор тамойилларини жорий этишга кенг имкон яратади.

Адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. 20.12.2022 й. <https://president.uz/uz/lists/view/4056>

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 11 октябрдаги ПФ–5552– сонли “Давлат мулки объектларини ва ер участкаларига бўлган ҳуқуқларни тадбиркорлик субъектларига сотиш тартибини соддалаштириш бўйича қўшимча чора–тадбирлар тўғрисида”ги фармони. www.lex.uz

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 14 январдаги ПФ–5630– сонли “Давлат активларини бошқариш, монополияга қарши курашишни тартибга солиш тизимини ва капитал бозорини тубдан такомиллаштириш чора–тадбирлари тўғрисида”ги Фармони. www.lex.uz

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 12 майдаги ПФ–5992– сонли “2020– 2025 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикасининг банк тизимини ислоҳ қилиш стратегияси тўғрисида”ги фармони. www.lex.uz

5. <https://davaktiv.uz/uz/menu/davlat-aktivlarini-isobini-juritish-jnalishi-va-natizhalar>

**Ярашова Васи́ла Камаловна,
DSc, доцент кафедры «Экономика отраслей» ТГЭУ
Жуманазаров Каландарбек Мансур ўғли,
магистрант 2– курса МЕКР– 21
факультета «Экономика», ТГЭУ**

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА

Аннотация: Научная статья посвящается исследованию экспорта автомобильной продукции с учетом влияния на внутренний рынок. На основе анализа

статистических данных, а также экономических показателей рассматриваются возможные перспективы дальнейшего развития узбекского автопрома.

Ключевые слова: автомобильная промышленность, усовершенствование моделей, масштабное производство, экспортный потенциал, конкурентоспособность, внешний рынок, локализация, снижение импорта, современная технология.

На сегодняшний день автомобильная промышленность имеет значительную роль в развитии экономики Узбекистана, в том числе в экспортных продажах.

Автомобильная промышленность Узбекистана занимает 33-ое место по производству автомобилей среди стран, производящих автотранспортные средства. История становления автопромышленности начала свой отсчет в 1992 году по инициативе первого президента государства Ислама Каримова, когда было осуществлено строительство первого автомобильного завода в Узбекистане совместно с Южной Кореей. В настоящее время завод уже выпускает несколько усовершенствованных моделей, которые отвечают мировым стандартам.

В нашей стране проводится масштабная работа по производству и экспорту автомобилей. В этой отрасли, в частности, занято более 27 тысяч чел., в смежных отраслях – 200 тысяч чел., что говорит о том, что за счет мультипликативного эффекта 1 рабочее место в автомобильной отрасли создает 7 рабочих мест в смежных отраслях. Ежегодно в среднем производится более 250 тыс. легковых автомобилей, но в последнее время наблюдается рост производства производимой отраслью продукции.

АО «Узавтосаноат» в первую очередь приняло решение в 2019 году расширить производство для развития экспортного потенциала, вследствие этого, дальше будет осуществлять свою деятельность, развивая новые экспортные рынки. В настоящее время объем экспорта увеличивается за счет потребности внешнего рынка. В основном легковые автомобили Равон (Ravon) и Шевроле (Chevrolet) производства АО «Узавтосаноат» экспортируются в страны СНГ, такие как Россия, Украина, Казахстан, а также планируются поставки в Беларусь, Афганистан и Таджикистан. Внутренний автомобильный рынок тоже еще не насыщен, продажи продолжают расти, однако компании нужно больше ориентироваться на экспорт. Также надо учитывать внешних конкурентов, которые способствуют снижению продаж наших отечественных автомобилей. Основными конкурентами для Равон (Ravon) являются такие автоконцерны производители как Kia и Hyundai. Также можно сопоставить в этой ценовой категории модели автоконцернов такие как Volkswagen: Skoda Rapid и Volkswagen Polo.

Таблица 1.

Динамика выпуска самых популярных автомобилей в Узбекистане за 2022 г.[1]

Модель	Количество выпущенных машин
Cobalt	69 816
Lacetti – Gentra	64 074
Damas	52 673
Nexia T– 250	17 735
Spark	11 119

В общем для любой компании одной из важнейших концепций является расширение объемов производства, чтобы добиться эффекта конкурентоспособности.

Как видно из рис.1, количественное соотношение производимых машин в последние три года. Производство автотранспортных средств за три года выросло значительно, параллельно экспорт тоже. За прошлый 2022 год объем производства машин составил 236 тыс. – это то количество, которое позволит компании улучшить показатели и нарастить уровень локализации, привлекать инвестиционные проекты, расширить производство машин и добиться значительных прибылей.

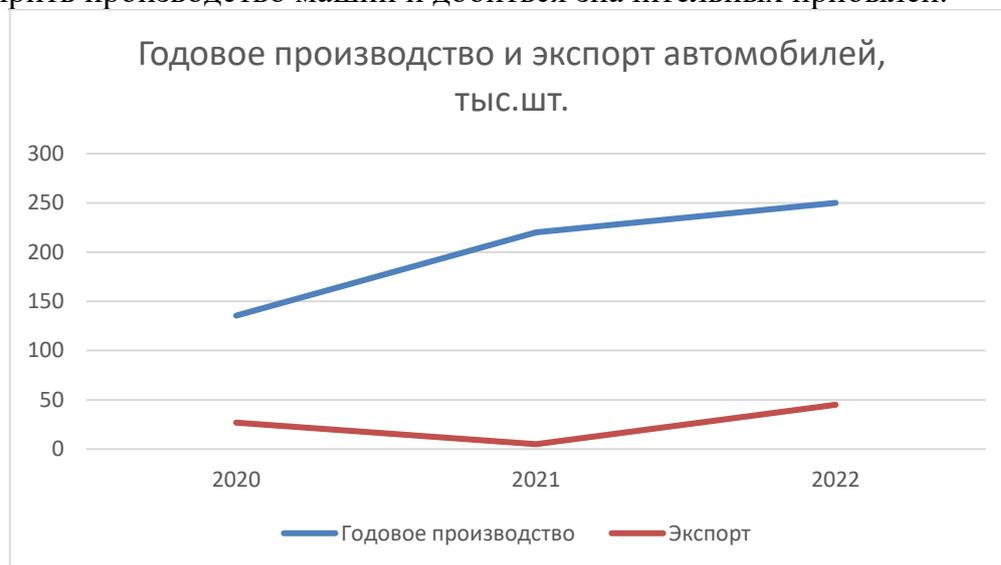


Рис.1. Годовое производство и экспорт автомобилей [1]

В 2022 году АО «Узавтосаноат» планировал довести объем экспорта автомобилей и, в частности, дополнительных автозапчастей до 118.6 млн долларов. В прошлом году этот показатель составлял 25,5 млн долларов.

К 2021 году компания локализовала 100 компонентов, что придало увеличению локализации на 3%. Естественно, это привело к снижению импорта на 14,6 млн долларов. В 2022 году осуществилось локализация более 240 наименований, в результате чего ежегодный импорт сокращен на 17 млн долларов.

**Таблица 2.
Информация об основных показателях деятельности (производства) АК
«Узавтосаноат» [2]**

Показатели	Ед. изм.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022
								(9 мес.)
Количество предприятий в составе	шт.	76	77	73	75	74	72	72
в том числе промышленных предприятий	шт.	35	35	33	31	33	34	34
Объем производства	млрд сумов	4 222	10 792	26 821	33 534	34 052	31 185	33 974
Темп роста	процент	50,8	167,1	172,5	122,0	95,8	89,1	156,8
Основные виды выпускаемой продукции								
Машины	тыс. шт.	88,2	140,2	220,7	271,1	280,1	235,8	230,3
Автобусы	шт.	908	1 057	949	1 534	642	1 002	851

Грузовые автомобили	тыс. шт.	3,5	3,7	4.2	5.3	4.2	4,5	3.1
Блоки питания	тыс. шт.	44.1	91,6	158,8	200,6	222,4	160,4	168,0
Объем потребительских товаров	млрд сумов	2 389	6 686	18 442	24 251	23 286	20 440	23 075
Темп роста	процент	46,4	156,4	191,1	131,5	96,0	85,9	167,0

Так же в дальнейшем компания планирует расширять строительство новых автомобильных заводов, создавать новые рабочие места, оптимизировать их работу и модифицировать сервисное обслуживание.



Рис.2. Годовое экспортирование легковых автомобилей АО «Узавтосаноат» [1]

АО «Узавтосаноат» также планирует достичь в текущем году общего объема экспорта до \$150 млн. Поставки будут осуществляться на традиционные рынки страны СНГ. А также в эту сумму входит и экспорт большегрузной техники. Но, отыскивая новейшие рынки, увеличивая экспорт, мы можем расширить свой рынок. Один из ключевых прорывов в развитии автопромышленности это быть конкурентоспособным. С помощью конкурентоспособности мы можем улучшить качество, цену, обслуживание, маркетинг, исследование и развитие. Необходимо ввести изменения в уровне качества отечественной продукции автомобилестроения, предоставить возможность участия иностранных специалистов, внедрить современные технологии такие как «ноу хау» (know how), развивать работу R&D центров, системы организации работ и производства. Надо реализовать акции UzAuto иностранным инвесторам. Это запланировано постановлением президента от 18 июля 2019 года № ПП – 4397, которым были утверждены дополнительные меры по ускоренному развитию автомобильной промышленности Узбекистана [3].

Список литературы:

1. https://uzavtosanoat.uz/ru/page/statistical_information_and_analysis
2. https://uzavtosanoat.uz/ru/page/key_indicators
3. ПОСТАНОВЛЕНИЕ ПРЕЗИДЕНТА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН №ПП – 4397 18.07.2019
4. <https://uznews.uz/ru/article/13733>

5. <https://www.autostrada.uz/svoj-ogorod/>
6. <https://avtobor.uz/ru/blog/export>
7. <https://uz.sputniknews.ru/economy/20190530/11643448/GM-Uzbekistan-vozobnovila-eksport-avtomobiley-v-Azerbaydzh.html>
8. <https://www.spot.uz/ru/2019/06/10/export/>

**Qodirov Obidjon Olim o‘gli,
“Iqtisodiyot” fakulteti, 2– bosqich,
MEKP– 01 guruhi magistranti**

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASINING “REKLAMA TO‘G‘RISIDA”GI QONUNI ASOSIY XUSUSIYATLARI

***Annotatsiya:** Tezida O‘zbekiston Respublikasining reklama qonuni to‘g‘risida. Qonuning asosiy xususiyatlari, mazmun mohiyati. Reklama tayyorlash, joylashtirish va tarqatish sohasidagi munosabatlarini tartibga solish yo‘nalishlari ochib berilgan.*

***Kalit so‘zalar:** Reklama xizmatlari va turlari, reklamani qo‘llanilish usullari, ishontiruvchi reklama, eslatuvchi reklama, nomaqbul reklama, Rag‘batlantiruvchi aktsiya, Tavakkalchilikka asoslangan reklama.*

Reklama tovarlarning sifati, ularni sotib olishdan ko‘riladigan naf haqidagi axborot; bevosita yoki bilvosita foyda (daromad) olish maqsadida yuridik va jismoniy shaxslar yoki mahsulot to‘g‘risida tarqatiladigan maxsus axborot. Reklama marketingni tarkibiy qismi hisoblanib, talab va iste‘molchilar didining shakllanishiga ta‘sir ko‘rsatadi.

Reklama bir necha vazifani bajaradi: 1) tovarlar va xizmatlar iste‘molchilarini xabardor qilish, ma‘lumot berish vazifasi – reklama e‘lonlarida tovar va xizmatlarning sifati, ishonchliligi, ularni qo‘llash sohalari, ishlab chiqaruvchilari va sotib olish yo‘llari haqida ma‘lumot beriladi; 2) ishontiruvchi reklama – mavjud tovarga iste‘molchi va haridorlarning moyilligini oshirishga xizmat qiladi; 3) eslatuvchi reklama – mavjud, ammo bir qadar unutilgan talabni, haridorlarning o‘zlari uchun ma‘lum bo‘lgan tovarlarga munosabatni kengaytirishda muhim o‘rinda turadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida Reklama tadbirkorlikning alohida bir tarmog‘iga aylanib kelmoqda reklama maxsus qoidalar va qonunlarga muvofiq tashkil etiladi.

Qonuniylik, aniqlilik, ishonchlilik, reklamadan foydalanuvchiga zarar, shuningdek, ma‘naviy zarar yetkazmaydigan shakllar va vositalardan foydalanish Reklamaga doir asosiy talablardir.

Qonunning amal qilish sohalari va natijalari. (O‘RQ– 776– son)

Qonunning amal qilishi reklama tayyorlangan joydan qat‘iy nazar, agar maskur reklama O‘zbekiston Respublikasi hududida foydalanish va tarqatishga qaratilgan bo‘lsa, Reklamani aylanishi sohasidagi barcha munosabatlarga nisbatan tatbiq etiladi.

Qonun tatbiq etilmaydigan sohalari aniq belgilab berilgan.

Qonun saylovoldi tashviqoti materiallariga, yetkazilishi majburiy bo‘lgan axborotga va maqsadi tovarni bozorda ilgari surish bo‘lmagan sinov natijalariga nisbatan **tatbiq etilmaydi.**

Qonun normalarini qo‘llashda noaniqliklarga olib kelgan ayrim tushunchalar tuzatilib, yangi tushunchalar bilan to‘ldirilgan. Nomaqbul reklamaga (noto‘g‘ri, axloqsiz, yashirin, Qonun talablariga mos kelmaydigan boshqa reklama) yo‘l qo‘yilmaydi. Rag‘batlantiruvchi