

2. Bandyopadhyay S., Martell M. Does attitudinal loyalty influence behavioral loyalty? A theoretical and empirical study // Journal of Retailing and Consumer Services. 2007. Vol. 14. N 1. P. 35–44.
3. Hur, Won-Moo; Ahn, Kwang-Ho; Kim, Minsung (2011-08-02). "Building brand loyalty through managing brand community commitment". Management Decision. 49 (7): 1194–1213. doi:10.1108/00251741111151217. ISSN 0025-1747
4. Fournier, S., & Yao, J. L. (1997). Reviving brand loyalty: A reconceptualization within the framework of consumer-brand relationships. international Journal of Research in Marketing, 14(5), 451-472.
5. Baldinger, A. L., & Rubinson, J. (1996). Brand loyalty: the link between attitude and behavior. Journal of advertising research, 36(6), 22-35.
6. Oladele, P.O., Akeke, N.I. (2012), Effect of customer satisfaction on customer loyalty among selected bank customers in Ado-Ekiti metropolis, Nigeria. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 3(11), 228-236.
7. Giddens, N., Hofmann, A. (2010). Brand Loyalty. Washington: Ag Decision Maker. p1-2.
8. Andreassen, T.W., Lindestad, B. (1998), Customer loyalty and complex services: The impact of corporate image on quality, customer satisfaction and loyalty for customers with varying degrees of service expertise. International Journal of Service Industry Management, 9(1), 7-23.
9. С.Эшматов. Маҳаллий брендни шакллантиришнинг маркетинг стратегияси (сун ва сун маҳсулотлари мисолида). 08.00.11-Маркетинг. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (Phd) диссертацияси. ТДИУ. 2020 йил. 78-бем.
10. Aaker, D. (2003). The power of branded differentiator. MIT Sloan Management Review, 45(1), 83-87.
11. Хавола: https://scholar.google.com/scholar?hl=ru&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2016&as_yhi=2020&q=factor+brand+loyalty+management&btnG=

РАЗВИТИЕ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЗА РУБЕЖОМ, В РОССИИ, В УЗБЕКИСТАНЕ

**Касимова Фатима Тулқуновна -
доцент(PhD) кафедры Экономика
промышленности и менеджмент. ТХТИ**

Аннотация. Мақола озиқ-овқат саноати (қандолат саноати) ривожлантириш масалалари билан шуғулланади. Ўзбекистон Республикасида озиқ-овқат саноатини ривожлантириш концепциясини ишлаб чиқиш зарурлиги оқланди.

Калит сўзлар: қандолат саноати ривожланиши, тушунчаси, пандемия, ривожланиш прогнози.

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы развития пищевой промышленности (кондитерской отрасли). Обоснована необходимость разработки концепции развития пищевой промышленности в Республике Узбекистан.

Ключевые слова: развитие кондитерской отрасли, концепция, пандемия, прогноз развития.

Annotation. The article deals with the development of the food industry (confectionery industry). The necessity of developing a concept for the development of the food industry in the Republic of Uzbekistan is justified.

Keywords: confectionery industry development, concept, pandemic, development forecast.

Тенденции развития кондитерской промышленности в Узбекистане. Кондитерские изделия не являются товарами первой необходимости, однако кондитерские изделия являются неотъемлемой частью гостеприимства граждан Узбекистана. Различные торжества не обходятся без многообразия вкусных сладостей, конфет.

Министерством экономики и промышленности Республики Узбекистан 26 июня 2019 года выдвинуто на обсуждение постановление президента Республики Узбекистан «Концепция развития пищевой промышленности до 2025 года», где раскрыто текущее состояние отрасли[1]. Согласно отчету, кондитерская промышленность полностью покрывает потребности местного населения и рынок находится в стадии пресыщения. Среди стран мира по объему экспорта сушеного

абрикоса и винограда Узбекистан занимает третье место, чернослива – на четвертом. По производству и экспорту концентрированных натуральных соков Узбекистан занимает первое место в Средней Азии. Благоприятный климат способствует развитию кондитерской промышленности в республике Узбекистан.

Из-за отсутствия многопрофильной испытательной лаборатории в Узбекистане качество продукции в данный момент не соответствует мировым стандартам, что ослабляет позиции отечественных производителей кондитерских изделий и приводит к снижению конкурентоспособности.

Целью данной концепции является дальнейшее развитие кондитерской промышленности, выход на рынки СНГ и Европейского союза. Для этих целей Концепция предусматривает повышение доли отечественно-

го производства кондитерских изделий до 90% [2].

Концепция предусматривает следующие мероприятия:

- техническое перевооружение кондитерской отрасли;
- создание логистических центров в плодоовощных регионах;
- увеличение доли иностранных инвестиций;
- установление ответственности за нарушение технических регламентов;
- активизация сотрудничества отечественных производителей с мировыми брендами;
- создание пищевой многопрофильной лаборатории в региональных центрах;
- регулярные контрольные закупки для отслеживания качества продукции;
- увеличение доли органической продукции, соответствующей мировым сертификатам безопасности;
- выведение на мировой уровень научной базы специализированных институтов и лабораторий пищевой отрасли, а также системы подготовки высококвалифицированных специалистов.

Учитывая особенности сырьевой базы в г. Ташкенте до 2025 года, планируется расширять производство какао-бобов.

Кондитерский рынок – один из самых привлекательных и динамично развивающихся в Узбекистане. Хорошим спросом пользуются продукты отечественных производителей ООО «Zebino on Confectionery Company», ООО «PARVOZ CHOKOLA», ООО «MAVIS GLOBAL», СП ООО «FAYZ DEKOR BIZNES», Группа компаний «Krember», ООО «CRAFERS», СП ООО «CANDYGOLD», ООО «Sabfatek», «Муза».

Узбекистан, согласно докладу глобального банка, HSBC считается одной из самых быстрорастущих экономик и входит в топ-26. Рынок кондитерских изделий в Узбекистане довольно сложен, на это влияет ряд факторов:

- цены на сахар;
- цены на муку;
- цены на масложировую продукцию.

Рост экономики Узбекистана даст рост всему рынку полуфабрикатов. Из-за повышения доходов населения и сокращения количества свободного времени, жители Узбекистана все чаще будут покупать готовые полуфабрикаты, в частности, кондитерские изделия. Таким образом, на ближайшие годы

2020-2022 год ожидается рост кондитерской промышленности по стране. С учетом того, что Узбекистан – богатейшая минерально-сырьевая база, ожидается развитие сельского хозяйства и увеличение плодоовощного урожая.

Пищевая промышленность, в частности, кондитерская промышленность претерпела ряд изменений в период пандемии 2019-2020 годов. В последние 3 года наблюдался рост потребления кондитерских изделий в мире. Так, например, в России, несмотря на существенное сокращение доходов, рост составлял в среднем 2,8 % от года к году. Рост рынка обусловлен несколькими факторами.

Первый – увеличение потребления кондитерских изделий. В среднем один россиянин съедает 25,2 кг сладостей в год, тогда как в 2015 году этот показатель составлял 22,4 кг. В международных масштабах такая цифра не предел, например, ежегодно один житель Великобритании потребляет 27 кг сладостей, а житель Германии — 34 кг.

Наибольший прирост в группе кондитерских изделий в России составили следующие наименования:

- мучные изделия +2,5%;
- весовые конфеты +1,1%;
- батончики, в том числе батончики мюсли +1,5%;
- плиточный шоколад +1,8%.

Второй фактор роста кондитерской промышленности – увеличение экспорта. Кондитерская промышленность – одна из лидеров экспорта в России. В первом полугодии 2019 года поставки кондитерских товаров на экспорт составили 563 млн. долларов, что на 14% выше показателей первого полугодия за 2018 год [3].

Согласно прогнозам экспертов ООО «Риттер Спорт Шоколад», рынок России переживет пандемию с приростом в среднем в 1-2% в 2020-2022 годах в позитивном сценарии, а по негативному сценарию сохранит объемы рынка докризисного периода. Это обусловлено желанием россиян побаловать себя в период ограничений. Предполагается, что импорт кондитерских изделий сократится, в то время как экспорт и производство продукции для внутреннего потребления вырастет. Об этом свидетельствует текущая тенденция на российском рынке (рисунок 1).

Прогнозные значения по кондитерской промышленности представлены на рисунке 2.

САНОАТ ИҚТИСОДИЁТИ

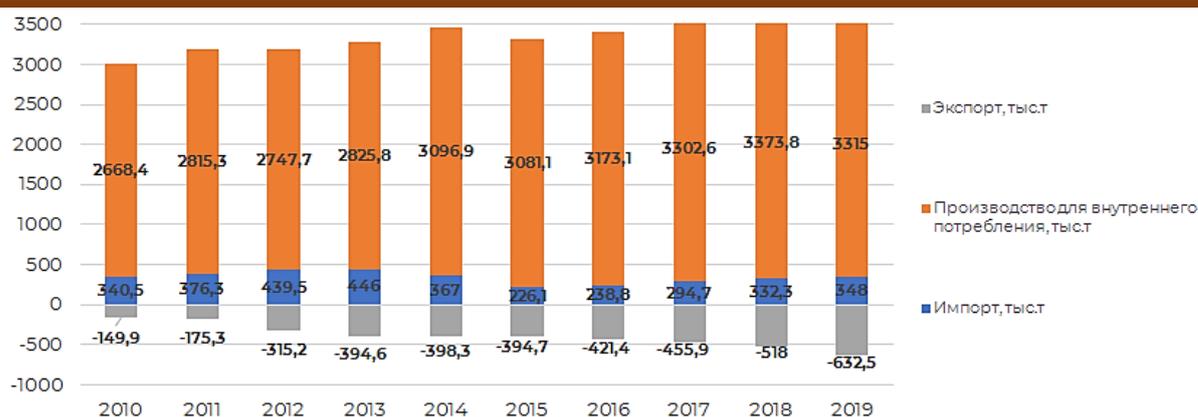


Рисунок 1. Динамика потребления кондитерских изделий за период 2010-2019 гг.

Таким образом, в ближайшие годы не ожидается падения объемов производства и продаж кондитерских изделий.

К 2024 году прогнозируемый объем экспорта кондитерских изделий увеличится до 2,4 млрд долларов. План на текущий год —

1,335 млрд долларов. Основные страны-импортёры российских кондитерских изделий: Казахстан, Китай, Беларусь, Азербайджан, Киргизия; а основные экспортируемые продукты — мучные и шоколадные изделия [7].



Рисунок 2. Прогноз объёма кондитерских изделий в РФ 2020-2022 годы

Пандемия 2020 года в европейских странах стала катализатором процесса трансформации хлебного рынка. Продукция с коротким сроком хранения оказалась в группе риска. В частности, это хлебцы, сухарики, сушки, печенья и другие. В тоже время большое количество кондитерских изделий было приобретено покупателями посредством онлайн-покупок и после выхода из периода самоизоляции до 20% покупателей планирует продолжать покупки кондитерских изделий через интернет. Так, например, возрос спрос на снековую продукцию, срок хранения которой составляет 3-6 месяцев. Особенно, эта тенденция заметна в Финляндии, где среди покупок молодых людей все чаще присутствует зерновые снеки с длительным сроком хранения.

В мировой кондитерской промышленности в 2020 году наметился основной тренд – ориентация на здоровое питание. Так, например, в 2020 году потребители разных

стран выбирали наиболее легкие десерты, производитель все чаще использует натуральные сахарозаменители – кленовый сироп, коричневый сахар и патоку. Во Франции в 2020 году получило распространение следующие группы кондитерских изделий: парфе, суфле, муссы, желе из натуральных соков, пюре из ягод и фруктов – все виды десертов, которые вписываются в понятие «диетические» [4].

В Италии распространение в 2020 году получило традиционное нежирное мороженое джелато, а также панна кота и кассата.

Восточная кухня предлагает более дикие низкокалорийные десерты, такие, например, как жареный арбуз или мороженое из даров моря.

Еще один заметный тренд ориентации на здоровое питание в мировой кондитерской промышленности – сокращение доли сахара в кондитерских изделиях или его замена. По оценке аналитиков, за период 2017-2021 годы

доля кондитерских изделий, не содержащих в составе сахар или содержащих их в минимальном количестве увеличится на 5,38%.

Ориентация на здоровую продукцию может принести ощутимую прибыль для компаний, занимающихся её производством, так как покупатели здоровой продукции готовы переплачивать за качество.

Всемирно известные бренды начали битву за завоевание аудитории, которая трепетно относится к выбору продуктов, и уже оценили перспективность этого направления: Perfetti Van Melle запустили линейку Mentos Stay Free со стевией вместо сахара и Fruit-tella с пониженным содержанием сахара и без сахара - это привело к росту бренда на 19% до 20 миллионов фунтов стерлингов; Nestle запатентовала технологию, позволяющую сократить количество сахара в продукции, а в дальнейшем и совсем от него отказаться [5].

Российские кондитеры также не отстают от западных производителей, например, компания «Объединенные кондитеры» под маркой «Eco-Botanica» выпустила шоколад без сахара, который содержит в 4 раза меньше углеводов и обогащен витаминами группы В, РР и фолиевой кислотой.

В тоже время российская фабрика «Победа» выпустила шоколад со стевией и инулином вместо сахара, что принесло компании дополнительную прибыль. Компания «Конфаэль» запустила даже новый бренд «Лакомства для здоровья», под которым продает функциональный мармелад, а также конфеты, шоколад и другие сладости, изготовленные с использованием только натуральных ингредиентов, без сахара и вредных для здоровья добавок.

Потребитель в 2020 году особенно внимательно изучал маркировку кондитерских изделий. Согласно опросу Nielsen, современный потребитель отдает предпочтение:

- 45% потребителей выбирают натуральные ингредиенты;
- 44% обращает внимание на отсутствие искусственных красителей;
- 43% обращают внимание на отсутствие ГМО;

- 42% предпочитают отсутствие искусственных ароматизаторов.

Еще один заметный тренд 2020 года – ориентация на органические продукты. Ежегодно количество вегетарианцев в мире увеличивается, что сказывается на кондитерской отрасли. Потребители предпочитают выбирать продукцию растительного органического происхождения.

Многие транснациональные компании стали уделять значительное внимание экологичности производства и упаковки товара. Так, например, компания Nestle разрабатывает новые схемы производства, которые могли бы отличаться водо- и энергосбережением. Компания Ferrero использует наиболее природосберегающие технологии. Компания «Объединенные кондитеры» получили сертификат соответствия SA 8000. Но в действительности на данный момент не многие компании используют экологичную упаковку. Однако, намечается сокращение упаковки в некоторых видах производства для поддержания системы экологии [8].

Не менее важным является качество производимой продукции. Наиболее обсуждаемым опасным составляющим большинства кондитерских изделий является глицидол. Глицидоловые эфиры по результатам исследования Европейского агентства по безопасности продуктов питания, было выявлено, что глицидол провоцирует агрессивные формы рака при попадании в пищевод, что опасно для взрослых людей, а тем более для детей.

Таким образом, 6 августа 2019 года было принято решение о сокращении глицидола до 1мг/кг. В России данный момент идет ожесточенная борьба за сокращение глицидола в пищевой промышленности, в частности, в кондитерской.

Таким образом, научная новизна данной работы состоит в исследовании намечающихся трендов в кондитерской отрасли. Самыми заметными из которых является ориентация на здоровый образ жизни, ориентация на экологичность, отказ от сахара, искусственных добавок, пальмовых масел, ориентация на органические продукты.

Источник и список использованных литературы:

1. Постановление Президента Республики Узбекистан «Концепция развития пищевой промышленности до 2025 года» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://regulation.gov.uz/uz/document/4084> (дата обращения: 02.05.2020).
2. Постановление Президента Республики Узбекистан «Об утверждении Национальной программы по совершенствованию эндокринологической помощи населению Республики Узбекистан на 2019–2021 годы» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://regulation.gov.uz/ru/document/2361> (дата обращения: 12.05.2020).

3. Джахангирова Гулноза Зинатуллаевна, Максудова Гулчехра Азадовна, Пулатова Назолат Эркиновна Современное состояние производства кондитерских изделий в Узбекистане и исследования перспектив // *Universum: технические науки*. 2020. №6-2 (75). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-proizvodstva-konditerskih-izdeliy-v-uzbekistane-i-issledovaniya-perspektiv> (дата обращения: 16.12.2020).

4. Обзор рынка кондитерских изделий – [Электронный ресурс] – 2020 - Режим доступа: <https://www.altinvest.ru/lib/obzor-rynka-konditerskix-izdelij/> (Дата обращения 15.12.2020)

5. Тренды кондитерских изделий в кондитерском искусстве – [Электронный ресурс] – 2020 - Режим доступа: <https://bakery.news/2020/06/trendy-2020-v-konditerskom-iskusstve/> (Дата обращения 16.12.2020)

6. Анализ рынка кондитерских изделий – [Электронный ресурс] – 2020 - Режим доступа: <https://www.megaresearch.ru/news/in/analiz-rynka-konditerskih-izdeliy-budet-li-rasti-potreblenie-v-usloviyah-samoizolyacii-naseleniya-1532> (Дата обращения 16.12.2020)

7. Сфера о кондитерских изделиях – [Электронный ресурс] – 2020 - Режим доступа: https://sfera.fm/uploads/view/konditer_3_84_2020/35/#zoom=z (Дата обращения)

8. Сайт Ресторанов – [Электронный ресурс] – 2020 - Режим доступа: <https://restoranoff.ru/news/newsfeed/konditerskaya-ekspertiza/> (Дата обращения 04.01.2020)

**Муратова Шоҳиста Ниматуллаевна -
Ўзбекистон Республикаси Давлат божхона қўмитасининг
Божхона институти доценти, и.ф.ф.д.(PhD)**

САНОАТ ТАРМОҚЛАРИ МАҲСУЛОТЛАРИНИНГ ИҚТИСОДИЙ-ЭКОЛОГИК ҲАВФСИЗЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШГА УСЛУБИЙ ЁНДАШУВЛАР

Аннотация: Мақолада саноат тармоқлари маҳсулотларининг иқтисодий-экологик ҳавфсизлигини таъминлаш масалалари талқин этилган бўлиб, “иқтисодий-экологик ишлаб чиқариш функцияси” тузилмаси таклиф этилган.

Калит сўзлар: экологик ривожланиш модели, экологик иқтисодиёт, иқтисодий-экологик ишлаб чиқариш функцияси.

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы обеспечения экономико-экологической безопасности продукции промышленных отраслей и предложено построение “экономико-экологических производственных функций”.

Ключевые слова: модель экологического развития, экологическая экономика, экономико-экологическая производственная функция.

Abstract: The article deals with the issues of ensuring the economic and environmental safety of industrial products and suggests the construction of “economic and environmental production functions”.

Keywords: model of ecological development, ecological economy, economic and ecological production function.

Кириш. Жадаллашаётган саноатлаштириш ва аҳоли сонининг ортиши иқтисодиётнинг ресурсларга бўлган эҳтиёжини сезиларли даражада оширмақда, шунингдек, атроф-муҳитга салбий антропоген таъсирни кучайтириб, иссиқхона газлари ажратмаларининг ортишига олиб келмоқда. Иқтисодиёт энергия самарадорлигининг паст даражаси, табиий ресурслардан ноқиллона фойдаланиш, технологиялар янгиланишининг сустлиги, «яшил иқтисодиёт»ни ривожлантириш учун инновацион ечимларни жорий этишда кичик бизнес иштирокининг етарли эмаслиги мамлакатни барқарор ривожлантириш соҳасидаги устувор миллий мақсадлар ва вазифаларга эришишга тўсқинлик қилмоқда. Бунда узоқ муддатли истиқболда «яшил» иқтисодиётга ўтиш ресурслардан оқиллона фойдаланиш, барқарор истеъмол ва ишлаб чиқариш; иқтисодий ҳисоб тизимига экологик ва ижтимоий

мезонларни киритиш тамойилларига асосланиши керак [1].

Ҳар қандай давлатнинг ўз олдида қўйган асосий мақсадларидан бири – мамлакат аҳолиси учун муносиб турмуш даражасини таъминлашдир. Иқтисодиётнинг саноатлашув тенденцияси яққол намоён бўлаётган ушбу шароитда саноат тармоқларининг фаолияти иқтисодиётнинг уйғун ҳолда ривожланиб боришида муҳим аҳамият касб этади [2].

Давлатнинг ижтимоий-иқтисодий харажатларини қоплаш билан бир қаторда, саноат корхоналари меҳнатга лаёқатли аҳолининг иш билан бандлигини ошириши мумкин ва у қўплаб иш ўринлари яратадиган ишлаб чиқаришдир [3].

Бундан ташқари, саноат тармоқлари инвестицион жозибадорликка эга бўлиб, инновацион фаолиятни мотивлаштиради, бу эса саноат тармоғи ривожининг янги истиқболларини очиш имкониятини яратади [4,5]. Тўп-