Холдинговая компания
"Узвинпром-Холдинг"

Утверждено
общим собранием акционеров
АО Самаркандский вин комбинат им Ховренко
25.06. 2016г

БИЗНЕС - ПЛАН
ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

НА 2016 ГОД

АО "Самаркандский винкомбинат имени.Ховренко"

	Размещение акций	
	кол-во	сумма (тыс. сум)
Всего акции	153332	1637585
В том числе:		
Госдоля	109143	1165647
Прочии доля	44189	471938

Одобрен Наблюдательным
советом акционерного общества

Протокол № 11 от "10" июня 2016г

Самарканд - 2016 год

СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС ПЛАНА

1. Цель разработки бизнес- плана (резюме).

2. Информация об общества:
2.1. Реквизиты, статус, структура;
2.2. Положение на рынке, существующие деловые связи и деловая репутация;
2.3. Потенциал существующий и прогнозируемый;
2.4. Экономические и финансовые показатели;

3. Стратегия общества (история и предпосылки создания общества).

4. Информация о производимых и оказаемых услугах общества
Рынок и концепция маркетинга:
4.1. Спрос и предложение;
4.1.1.Структура и характеристика рынка. Характеристика продукции, ее конкурентоспособность на рынке;
4.1.2. Существующий потенциал отрасли, предприятия-конкуренты, оценка перспектив и проблемы развития отрасли, территориальное размещение, качество продукции;
4.1.3. Роль отрасли в национальной экономике, ее приоритеты и цели;
4.1.4. Существующий спрос, основные факторы и показатели, прогнозирующие его рост;
4.2. Концепция маркетинга, прогноз продаж;
4.2.1. Местонахождение рынков, сегментация рынка;
4.2.2. Ожидаемая конкуренция со стороны существующих потенциальных местных и зарубежных производителей;
4.2.3. Программа продаж, организация сбыта;
4.3. Используемые торговые марки и патентная чистота продукции;

5. Материальные ресурсы:
5.1. Классификация сырья, материалов, компонентов;
5.1.1. Наличие сырьевой базы, разведанных запасов сырья;
5.1.2. Требования к качеству сырья и способам его подготовки, соответствие местного сырья требованиям технологий;
5.2. Годовая потребность, наличие и обеспечение материалами и компонентами, их классификация, программа поставок;
5.3. Обеспечение энергоресурсами;

6. Месторасположение общества:
6.1. Характеристика выбранного участка;
6.1.1. Удаленность от рынков сырья и сбыта готовой продукции, транспортные коммуникации;
6.1.2. Оценка производственной и социальной инфраструктуры;
6.1.3. Учет особенностей социально-экономического развития региона, преимущества и ограничения;
6.1.4. Экология, влияние на окружающую среду (общая информация);

7. Проектирование и технология:
7.1. Производственная мощность с освоением по годам;
7.2. Технология и оборудование;
7.21Соответствие продукции международным стандартам. Мероприятия по обеспечению соответствия производимой продукции требованиям ИСО серии 9000 и затраты на их осуществление;
7.2.2. Модернизация производства, технически и технлогические пересоружения;
7.2.3 План-мероприятия по снижению себестомости выпускамой продукции.

8. Организация производства и накладные расходы:
8.1. Организационная структура предприятия;
8.2. Накладные расходы (общезаводские, административные);

9. Трудовые ресурсы:
9.1. Потребность и наличие трудовых ресурсов;
9.2. Требования к кадрам, необходимость и организация их обучения;
9.3. Штатное расписание и расходы по заработной плате;

10. Кредитные обязательства общества:
10.1. Информация по использованию кредита и стадия их осуществления;
10.2. Осуществленные работы по использованию кредитов и график погашения заемных средств;
10.3. Информация о планируемых кредитах общества.

11. Финансово-экономическая информация (Приложения к бизнес-плану):
Приложение №1. Организационная структура общества;
Приложение №2. Основные финансово-экономические показатели и темпы роста;
Приложение №3. Перечень инвестиционных проектов, реализуемых в 201б году;
Приложение №4. Адресный список строительств в 201б году;
Приложение №5. Прогнозные параметры производства локализуемой продукции на 201б год;
Приложение №6. Программа новых рабочих мест, создаемых за счет реализации проектов, включенных в Инвестиционную программу, программу локализации, а также развития надомного труда;
Приложение №7. Программа повышения квалификации руководителей и специалистов в 201б году;
Приложение №8. Сводные показатели производства и снижения себестоимости по предприятиям;
Приложение №9. Исполнение программы спонсорской деятельности;
Приложение №10. Смета расходов службы внутреннего аудита;
Приложение №11. План выпуска продукции на 201б год;
Приложение №12. План реализации продукции на 201б год;
Приложение №13. Калькуляция работы, производства и услуг;
Приложение №14. Смета расходов;
Приложение №15. Расшифровка ОС и нематериальных активов;
Приложение №16. График погашения кредитов и займов;
Приложение №17. Расшифровка долгосрочных отсроченных расходов, расшифровка расходов будущих периодов, расшифровка счетов 07, 08, 09;
Приложение №18. Расшифровка счета «Уставный капитал», расшифровка целевых поступлений, расшифровка нераспределенной прибыли;
Приложение №19. Перечень инвестиций в хозяйственных обществах;
Приложение №20. Ожидаемый баланс за 201б г.;
Приложение №21. Ожидаемый отчет о финансовых результатах за 201б г.;
Приложение №22. Ожидаемый отчет о денежных потоках за 201б г.
Приложение №23. Финансовые показатели на 201б год.

Акционерное Общество **"Самаркандский винкомбинат им. Ховренко"**
/наименование предприятия/ **Республика Узбекистан, Самаркандская область** **104100 г. Самарканд , ул. Кошгари, д. 58** **тел: 233-16-11, факс 233-04-31**
/адрес, телефон, факс/ ***Р/с 20208000900216385001 МФО 01030 ИНН 201538312*** ***ОАТБ «Хамкор банк» Самаркандской области***
/реквизиты почтовые и банковские/ ***В/с 20208084040021638500 7 ОАТБ "Хамкор банк" Самаркандской области*** **МФО 01030**
Управление Юстиции Хокимията Самаркандской области **№ 239 от 11 апреля 1995 г.**
/регистрационный номер, дата регистрации в Министерстве юстиции РУз/ **Хокимият города Самарканда регистрация 10576 от 2013 год 22 октябрь Свидетельство № 01271**
/регистрационный номер, дата регистрации в областном хокимияте/ № 791 к - ПО от 29 декабря 1994 г., ордер № 842 от 27 января 1995 г.
/номер приказа, дата регистрации в Госкомимуществе РУз о создании предприятия/ **акционерная**
/форма собственности/ ***Холдинговая компания «Узвинпром-холдинг»***
/вышестоящая организация/

1.Введение.

Цель разработки бизнес-плана.

Целью разработки бизнес-плана является определение основных направлений перспективного развития АО Самвинкомбинат им.Ховренко на период 2016 г., а также выработки стратегии деятельности предприятия на указанный период.

Кроме того, разработанный бизнес-план даст возможность:

1.Руководству общества:

- получить программу будущей деятельности с постановкой цели (в цифрах), разработанной стратегии их достижения и механизма реализации, расчетом необходимых трудовых и материальных ресурсов и обоснованием направлений финансовой политики;
- оценить перспективы развития в существующей «нише» рынка товаров и услуг, в том числе с учетом деятельности конкурентов, прогноза изменений рыночной ситуации, оценкой вероятных рисков и способов их минимизации;
- выявить «слабые места» в организационной структуре и системе управления фирмы и разработать меры по их устранению.

2.Акционерам:

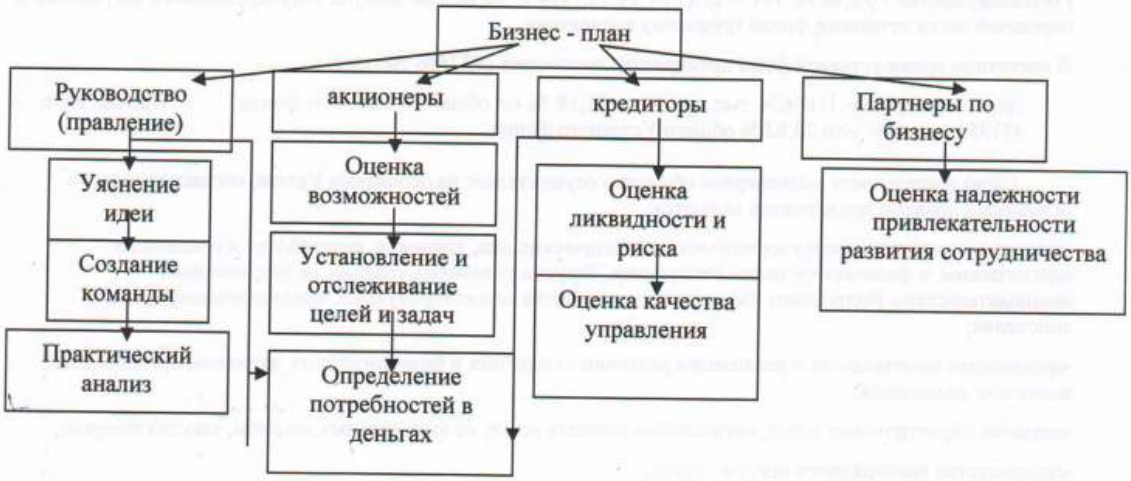
- Иметь объективную информацию о деятельности фирмы, реально оценить итоги и планы развития, а также «узкие места» и меры, принимаемые руководством для их преодоления.

3.Партнерам по бизнесу:

- получить достоверную информацию о деятельности фирмы, как вероятного делового партнера, оценить надежность и привлекательные стороны делового сотрудничества.

4.Предполагаемым инвесторам:

- объективно оценить потенциальные возможности фирмы и в максимально приближенных к бизнес-плану объемах, условиях и в приемлемые сроки решить вопрос о выделении инвестиций.



2.Информация об обществе.

Самаркандский винкомбинат им.Ховренко был образован в 1868 году торговым предпринимателем Д.Л.Филатовым. В городе Самарканде было основано небольшое предприятие по производству вин и коньков, где перерабатывался виноград местных сортов производительностью 10-12 тыс. дал вина в год.

В 1870 году на городском участке впервые на небольшой площади был заложен опытный виноградник, в основном, с местными сортами и небольшим количеством европейских сортов винограда.

1918 году фирма Д.Л.Филатова прекратила свою деятельность, как частное хозяйство. С декабря 1918 году товарищество «Д.Филатов Ко» находилось в ведении Совнархоза.

25 ноября 1919 года была проведена национализация винодельческих предприятий на основании приказа № 21 от 30 апреля 1919 года отдела винодельческой промышленности Совнархоза.

С 1926 г. по 1930 г. проводилась первая реконструкция завода. Для замены ручного труда было закуплено передовое технологическое оборудование для переработки винограда и обработки виноматериалов.

Специалисты завода начали большую работу по выпуску вин новых марок. В этой работе большую помощь заводу оказал крупнейший ученый, винодел ,профессор М.А.Ховренко, работающий в то время главным виноделом треста «Узбеквино», чьё имя имя носит завод в настоящее время. Впервые в виноделии были разработаны технологические схемы по производству новых марочных вин, получивших мировую известность: вина «Гуля Кандоз», «Алеатико», «Мускат Узбекистанский», «Бахор», «Буаки», «Фарход» и др.

С 1946 г. создаются Министерства по отраслям промышленности, и в состав Министерства пищевой промышленности в этот период вошел Самаркандский винзавод.

Вторая большая реконструкция завода была в 1956 году, в этом году был начат монтаж стеклопровода, на территории № 2 пущен в действие артезианский колодец, осуществлена подводка высоковольтной линии, установлены весы г/п 10 тонн.

В 1962 году произведена газификация цеха № 2 и сдан в эксплуатацию вакуум-выпарной аппарат.

С 1966 г. по 1972 год произведена реконструкция цеха по производству вино каменной кислоты, сданы в эксплуатацию две коньячные перегоночные установки.

Выработка вин достигла 90,0 тыс. дал в год, ассортимент расширился до 28 наименований. Коньяка выпускалось ежегодно до 53 тыс. дал четырех наименований и 11 марок ликероводочных изделий.

Завод много раз принимал участие в Международных и Всесоюзных дегустациях по качеству вин (Югославия, Венгрия, Чехословакия, ГДР, Тбилиси, Ялта, Ленинград, Алма-Ата, ВДНХ СССР), по итогам которых вина завода удостоены золотыми, серебряными и бронзовыми медалями.

В акционерное общество винкомбинат им.Ховренко был преобразован согласно Приказа Госкомимущества РУз за № 791 – кПО от 29.12.1994 г. на основе выкупа государственного имущества и передачей части уставного фонда трудовому коллективу.

В настоящее время уставной фонд предприятия составляет 1637586 тыс.сум

Доля государства-.1165634 тыс сум или 71,18 % от общего Уставного фонда Прочие доли - 471952 тыс сум или 28,82 % общего Уставного фонда

Свою деятельность акционерное общество осуществляет на основании Устава, согласно которого основными правами предприятия являются:

-закупка сельхозпродукции у юридических и физических лиц, хранение, переработка и реализация юридическим и физическим лицам Республики. Закупка различных товаров, не запрещенных законодательством Республики Узбекистан, переработка сельхозпродукции, предназначенной для виноделия;

-организация производства и реализации различных спиртных и безалкогольных напитков, производство водки и ее реализация;

-оказание маркетинговых услуг, организация платных услуг, не запрещенных законом, закупка товаров;

-производство виноградного вакуум - сусла;

-производство виноматериалов, коньячного спирта и их переработка для получения готовой продукции-коньяка;

-отправка на экспорт готовой продукции;

-прочая деятельность в соответствии с законодательством Республики Узбекистан.

В настоящее время в состав АО им. Ховренко входят два завода первичного виноделия, три винпункта, 2 цеха розлива, экспедиция, цех коньячного спиртокурения и вакуумоварения, тарный, транспортный, строительный цеха, цех виноматериалов, АХО.

2.1 Организационная структура управления.

Органами управления и контроля АО Самвинкомбинат им.Ховренко являются:

- общее собрание акционеров;
- наблюдательный совет;
- правление;
- ревизионная комиссия.

Собрание акционеров.

Высшим органом управления Обществом является общее собрание акционеров, к исключительной компетенции которого относится: внесение изменений и дополнений в Устав общества, реорганизации и ликвидация общества; определение количественного состава Наблюдательного совета; определение предельного размера объявленных акций; увеличение исполнительного фонда общества; образование исполнительного органа общества; избрание членов ревизионной комиссии; утверждение аудитора общества; утверждение годовых отчетов; бухгалтерских балансов; счета прибылей и убытков; совершение крупных сделок, связанных с приобретением и отчуждением обществом имущества.

Наблюдательный совет.

В период между собраниями акционеров высшим органом управления общества является Наблюдательный совет, который решает вопросы общего руководства деятельностью общества в соответствии с Законом «Об акционерных обществах» принятым 26 апреля 1996 года и Уставом общества, кроме отнесенных к исключительной компетенции собрания акционеров. Члены Наблюдательного совета избираются общим собрание акционеров сроком на 5 лет в составе 7 человек.

Исполнительный орган.

Руководство текущей деятельностью общества осуществляется исполнительным органом – Генеральным директором и коллегиальным исполнительным органом – правлением.

Генеральный директор осуществляет также функции председателя правления, к компетенции которого относятся все вопросы руководства текущей деятельностью общества, за исключением вопросов отнесенных к исполнительной компетенции общего собрания акционеров или Наблюдательного совета.

Ревизионная комиссия.

Для осуществления контроля за финансово-хозяйственной деятельностью общества общим собранием акционеров избирается ревизионная комиссия в составе 3-х человек сроком на 2 года. Компетенция, порядок деятельности общества определяется Положением «О ревизионной комиссии» ,утвержденным общим собранием акционеров.

Правление.

Коллегиальным исполнительным органом общества является правление, действующее на основании «Положения о правлении», утвержденным на общем собрании акционеров. Правление общества подотчетно Наблюдательному совету и общему собранию акционеров и организует выполнение их решений, несут солидарную ответственность за последствия принятых решений.

2.2.Положение на рынке, существующие деловые связи и деловая репутация

АО Самвинкомбинат им. Ховренко занимает достаточно прочное и стабильное положение на рынке алкогольной продукции.

Вырабатываемая предприятием продукция, любима и узнаваема далеко за пределами Узбекистана благодаря своим отличительным признакам и превосходным качествам. Некоторые вина изготавливаются из редких сортов винограда, многие из которых произрастают только в определенных областях Республики.

АО им.Ховренко является одним из старейших предприятий Республики и имеет стабильных клиентов по реализации готовой продукции.

Комбинат был образован еще в X1X веке и уже через 4 года после его образования на мировых конкурсах в Париже и Антверпене, самаркандскому виноградному вину, выработанному из местных сортов винограда, присуждались золотые и серебряные медали.

На сегодняшний день продукции, вырабатываемой АО им.Ховренко на международных конкурсах присуждено 78 медалей разного достоинства, а также 2 Большие золотые медали и 4 Гран –При.

В целях улучшения качества и расширения ассортимента выпускаемой продукции, специалистами предприятия разрабатываются технологические инструкции на новые виды винно-водочных изделий.

Так, уже в 2016 году намечен выпуск нового вида вина виноградного красного и белого сухого «Филатов», коньяк КС «Старый Самарканд», 6 видов настоек горьких. Ведется работа по постоянному обновлению ассортимента водок.

Внедрение на рынок нового ассортимента готовой продукции, а также значительное улучшение качества её внешнего оформления, позволило бы удовлетворить современные требования потребителя как на

внутреннем, так и на внешнем рынке, а также привлечь новых клиентов, импортирующих аналогичную продукцию, по ценам значительно превышающим местные аналоги.

АО им. Ховренко осуществляет многолетнюю эффективную деятельность как на внешнем, так и на внутреннем рынке

2.3. Потенциал существующий и прогнозируемый.

АО им. Ховренко обладает существенным потенциалом для осуществления производственной деятельности на рынке алкогольной продукции.

Предприятие специализируется на выработке виноматериалов, выкурке спирта коньячного и вакуум - сусла, производстве вина сухого, десертного, крепкого, коньяков, ликероводочных изделий. Кроме того, выпускается продукция с длительностью производственного цикла более 2 лет (марочные вина, коньяки).

В настоящее время комбинатом выпускается 11 наименований вина виноградного, 3 вида коньяка и 36 наименований ликероводочных изделий. Специалистами предприятия ведется постоянная работа по расширению ассортимента выпускаемой продукции.

Мощность технологического оборудования согласно лицензионного соглашения по розливу продукции составляет: по вину виноградному-100 тыс.дал; коньяку- 30 тыс.дал и ликероводочным изделиям-610 тыс.дал. Фактически в год предприятие разливает до 110 тыс.дал вина виноградного, 36 тыс.дал коньяка и 470 тыс дал водки и ликероводочных изделий. Кроме того, выработка спирта коньячного за го достигает 15 тыс.дал, вакуум-сусла-3 тыс.дал .

Заготовка и переработка винограда за год составляет 6000 тонн.

Прогнозирование производственной программы на 2016г предполагает поэтапное наращивание темпов роста производства с учетом покупательского спроса на произведенную продукцию, а также наличия сырьевых ресурсов.

2.4 Основные финансово- экономические показатели.

Основными показателями, характеризующими финансово- экономическое состояние предприятия, являются показатели платежеспособности и финансовой устойчивости.

Под платежеспособностью понимается способность предприятия своевременно и в полном объеме произвести расчеты по краткосрочным обязательствам, а именно: расчеты по оплате труда, расчеты с поставщиками за полученные товарно-материальные ценности, с банками по ссудам, платежи в бюджет.

Платежеспособность оценивается с помощью системы показателей. Сущностью такой оценки является сопоставление текущих обязательств и активов, используемых для их погашения.

Коэффициент покрытия или платежеспособности в 2015 году составил 1,1 что ниже норматива.

Таким образом, предприятие считается несостоятельным, так как на 1 сум текущих обязательств предприятия приходится 1,1 сум, вложенных в оборотные активы.

Финансовая устойчивость определяется соотношением собственных и заемных средств и рассчитывается при помощи ряда показателей, основными из которых являются: коэффициент автономии, финансовой устойчивости и финансовой зависимости.

Коэффициент автономии характеризует независимость финансового состояния предприятия от заемных средств, то есть доля собственных средств в общей сумме активов баланса.

Вышеуказанный коэффициент в 2015 году составил 0,21, что ниже рекомендуемого показателя (> 0,5), следовательно, предприятие находится в финансовой зависимости от заемных средств.

Коэффициент финансовой зависимости по предприятию за отчетный период составил – 4,7; при нормативе- 1,7.

Причиной увеличения можно считать заимствование денежных средств .

Анализ экономической состоятельности
АО Самвинкомбинат им.Ховренко

	Наименование показателей	Норматив	годы		
			2013	2014	2015
1	Коэффициент платежеспособности	> 1,25	1,34	1,03	1,1

2	Коэффициент соотношения собственных и заемных средств	> 2	0.7	0,37	0,34
3	Коэффициент финансовой независимости	>0,5	0.39	0,22	0,21
4	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	>0.1	0,25	Не обесп.	Не обесп.
5	Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками	> 0,6	0,24	Не обесп.	Не обесп.
6	Коэффициент рентабельности реализации		0,2	0,2	0,2
7	Коэффициент маневренности собственного капитала	0,5	0,11	0,11	0,24
8	Коэффициент износа основных средств	<0.6	0,54	0,39	0,5
9	Коэффициент автономии	> 0.5	0,21	0,22	0,21
10	Коэффициент маневренности функционального капитала	<0.5	4,2	19,6	9,5
12	Коэффициент финансовой устойчивости	<1.2	0.6	0,27	0,27
13	Коэффициент рентабельности затрат		0,09	0,03	0,05
14	Коэффициент срочной ликвидности	>0.6	0.27	0,3	0,22
15	Коэффицент абсолютной . Ликвидности	>0.2	0.002	0,01	0,004
16	Маневренность. Общего капитала	>0.6	0.75	0,62	0,68
17	Коэффициент рентабельности активов	>0.05	0.136	0,1	0,01
18.	Коэффициент финансовой зависимости	1,7	2,6	4,5	4,7

Выводы:

Анализируя коэффициенты платежеспособности и финансовой устойчивости можно сделать следующие выводы:

- предприятие имеет возможность погасить текущие обязательства из своих быстро-ликвидных активов,
- в составе собственных оборотных средств высока доля омертвленного капитала;
- запасы и затраты предприятия не обеспечены собственными источниками, следовательно предприятие нуждается в кредитовании;
- предприятие находится в финансовой зависимости от заемных средств;
- заемные средства преобладают над собственными.

Согласно данных бухгалтерской отчетности АО им.Ховренко, основные фонды предприятия на 1.01.2016 г. составили 4520165 тыс.сум ,из них :

- здания -1153279 тыс .сум;
-сооружения -109537 тыс .сум;
-машины и оборудование -2956520 тыс .сум;
-транспортные средства -41453 тыс .сум;
-прочие -242322 тыс .сум;

Инвестиции в хозяйственные зависимые общества составили- 57141 тыс. сум, прочие долгосрочные инвестиции- 380627 тыс .сум.

Согласно отчетным данным, оборотные активы составили 11223769 тыс .сум, из которых:

-производственные запасы - 2153886 тыс .сум;
-незавершенное производство - 4215811 тыс.сум;
-готовая продукция - 1759948 тыс.сум;
-товары - 12150 тыс .сум;
-денежные средства - 43507 тыс.сум;
-дебиторская задолженность - 2234632 тыс.сум

Источники собственных средств составили 3479072 тыс .сум и сложились из следующих статей:

-уставной капитал - 1637586 тыс.сум;
-добавленный - 10415 тыс.сум;
-резервный капитал - 724502 тыс.сум;
-нераспределенная прибыль - 681740 тыс.сум;
-целевые поступления и фонды - 420728 тыс.сум;
-резервы предстоящих расходов и платежей - 4101 тыс.сум

Обязательства предприятия составили - 12934639 тыс.сум, из них:

Долгосрочные - 2355250 тыс.сум,
краткосрочные займы - 400000 тыс.сум ;
краткосрочные кредиты - 1583333 тыс.сум

Авансы, полученные от покупателей и заказчиков , составили 248285 тыс. сум. Кредиторская задолженность составила 8390120 тыс .сум.

Анализ финансовой деятельности за 2013-2015г.

млн.сум

	Годы			Откл +;-	
	2013г.	2014г.	2015г.	2014г. от 2013г.	2015г. от 2014г
Выручка от реализации	40100	47604	59879	+7504	+12275
Чистая выручка от реализации	19321	23144	29174	+3823	+6030
В том числе экспорт	431,1	1067	2086	+635,9	+1019
Расходы периода	2771	3200	3493	+429	+293
В т.ч. расходы по реализации .	374	450	527	+76	+77
Администрат. расходы	722	720	624	-2	-95
Проч. операционные расходы.	1673	2030	2341	+357	+311
Доходы от основной деятельности.	276	226	1514	-50	+1288
Расходы по финансовой. деятельности	305	380	783	+75	+403
Налог на прибыль	134	53	130	-81	+77
Чистая прибыль	1023	158,8	602,3	-864,2	+443,5
Активы	8388	13308	16413	+4920	+3105
Кредиты	5125	4095	4538	-1030	+443
Балансовая прибыль	1246	212	733	-1034	+521

3. Стратегия общества.

Стратегия – это образ действия предприятия, направленный на достижение долгосрочных целей с учетом внутренних ресурсов и характеристик окружающей среды. Таким образом, стратегию можно определить , как « конкретизация пути развития предприятия исходя из динамики внешней среды посредством формулирования долгосрочных целей, поиска ресурсов для их достижения и планирования конкретных действий на перспективу.

Для определения стратегии необходимо сначала провести анализ предприятия по отношению к внешней среде, важным инструментом которого служит SWOT-анализ.
SWOT-анализ позволяет уточнить цели и задачи предприятия.

Сильные и слабые стороны предприятия

Область деятельности	Сильные стороны	Слабые стороны
Производство	1.Высокий уровень качества продукции 2. Наличие международной системы менеджемента качества ISO 9001:2008 3. Использование в производстве классической технологии.	
Технология	1.Опытный коллектив технологической службы предприятия 2. Возможности в области расширения Номенклатуры изделий.	1.Нехватка свободных денежных средств на продажу новых видов продукции;
Персонал	1. Устоявшийся Высококвалифицированный коллектив работников 2. Низкая текучесть кадров	1.Прекрашение программы повышения квалификации Работников.
Организация	1. Годами отработанный механизм Управления кадрами; 2. Эффективное распределение должностных обязанностей между руководителями; 3.Эффективность и использование Контроля.	1. Предприятие имеет постоянных клиентов; 2.Неэффективность взаимодействия различных подразделений в процессе достижения целей организации.
Маркетинг	1. Высокая репутация предприятия в Области качественной продукции; 2. Низкая цена по сравнению с конкурентами	1.Низкое завоевывание новых клиентов. 2.Низкое продвижение товаров на рынок; 3. Нехватка рекламы организации;

	3. Высокоразвитая ценовая политика.	4.Отсутствие послепродажного обслуживания.
Финансы	1.Финансовая зависимость от кредиторов, предоставляющих кредит под процент 2. Возможность дифференцированной оптово торговли Через торговые базы. 3. Резкий рост задолженности дебиторов	1.Критическая нехватка собственных оборотных средств; 2.Низкие темпы оборачиваемости активов;

SWOT - матрица

Возможности	сильные стороны
1. способность выхода на новые рынки 2. имеющиеся производственные мощности низким сроком износа выпускаемой продукции	1. Высокий уровень качества 2. Высококвалифицированный персонал с 3. Опыт и навыки, имеющиеся у работников; 4.Хорошая репутация у покупателей о фирме; 5.Умение избежать(хотя бы в некоторой мере)сильного давления со стороны конкурентов; 6.Проверенный менеджмент; 7. Низкая текучесть кадров; 8. Годами отработанный механизм управления кадрами; 9. Эффективность контроля качество Выпускаемой продукции.
Угрозы	Слабые стороны
1.Возрастающее конкурентов давление; 2.Высокие налоговые требования; 3.Медленный рост рынка ; 4.Растущая требовательность у покупателей И поставщиков; 5.Изменение потребностей; 6. Неблагоприятные демографические изменения	1.низкая прибыльность из-за высоких расходов периода ; 2.плохо развитая сбытовая сеть; 3.недостаток денег на финансирование необходимых изменений в стратегии.

АО им.Ховренко является предприятием со стабильным ассортиментом продукции и технологиями, в связи с чем считаем возможным сохранение традиционного принципа стратегического планирования по схеме « от прошлого к будущему», основанном на экстраполяционном методе. Кроме того, вышеуказанный метод приемлем еще и потому, что предприятие находиться на такой стадии жизненного цикла, как стадия «роста» и «насыщения» и хорошо известно на рынке сбыта.

Основными стратегическими целями предприятия являются:

1. В производственной сфере:

Обеспечить наращивание темпов роста производства продукции в сопоставимых ценах до 105%.Повысить эффективность производства.

-снизить издержки производства;

-повысить качество выпускаемой продукции до уровня требований потребителей;

-обеспечить наиболее полную загрузку имеющихся производственных мощностей;

-создать и использовать эффективную систему анализа себестоимости выпускаемой продукции,

2.В сфере маркетинга:

Увеличение объемов реализации на 10% (в сопоставимой оценке) к уровню прошлого года

-Сохранить лидирующее положение на внутреннем рынке;

-Увеличить объемы продаж: вина виноградного до 100 тыс.дал;

Коньяка – 40 тыс.дал

Водки и ликероводочных изделии-515 тыс.дал.

-Закрепить свои позиции на внешнем рынке, изменить структуру экспорта в сторону увеличения доли готовой продукции;

-обеспечить постоянное расширение ассортимента готовой продукции;

-проникновение в новые сегменты рынка.

3. В финансовой сфере

Повысить финансовую стабильность предприятия

-повысить платежеспособность предприятия;

-обеспечить выполнение установленных параметров чистой прибыли;

-повысить финансовую устойчивость;

-повысить оборачиваемость капитала.

4. Персонал.

Повысить эффективность работы персонала.

-обеспечить прием на работу квалифицированных работников;

-расширить обучение персонала;

-обеспечить рост и развитие перспективных работников в целях формирования единой команды специалистов;

-усовершенствовать систему мотивации.

4 .Информация о производимых и оказываемых услугах общества
Рынок и концепция маркетинга:

4.1 Спрос и предложение:

4.1.1 Структура и характеристика рынка. Характеристика продукции, ее конкурентоспособность на рынке:

В настоящее время структура потребительского рынка Узбекистана претерпевает значительные изменения в пользу продовольственных товаров.

Емкость внутреннего рынка при низких объемах производства и значительной доли импорта этой продукции обуславливает благоприятные условия для развития перерабатывающих производств, обладающих необходимой производственной и сырьевой базой.

Анализ деятельности предприятий, производящих винно-водочные изделия, выявил тенденцию, как к увеличению, так и снижению выпуска данной продукции в отдельных территориальных сегментах Республики.

АО им. Ховренко реализует свою продукцию как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Емкость внешнего рынка имеет тенденцию к возрастанию, что свидетельствует о высоком качестве производимой предприятием продукции и ее конкурентоспособности на мировом рынке.

Динамика роста объема реализации продукции на внутреннем и внешнем рынках за 2012-2015 г.г.

Годы	Объем реализации			
	На внутреннем рынке,млн.сум	Уд.вес в общем объеме реализации,%	На внешнем рынке,млн.сум	Уд.вес в общем объеме реализации,%
2012	12811	98,2	235,7	1,8
2013	18882	97,8	431,1	2,2
2014	17961	94,4	1067,1	5,6
2015	18902	93,1	2086	9,3

Рынок алкогольных напитков занимает значительное место в розничном товарообороте Республики Узбекистан.

Производство продукции по Республике составляет:

Наименование продукции	20 12 год	20 13 год	20 14 год	20 15 год
Произведено:				
Вино виноградное (тыс. дал)	3321	3303,1	3058,5	2803,1
В %% к предыдущему году		99,5	92,6	91,6
Ликероводочные изделия (тыс. дал)	13488,7	14614,7	15034,4	15074,4
В %% к предыдущему году		108,3	102,9	100,3
Коньяк (тыс. дал)	114,1	141,3	159,1	177,3
В %% к предыдущему году		123,8	112,6	111,4

По Самаркандской области было произведено.

Наименование продукции	2013 год	2014 год	2015 год
Произведено			
Вино виноградное (тыс. дал)	262,8	243,7	239
Доля по Республике	7,9	8,0	8,5
Ликероводочные изделия (тыс. дал)	564,4	587,8	636,4
Доля по Республике	3,8	3,9	4,2
Коньяк (тыс. дал)	40,3	42,6	50
Доля по Республике	28,5	26,8	28,2

Из общей численности респондентов, лица, употребляющие алкогольные напитки, оставляют 78,1%, в т.ч. мужчин- 62,9%, женщин- 15,2%. В разрезе регионов высокая доля респондентов пьющих алкогольные

напитки выявлено в Сурхандарьинской (86%), Ферганской (85%), Бухарской (83%), Самаркандской (83%) областях, а самая низкая доля отмечено в Хорезмской (67%), Андижанской (74%), Наманганской (74%) областях. Большинство пьющих респондентов проживают в сельской местности – 43,5%, а в городской 34,5%.

Из общего числа респондентов 26,3% имеют среднемесячный доход от 200 до 400 тыс.сум; 35,8% -от 400 до 700 тыс.сум; 19,2% - от 700 до 1000 тыс.сум. Наиболее материально обеспеченными выделяются респонденты, проживающие в Андижанской, Самаркандской областях и г.Ташкенте, в которых доля лиц получающих среднемесячный доход свыше 500 тыс.сум составляет более 60%. Низкий уровень среднемесячных доходов (с доходом от 200 до 400 тыс.сум в месяц) имеют респонденты, проживающих в Республике Каракалпакстан, Кашкадарьинской, Сырдарьинской.

Экстраполяция результатов анкетного опроса респондентов, проводимого маркетинговыми компаниями, на общее население республики показала следующее:

Общая численность потребителей алкогольных напитков по республике составил 10,7 млн. человек или 35,2% к общей численности населения республики. При этом в городской местности проживает 44,1% потребителей алкоголя, в сельской – 55,9%. Самая высокая доля потребителей алкогольных напитков от общей численности населения в разрезе регионов приходится на Республику Каракалпакистан (41,5%), Хорезмскую (41,4%), Джизакскую 40,5% области, а самая низкая доля – Наманганской (31,5%), Ферганская (31,5%) областях. 74,5% потребителей алкогольных напитков в республике предпочитают пить водку, 19,2% - коньяк, 2,6% - вино, 2,1% - шампанское и 1,6% - другие виды алкогольных напитков.

Как видно из таблицы, производимый в Самарканде коньяк, занимает наибольший удельный вес в структуре производства алкогольной продукции республики.

Расчетный объем потребления коньяка

Регионы	Общий объем потребления коньяка в разрезе регионов (тыс. дал)*	Доля регионов из общего объема потребления коньяка (в %)	Общий объем потребления на душу населения (литр)
Республика Каракалпакстан	10,3	6,8	0,060
Андижанская область	12,9	8,5	0,046
Бухарская область	8,0	5,3	0,046
Джизакская область	7,2	4,8	0,059
Кашкадарьинская область	8,3	5,5	0,029
Навоийская область	5,3	3,5	0,059
Наманганская область	7,0	4,6	0,028
Самаркандская область	28,0	18,5	0,081
Сурхандарьинская область	6,6	4,3	0,028
Сырдарьинская область	4,7	3,1	0,062
Ташкентская область	12,0	7,9	0,044
Ферганская область	13,1	8,7	0,039
Хорезмская область	9,6	6,4	0,057
г. Ташкент	18,2	12,0	0,077
Всего по Узбекистану:	**151,4**	**100**	**0,050**

По данным Минэкономики.

Расчетный объем потребления вина

Регионы	Общий объем потребления вина в разрезе регионов (тыс. дал)*	Доля регионов из общего объема потребления вина (в %)	Общий объем потребления на душу населения (литр)
Республика Каракалпакстан	206,3	5,4	1,2
Андижанская область	234,1	6,1	0,8
Бухарская область	277,1	7,2	1,6
Джизакская область	170,6	4,5	1,4
Кашкадарьинская область	278,4	7,3	1,0
Навоийская область	121,6	3,2	1,4
Наманганская область	210,3	5,5	0,8
Самаркандская область	596,5	15,6	1,7
Сурхандарьинская область	282,0	7,4	1,2
Сырдарьинская область	95,8	2,5	1,3
Ташкентская область	418,9	11,0	1,5
Ферганская область	298,3	7,8	0,9
Хорезмская область	199,4	5,2	1,2
г. Ташкент	435,2	11,4	1,9
Всего по Узбекистану:	3824,4	100	1,3

По данным Минэкономики.

Расчетный объем потребления водки и ликероводочных изделий

Регионы	Общий объем потребления водки и ликероводочных изделий в разрезе регионов (тыс. дал)	Доля регионов из общего объема потребления водки и ликероводочных изделий (в %)	Общий объем потребления на душу населения (литр)
Республика Каракалпакстан	923,9	6,3	5,3
Андижанская область	855,4	5,8	3,0
Бухарская область	897,2	6,1	5,1
Джизакская область	641,0	4,4	5,2
Кашкадарьинская область	1489,8	10,2	5,1
Навоийская область	490,6	3,3	5,4
Наманганская область	876,2	6,0	3,5
Самаркандская область	1909,1	13,0	5,5

Сурхандарьинская область	1113,4	7,6	4,8
Сырдарьинская область	367,9	2,5	4,8
Ташкентская область	1420,2	9,7	5,2
Ферганская область	1364,7	9,3	4,0
Хорезмская область	912,5	6,2	5,4
г. Ташкент	1407,8	9,6	6,0
Всего по Узбекистану:	14669,8	100	4,8

По данным Минэкономики.

АО им.Ховренко, в сущности, является самым крупным в городе винодельческим предприятием, производящим вина виноградные, коньяки, ликероводочные изделия, спирты коньячные, вакуум-сусло. Кроме того, многолетняя история производственной деятельности комбината делает его широко известным на мировом рынке.

В настоящее время предприятием производится 36 наименований водки и ликероводочной продукции, 11 видов вина виноградного, 5 видов коньяка в следующий ассортимент продукции:

вина виноградные: 1) сухие: «Ркацители», «Саперави», «Баян- Ширей»
2) полусладкие: « Каберне»
3) крепкие: портвейн «Узбекистанский»,Портвейн 53
4) десертные марочные: «Ширин», «Алеатико», «Узбекистон», «Гуля Кандоз»;
5) десертные ординарные: «Токай», «Кагор»;

коньяки: «Тилля -Кори», «Самарканд», «Шер- Дор», « Филатов», « Корона империи»

водка и ликероводочные изделия: «Журавли», «Мароканд», бальзам «Самаркандский», «Пшеничная», «Давидов», «Парламент», «Магнат», «Чистое озеро», «Vip club», « Luxe» и др.

Кроме того комбинат обладает уникальной коллекцией вин, заложенных основателем предприятия с 1913 года. Коллекция насчитывает 10000 экземпляров, стоимость каждого из которых превышает 100$.

Описание выпускаемой продукции.

Вино «Узбекистон» - десертное вино, готовится из сортов винограда «Саперави», «Каберне», «Морастель».

Интенсивной темно-рубиновой окраски, маслянистое, экстрактивное во вкусе и аромате с тонами варенья из черной смородины.

На Международных дегустациях удостоено: 5-золотыми и 1-серебрянной медалями.

Крепость – 16%
Сахар - 22 г/100 $см^3$
Титруемая кислотность – 4 г/$дм^3$

Вино «Алеатико» - десертное марочное вино готовится из одноименного сорта винограда «Алеатико», темно-гранатовый цвет, гармоничное с тонким своеобразным букетом роз.

На Международных дегустациях удостоено: 4-золотыми и 2-серебряными и 1 бронзовой медалями.

Крепость – 16%
Сахар - 22 г/100 $см^3$
Титруемая кислотность – 4 г/$дм^3$

Вино «Гуля Кандоз» - десертное марочное вино готовится из сортов винограда - белого кишмиша и Муската. Выпускается только на АО Самвинкомбинат им.Ховренко.

Вино золотистого цвета, полное, гармоничное с тонкими мускатными тонами во вкусе и букете.

На Международных дегустациях удостоено: 7-золотыми, среди них самая высокая оценка «Гран-При» и 7-серебряными медалями.

Крепость – 16%
Сахар - 220г/дм,
Титруемая кислотность – 4 -5г/$лм^3$

Вино «Ширин» - десертное марочное вино. Изготовлено из одноименного сорта винограда. Цвет варьируется от светло –золотистого до темно-золотистого оттенка, с мягким розовым тоном. Букет сортовой , оригинальный, приятный, с медовыми тонами.

На Международных дегустациях удостоено: 3-золотыми и 4-серебряными медалями.

Крепость – 16%

Сахар - 220г/дм

Вино «Токай» - вино виноградное, десертное ординарное , белое, сладкое. Цвет янтарно- золотистый. Мягкое, приятное , с выраженным мускатным тоном во вкусе и аромате. Изготовлено из сортов винограда Мускат Венгерский и Ркацители.

На Международных дегустациях удостоено: 3-золотыми и 4-серебряными медалями.

Крепость – 16%

Сахар - 200г/дм-

Коньяк «Самарканд» готовится из коньячных спиртов, выдержанных в дубовой таре не менее 6-7 лет. Цвет от золотистого до темно-янтарного, букет мягкий, гармоничный во вкусе, чувствуется выдержка.

Крепость - 42%

Сахар - 1/2 г/100 $см^3$

На Международных дегустациях удостоен: 2- серебряными и 2- бронзовыми медалями.

Коньяк «Шер Дор» - коньяк марочный готовится из высококачественных выдержанных коньячных спиртов не менее 10 лет.

Цвет от темно-золотистого до чайно-янтарного, вкус- характерный, слаженный мягкий, гармоничный.

На Международных дегустациях удостоен: 1-золотой и 1-серебрянной медалями.

Крепость - 42%

Сахар - 10 г/100 $см^3$

Бальзам Самаркандский- тонизирующий напиток, приготовлен на плодово- ягодных соках и настое целебных растений. Вкус пряный, слегка обжигающий.Обладает лечебными свойствами, стимулирующими работу сердечно- сосудистой системы и желудочно- кишечного тракта.

Крепость-45%, экстрактивность не менее 14% На Международных дегустациях удостоен: 6-золотыми и 1-серебряными медалями. среди них самая высокая оценка «Гран-При.

4.1.2. Существующий потенциал отрасли, предприятия-конкуренты, оценка перспектив и проблем развития отрасли, территориальное размещение, качество продукции;

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.

С обретением независимости Республики Узбекистан и становлением рыночных отношений общая структура инвестиционной программы состоит из централизованных источников финансирования (средства инвесторов, кредиты банка).

Так, в целях широкого развития и углубления внешних экономических связей, активизации привлечения иностранных инвестиций, формирования долгосрочных устойчивых партнерских отношений с зарубежными фирмами, был издан Указ Президента РУ от 21 июля 2005 года «О совершенствовании системы управления в сфере внешних экономических и торговых связей, привлечения иностранных инвестиций».

Привлечение инвестиций 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.

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 и доставку потребителям, а также решения социальных задач.

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.

В территориальной организации производительных сил Узбекистана особое место занимает Самаркандская область, площадь которой составляет 16,77 п/м2 или 3,8% общей площади Республики.

Наиболее развитые отрасли Самаркандской области:

- промышленность- машиностроение, металлообработка, химическая, пищевая, плодоовощная и промышленность строительных материалов:

- сельское хозяйство-хлопководство, шелководство, виноградарство и садоводство. Область делится на 19 районов, 10 городов (3 города областного значения), 125 кишлаков.

Самаркандская область расположена в центральной части Республики и граничит:
на западе и северо-западе- с Бухарской областью,
на юге – с Кашкадарьинской областью, на северо- востоке- с Джизакской областью, на юго-востоке- с Республикой Таджикистан.

Самаркандская область отличается выгодным географическим расположением, богатыми источниками минерально - сырьевых ресурсов.

Область пересекают железнодорожные магистрали, общей протяженностью 273 км. Длина автомобильных дорог с твердым покрытием 4232 км.

Общая протяженность воздушных линий -40 т.км. Население области составляет 2,9 млн. чел. , в т.ч. городское- 0,8 млн.чел, сельское-2,1 млн.чел.

Из общей численности населения области на долю сельского населения приходится72,4%.Согласно прогнозным расчетам к 2015 году в Самаркандской области будут проживать 3,2 млн.чел, ожидается ускорение темпов роста городского населения. Прогнозные оценки демографического фактора трудовых ресурсов говорят о наличии больших возможностей в обеспечении рабочей силой. Высокая доля молодежи (70%) в общей численности региона представляет позитивный фактор естественного пополнения трудовых ресурсов.

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

Согласно отраслевой структуре производства промышленной продукции по Самаркандской области, пищевая промышленность, в состав которой входит плодоовощное производство, составляет 50,7%, тогда как по Республике этот показатель составляет 13%.

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 ХК «Узвинпром-холдинг» 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.

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 2000г был построен стеклотарный завод по производству высококачественной посуды для розлива винно-водочной продукции, соответствующей требованиям мировых стандартов.

Конкурентный анализ.

На рынке сбыта винно-водочных изделий в Республике АО им.Ховренко занимает достаточно устойчивое положение, о чем свидетельствует стабильный состав потребителей продукции на протяжении ряда лет.

Тем не менее, появление на региональном рынке все возрастающих объемов конкурирующей продукции из других регионов, заставляет комбинат вести своевременный и точный учет изменяющихся обстоятельств с целью обеспечения

гарантий для сбыта своей продукции в необходимых объемах и по целесообразной с точки зрения рентабельности цене.

Противодействие конкурентам из других регионов, поставляющим в Самаркандскую область винно-водочную продукцию, АО им.Ховренко осуществляет методом ценовой дискриминации, установив отпускные цены на свою продукцию ниже, чем у конкурентов. Такая мера существенна, прежде всего, для сектора рынка с относительно малообеспеченными потребителями, где велика зависимость спроса от цены.

Значимой для инвестиционного замысла и коммерческой стратегии предприятия является деятельность на местном рынке таких предприятий, как МП «Мехнат», НПК «Мевашарбат», ООО

«Багизаган», комбинат « Ташкентвино», СП «ФарВаб», качество внешнего оформления продукции которых, составляют достойную конкуренцию продукции АО им.Ховренко.

Однако, необходимо отметить, что продукция, производимая ОАО им.Ховренко обладает самыми высокими на внутреннем рынке характеристиками качества, а относительно низкая себестоимость продукции (благодаря значительному снижению внутрипроизводственных издержек) позволяет установить отпускные цены на 10-15% ниже среднерыночных.

Такое сочетание качественных и стоимостных характеристик продукции, а также широкий ассортимент выпускаемых изделий (включая марочные вина и коньяк) ставит предприятие в более выгодное положение на рынке сбыта по сравнению с конкурентами.

Таким образом, маркетинговой стратегией ОАО им. Ховренко является ценовая конкуренция при обеспечении высокого качества изделий.

Сравнительный анализ стоимости продукции конкурентов.

	Ед. изм.	СП«Фар ваб»	АО «Мехнат»	АО «Богизагон»	АО «Мастана»	Комбинат Ташкент-вино	АО «Шохруд»	АО им.Ховренко	АО «Наманган вино»	АО «Шахрисабз ВВЗ»	ООО «Джамбой шароб»
Вино виноградное	1 дал	40831,2	38966	37246	42466	47567	45626,4	38828	39992	43557	43176
Водка	1 дал	95602		96245	96370	120532	92857	94286	92504	103705	101166
Коньяк	1 дал	155851	146650	142832		228965	132480	116164			146240

Как видно из таблицы, стоимость винно-водочных изделий, производимых АО Самвинкомбинат им.Ховренко значительно ниже цен основных конкурентов, что создает дополнительные преимущества реализации продукции.

4.1.3. Роль отрасли в национальной экономике, ее приоритеты и цели.

Управляющей компанией АО им.Ховренко является Холдинговая компания «Узвинпром-холдинг», которая представляет собой промышленный комплекс по выращиванию, переработке и реализации плодоовощной продукции, объединяющей 157 самостоятельных производственных предприятий, 2 специализированные агрофирмы представляющие интересы производителей сельскохозяйственного сырья и продуктов его переработки, 76 оптово-торговых баз « Шаробсавдо».

Основными задачами и направлениями деятельности ХК «Узвинпром-холдинг» согласно Постановления Президента РУ от 11.01.2006 «Об организационных мерах по реформированию плодоовощеводства и виноградарства» являются:

а) осуществление единой технической и технологической политики по модернизации и техническому перевооружению предприятий по производству спирта пищевого и алкогольной продукции;

б) управление и координация деятельности предприятий по производству спирта пищевого, ликероводочной и винодельческой продукции;

в) проведение маркетинговых исследований внешнего и внутреннего рынков, оказание содействия предприятиям в освоении новых видов конкурентоспособной продукции, продвижению ее на внешние рынки;

г) широкое привлечение в отрасль иностранных инвестиций , содействие созданию совместных предприятий с иностранными инвесторами.

Продукция Холдинговой компании поставляется в страны СНГ и Дальнего зарубежья.

Благоприятные климатические условия Республики и развитие разнообразных технологий выращивания виноградной лозы позволяют производить различные ценные сорта винограда широкого направления.

В настоящее время в Республике насчитывается более 200 сортов винограда, которые занимают более 120 тыс. га земли. Среди них широкое распространение, наряду с местными сортами, получили винные европейские сорта, позволяющие вырабатывать вина высокого качества.

Промышленное развитие в Республике виноградарство и виноделие получило в середине прошлого века. В настоящее время на территории Республики действуют винодельческие предприятия от малых ЗПВ до крупных винодельческих комбинатов, оснащенных современным оборудованием, работают высококвалифицированные специалисты, обеспечивающие выработку уникальных сортов вин и коньяков.

По Республике действует около 74 предприятий, выпускающих алкогольную продукцию и спирт, том числе 73 предприятия, входящих в состав холдинговой компании, из которых 16 - совместные предприятия, 4 завода, входящих в состав АК «Узспиртсаноат»

В Самаркандской области действуют следующие предприятия по выпуску алкогольной продукции

	Наименование предприятия	Место дислокации	Вид продукции
1	АО им.Ховренко	г.Самарканд	Вино, водка, коньяк, коньячный спирт, вакуум-сусло.
3	ООО « Багизаган»	Тайлякский район	Коньяк, коньячный спирт, ликероводочные изделия
4	СП «Адас»	Тайлякский район	Коньячный спирт
5	ООО Джамбайшароб	Джамбайский	Коньяк, коньячный спирт, ликероводочные изделия
6	ООО «Муминобод»	Ургутский	Виноматериалы
7	АО «Булунгур – 1»	Булунгурский	Коньячный спирт
8	УП «Балхион»	Самаркандский	Виноматериалы

В настоящее время вина Узбекистана, благодаря своим превосходным качествам, пользуются большим признанием на мировом рынке, что позволило им завоевать более 120 золотых, серебряных и бронзовых медали. Производство коньячных изделий в Республике началось в конце X1X веке на Самаркандском винзаводе.

Для выработки коньячных спиртов используют специальную технологию и сорта винограда, отвечающие этим требованиям. Коньячные спирты получают в специальных медных аппаратах периодического и непрерывного действия с последующей выдержкой в дубовой таре.

В настоящее время производством коньячных изделий занимаются также АО «Агрофирма Янгиюль» (Янгиюль), АО «Шохруд» (Бухара), АО «Шароб» (Ургенч), ООО «Багизаган», ООО «Джамбай Шароб».

Однако, необходимо заметить, что АО им.Ховренко имеет самый большой опыт и самый квалифицированный персонал в области производства коньячных изделий.

Большое внимание холдинговая компания уделяет повышению экспортного потенциала предприятий. Внешний рынок является важнейшим источником валютных поступлений, необходимых для закупки зарубежных технологий в целях дальнейшего развития плодоовощной отрасли.

В связи с эти осуществляются меры по улучшению качества и повышению экспортоориентированности продукции.

Радикальные рыночные реформы, а также изменения в структуре населения привели виноделие к временной кризисной ситуации. Отсутствие льготного кредитования, а также введение новых форм хозяйственных отношений в сельском хозяйстве привело к снижению объемов заготовки винограда, что в совокупности с резким спадом спроса на алкогольную продукцию повлияло на снижение производства в целом по отрасли, разрыву хозяйственных связей, старению основных фондов. Отсутствие в республике предприятия по производству высококачественной стеклопосуды, создало существенные препятствия для продвижения готовой продукции на внешний рынок.

Объем производства некоторых видов продукции (коньяк) упал ниже предельно допустимого уровня, при котором еще возможна замена изношенного и выработавшего свой ресурс оборудования. Возник критический дисбаланс между производственным потенциалом и фактическим уровнем производства. Предприятия отказываются от производства трудоемкой выдержанной продукции, требующий значительных финансовых затрат и переходят к выпуску более дешевой продукции с применением ненатуральных компонентов, которая, тем не менее, имеет спрос у покупателей.

В целях дальнейшей стабилизации производства алкогольной продукции АО Самвинкомбинат им.Ховренко предлагаются следующие меры:

1.Государственное регулирование производства и реализации продукции виноградарства.

2.Выделение льготных кредитов для авансирования будущего урожая, а также заготовке урожая в сезон виноделия.

3.Организация производства импортозамещающей продукции с целью снижения затрат на приобретение вспомогательных материалов.

4.Защита интересов отечественных производителей от импорта винно-водочной продукции, что позволит сохранить ее производство на отечественных предприятиях и одновременно создать условия для конкуренции.

4.1.4. Существующий спрос, основные факторы и показатели, прогнозирующие его рост.

АО им.Ховренко планирует реализовать свою готовую продукцию(разлитую в тару) на региональном рынке, емкость которого создает благоприятные предпосылки для закрепления на управляемом сегменте рынка.

В 2014 г. объем продаж алкогольной продукции на территории РУз составил млрд.сум, в т.ч. по Самаркандской области- 37 млрд сум

Таким образом, АО им.Ховренко претендует на долю регионального рынка-около-7 % и местного рынка -51 %

Производимая предприятием продукция имеет высокие качественные характеристики, о чем свидетельствует высокий потребительский спрос во всех областях республики. В настоящее время ареал распространения продукции 9 областей республики, с которыми на предстоящий год заключены договора на реализацию 110 тыс.дал вина виноградного, 38 тыс.дал коньяка и 470 тыс.дал ликероводочной продукции на общую сумму 59664 млн.сум.

Реализация продукции АО им,Ховренко по областям Республики за 2013-2015 г.г.

Тыс.дал

Область	2013 год			2014 год			2015 год		
	Вино	Коньяк	Ликеров	Вино	Коньяк	Ликеров	Вино	Коньяк	Ликеров
Андижанская	-	-	-						
Бухарская	0,4	-	4,8	-	-	0,3	22,5	1,4	8,0
Джизакская	11,5	0,7	114,5	3	0,5	111,5	2,8	1,0	61,7
Навойинская	-	0,8	3,6		0,8	3,3	0,1	0,9	20,9
Самаркандская	88,4	27,3	338,1	108,6	16,9	334,2	67,9	20,9	364,7
Сырдарьинская	-	-	1,5	0,1		2,8			
г.Ташкент	0,4	0,5	7,5		0,8	4,6	0,8	2,0	8,9
Ташкентская	0,4	1,6	6,7		1,7		0,07	0,9	15,3
Ферганская	5,2	5,5	-	3,2	8	1,1	3,9	7,9	4,2
Кашкадарьинская			1,6		0,15			0,3	0,1
Итого	106,3	36,4	478,3	114,9	28,85	457,8	89,7	52,8	489,9

Как видно из таблицы, наибольший объем продаж приходится на Самаркандскую область, что вполне объяснимо дислокацией в одной территориальной зоне.

На АО им.Ховренко на 2015год принята стратегия расширения границ рынка за счет поиска новых рынков, более глубокого проникновения на каждый сегмент с расчетом на рост повторных закупок. Цель - завоевать и расширить рыночную долю.

Заключение договоров должно производиться только с базами, имеющими стабильное финансовое положение, с определенным опытом на рынке алкогольной продукции.

Прогнозируемые объемы реализации продукции основываются на стабильности коммерческих связей АО им.Ховренко со своими потребителями(оптово- торговые базы «Шаробсавдо»

Сведения о реализации продукции АО им.Ховренко оптово-торговым базам « Шаробсавдо» за 2014-2015 г.г.

тыс дал

№	Наименования шароб савдо	Фактически на 2014 г			Фактически на 2015 г		
		Вино	Коньяк	Водка и ликеровод изд	Вино	Коньяк	Водка и ликеровод изд
	Ок арик	0,3	1,5	9,9	0,16	2,5	22,9
	Каттакурган	86,5	9,4	131,3	40,9	11,5	143,3
	Малик	0,15	0,02	2,8			
	Водил	1,9		0,9	3,83		3,5
	Самарканд шахар	0,6	0,2	13,1	0,15	0,2	12,4
	УП Кибрай		1,7		0,08	9,1	15,3

	Самарканд туман	8,6	3,6	77,4	18,4	5,9	134,4
	Марказ		0,8	4,6	0,5	1,76	3,96
	Навоий		0,7	1,7	0,1	0,8	15,2
	Иштихон	3,4	0,2	24	1,7	0,5	21,2
	Кызил тепа		0,16	1,7		0,1	5,7
	Осие	1,35	8,1	0,2	0,09	7,95	0,8
	Галла орол		0,09	11,5		0,05	7,9
	Дустлик	3	0,4	100	1,82	0,8	51,5
	Сиеб	3,2	1,44	24,4	0,4		1,8
	Богишамол	0,8	0,3	19,7			
	Сифат	5,1	0,24	34,2	6,2	0,3	28,7
	Пешку				0,02	1,3	7,3
	Жондор			0,3			
	Маржонбулак				0,1	0,05	0,8
	Даштообод				0,95	1,5	0,08
	Итого	114,9	28,85	457,7	89,7	52,81	489,9

Спрос на продукцию имеет сезонный характер, т.к в летнее время наблюдается тенденция к его уменьшению.

Кроме того, как показывает анализ товарного рынка наибольшей популярностью у потребителей пользуется: из вин виноградных - вино крепкое «Портвейн Узбекистанский»;
Из ликероводочной продукции - « Парламент», « Чистое серебро», « Легенда Самарканда», « Самарканд», « Мараканд».
Из коньяков – « Шер-Дор», « Самарканд».

Данные о реализации продукции АО им.Ховренко за 2013-2015г представлены в следующей таблице:

Объемы продаж.

В тыс.дал

	2013г	2013г в % к 2012г	2014 г	2014г в % к 2013г	2015 г
Вино виноградное	106	95,4	116	109,4	89,7
Коньяк	36	150	36	100	52,8
Ликеровод. изд.	478	115,6	465	97,2	489,9

Из таблицы видно, что объем реализации традиционной продукции (ликероводочные изделия, коньяк) имеет тенденцию к снижению. Это связано с причинами, характерными для состояния экономики переходного периода: кризис неплатежей, низкая платежеспособность потребителей, появление большого количества конкурентоспособных предприятий.

Однако, оценка текущего состояния дел показывает, что потребность в продукции падает ввиду отсутствия достаточного покупательского спроса по причине образования большого количества вновь созданных предприятий по выпуску аналогичной продукции .

На рынке сбыта винно-водочных изделий в Республике АО им.Ховренко занимает достаточно устойчивое положение, о чем свидетельствует достаточно стабильный состав потребителей продукции на протяжении ряда лет.

АО им.Ховренко имеет свои прочные позиции на внешнем рынке, о чем свидетельствует положительная динамика объемов роста экспорта продукции.

Объем экспорта АО им.Ховренко за 2012-2015г.г

Годы	Страна	Наименование продукции	Сумма тыс.долл	Темп роста к предыд.году
2012	Киргизия	Спирт коньячный	127,2	96
2013	Россия	Спирт коньячный	207,1	162,8
2014	Россия	Спирт коньячный	476	В 2,3р
2015	Россия	Спирт коньячный	792	В 1,7р

Основным видом продукции, экспортируемым комбинатом, является спирт коньячный, приобретаемый инопартнером для последующей переработки. Отгрузка готовой продукции, разлитой в стеклянную тару, представляется нерентабельной вследствие высоких издержек по транспортировке и перемещению.

Продукция экспортируется преимущественно в Киргизию и Россию, что связано с их территориальной приближенностью .

4.2 Концепция маркетинга. Прогноз продаж

Концепция маркетинга – это ориентирование на потребителя, а значит изучение, в первую очередь, потребительского рынка и разработка планов их удовлетворения.

Для улучшения деятельности необходимо расширить рынок сбыта, то есть экспортировать продукцию за пределы Республики, для чего исполнять следующие мероприятия:

- внимательно изучать ценовые ситуации на внешнем рынке, прогнозировать её на перспективу, корректировать отпускные цены, оперативно сменяя ассортимент продукции;
- изучать структуру продаж товаров с целью производства такого ассортимента, в котором имеется наибольшая потребность, разрабатывать новый ассортимент;
- разработать план мероприятий по реконструкции и техперевооружению производства для улучшения качества выпускаемой продукции и её внешнего оформления, увеличения экспортной продукции.

Проводимая Правительством Республики Узбекистан политика сокращения импорта продуктов питания, предусматривает увеличение ввоза в страну современных технологий для пищевой промышленности, что позволит более быстро насытить рынок высококачественными продуктами, будет способствовать увеличению экспорта, гибкому реагированию на изменение спроса по номенклатуре выпускаемой продукции, а также
позволит более полно, с наименьшими капитальными затратами, использовать существующие площади. На сегодняшний день основными продуктами плодоовощного сектора, способными конкурировать на международном рынке является виноматериалы, томат-паста, фруктовые соки и концентраты.

Узбекистан исторически по своему климату и месторасположению предопределен, как основной производитель винограда, овощей и фруктов в Центральной Азии.

Республика является одним из древнейших центров виноградарства и виноделия.

Промышленное виноградарство и виноделие сформировалось в начале прошлого века. В настоящее время в регионе выращиваются технические, столовые и кишмишные сорта винограда для нужд внутреннего рынка и экспорта.

Узбекистан был одним из главных поставщиков шампанских и крепленых виноматериалов для предприятий бывшего Союза и сейчас, одной из стратегических целей узбекских товаропроизводителей является завоевание этого рынка.

Потребность рынка северных стран в винодельческой продукции, где невозможно выращивать виноград и фрукты ввиду сложившихся климатических условий, уровень и структура цен, неудовлетворительность спроса, создают благоприятные условия для экспансии в данной сфере бизнеса.

Концепция маркетинга предполагает закрепление и расширение присутствия на рынке.

Жизнеспособность концепции основывается на обеспечении высокого качества продукции, широкого ассортимента, оптимальной цены товара, эффективного маркетинга и активного внедрения товара на рынок, в том числе путем осуществления интенсивной рекламы продукции.

Зная и оценивая сложившийся рынок алкогольных напитков в Российской Федерации, а особенно в ее северных регионах, АО им. Ховренко планирует реализовать свою продукцию именно на этих рынках.

При нынешнем уровне конкуренции в алкогольной промышленности предприятию приходится тщательно подбирать сырье, проявлять творческую фантазию, направлять усилия на совершенствование производства в целях
улучшения качества продукции. Мощным стимулом в осуществлении намеченных целей служит постоянно возрастающее количество конкурентов, производящих аналогичную продукцию. Изучение их деятельности позволяет сделать вывод, что в обозримой перспективе АО им.Ховренко имеет реальную возможность опередить своих конкурентов по объему производства и сбыта продукции, благодаря высокому качеству производимых изделий, широкому ассортименту и более низким розничным ценам, а также богатому опыту работы в этом направлении, имея квалифицированные кадры, стаж производственной деятельности которых на данном предприятии составляет более 20 лет.

В новых условиях глобального развития рынков выбор у потребителей расширился, а потребительские предпочтения стали более разнообразными и неустойчивыми. В этой связи для обеспечения конкурентоспособности продукции комбинат намерен создать эффективные службы маркетинга и распределительных сетей, оперативных снабженческих систем, а также более глубокое изучение поставщиков технологии, конкурентов и потребности клиентов.

Способность чутко реагировать на возникающие потребности и быстро адаптироваться к меняющимся требованиям рынков, превратилось в один из ключевых аспектов повышения конкурентоспособности и требует

наращивания инновационных потенциалов. В числе важнейших задач АО– выявление новых возможностей внедрения новшеств, которые позволяет сводить к минимуму издержки.

Предпосылкой наиболее эффективной реализации продукции является изучение информации о рынках и потребителях. Это требует сбора, обработки и хранения значительных объемов разнообразных данных, отражающих факторы продвижения товара на рынках.

В настоящее время АО работает над выпуском нового ассортимента продукции в красочном сувенирном оформлении.

В ближайшей перспективе продукция АО Ховренко будет наиболее конкурентоспособна на рынке, так как будет иметь преимущество, прежде всего, за счет низких издержек на заработную плату, составляющих в трудоемких отраслях главный источник затрат. Со временем, по мере улучшения качества производимой продукции и совершенствования маркетинговых исследований соответствующих сфер мирового рынка, данная отрасль будет становиться все более значимой, прочно завоевывая стабильные «ниши» на мировом рынке вино водочной продукции.

Продвижение выпускаемой продукции на внутреннем рынке осуществляется через оптово-торговые базы «Шаробсавдо», находящиеся во всех областях Республики

Список заключенных договоров

на реализацию готовой продукции с оптово-торговыми базами «Шаробсавдо» на 2016 год.

Наименование ОТБ «Шаробсавдо»	Ед.изм	Вино	Коньяк	Ликероводочн .изд.	сумма млн. сум
Ок арик	Тыс дал	0,5	1	4	590
Каттакурган		50	10	129	14503
Малик		0,5	-	5	530
Водил		5	3	10	1780
Самарканд		2	0,5	15	1700
Корадаре		-	1	-	160
УП Кибрай		-	1	-	160
Самарканд туман		22	11	85	11572
Марказ		-	3	0,2	332
Навоий		-	0,25	4	440
Иштихон		7	0,2	10	1452
Кызил тепа		-	0,1	1	116
Осие		-	4	-	640
Галла орол		-	1	15	1660
Дустлик		3	1	100	10348

4.2.1 Местонахождение рынка. Сегментация рынка.

Основная масса продукции предприятия рассчитана на потребление достаточно широкими массами взрослого населения.

При прогнозировании объемов продаж и отпускных цен на продукцию предприятия учитывались следующие факторы (признаки) сегментации рынка товаров:

1. Тип потребителя по виду деятельности:

1.1 Оптово-торговые базы

1.2 Однопрофильные предприятия

2. Географический ареал :

2.1 Страны СНГ

2.2 Области региона-г. Самарканд и Самаркандская обл.,Г. Ташкент и Ташкентская обл., Джизакская, Ферганская, Сырдарьинская, Навойинская, Бухарская области.

3. Уровень доходности потребителей

3.1 относительно высокий

3.2 относительно низкий
3.3 средний
4.Цели покупателя
4.1.использование в последующем производстве продукции для получения прибыли
4.2.перепродажа

Выбор целевых сегментов рынка на каждый вид товара (модификацию продукции) осуществлен по сочетанию вышеприведенных признаков (см.табл)

Выбор целевых сегментов рынка

Наименование товара	Признаки сегментации											
	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2			
Вино виноградное	+			+		+	+		+			
Коньяк	+			+	+				+			
Ликероводочные изделия	+			+	+	+	+		+			
Спирт коньячный		+	+					+				

Емкость рынка оценивается исходя из общего числа потенциальных потребителей на местных и региональных рынков (географическому признаку) и опыта продаж продукции за предыдущие годы.

Тогда, вероятное распределение долей рынка предприятия на каждом целевом сегменте допускаем в следующих значениях: (см. табл)

Структура потенциального рынка сбыта

Тыс.сум

Емкость и сегменты рынка	Вино	Водка и ликеро-водка	коньяк
1.Емкость рынка Республики	3570	14573	141
2. в.т.ч Самаркандская область	262,8	13488,7	40,3
2.Потенцильный оббьем продаж, тыс.дал в год	110	470	36
Доля рынка по потребителям:			
Оптово-торговые базы	100	100	100
Доля рынка по географии			
г. Самарканд и Сам -обл	83,2	70,7	75
г.Ташкент	0,4	1,6	1,3
Джизакская обл	10,8	23,9	1,85
Кашкадарьинская область		0,3	
Сырдарьинская область		0,3	
Навоинская обл	-	0,8	2,3
Бухарская обл	0,4	1,0	0,04
Ферганская обл	4,9	-	15,1
Ташкентская обл	0,3	1,4	4,4

Окончательный выбор объемов производства и реализации продукции осуществлен с учетом данных конкурентного анализа и позиционирования товаров на управляемых сегментах рынка

4.2.3.Программа продаж. Организация сбыта.

Определение объемов реализации продукции в разрезе номенклатурных единиц осуществлено по результатам исследования потенциальных рынков сбыта, обеспечения ритмичной загрузки производственных мощностей, а также выбранной производственной и коммерческой стратегии предприятия.

В соответствии с ценовой стратегией комбината, выработанной при позиционировании товаров на рынке в условиях конкуренции, прогнозные цены на продукцию рассчитаны не выше среднерыночных на аналогичные товары. При изменении рыночной конъюнктуры в худшую для предприятия сторону, у него имеется достаточный запас прибыли в цене, что при необходимости, позволит реализовать тактику ценовой дискриминации в конкурентной борьбе за сохранение своей доли рынка. Готовая продукция предприятия реализуется посредством оптово-торговых баз « Шаробсавдо», которые в соответствии с Постановлением Кабинета Министров РУ № 452 от 18 ноября 2002г, являются монопольными потребителями алкогольной продукции.

Продукция незавершенного производства(спирт коньячный, виноматериалы) экспортируются в страны СНГ (Россия, Киргизия), а также внутриреспубликанским предприятиям, производящим аналогичную продукцию.

Расширение объемов продаж за счет освоения новых рынков возможно лишь в результате индивидуальной работы с потенциальными потребителями напрямую, а также через торговые представительства и фирм-посредников.

Основные задачи в области внешнеэкономической деятельности:

1) Более интенсивная работа со всеми внешнеторговыми организациями:
- поддержание постоянной связи;
- обеспечение рекламным материалом;

2)Сохранение позиций на традиционных рынках:
- создание базы данных по организациям за рубежом, с которыми ранее сотрудничало предприятие;
- установление прямых связей с пользователями продукции;

3) Выход на новые рынки:
- контакты с торговыми представительствами;
- более активное участие в международных выставках и ярмарках;
- разработка и подготовка комплекта рекламно-информационной документации.

4) Поддержание эффективной работы с конкурирующими предприятиями за рубежом.

4.3. Используемые торговые марки и патентная чистота продукции.

Вся продукция АО им.Ховренко маркируется товарным знаком, зарегистрированным Агентством по интеллектуальной собственности РУ за № MGU 20110904 . Кроме того, производство продукции ведется на основании лицензий, выданных Кабинетом Министров на каждый вид продукции (вино виноградное, коньяк и др.) сроком на 5 лет.

5. Материальные ресурсы

5.1. Классификация сырья и вспомогательных материалов.

АО им.Ховренко в процессе производственной деятельности использует сырье как собственной выработки, так и приобретенное со стороны.

К собственному производству относятся: виноматериалы, спирт коньячный, вакуум-сусло.

Спирт-ректификат, необходимый для крепления виноматериалов и производства ликероводочных изделий, приобретается у предприятий – производителей спирта-ректификата (ОАО Андижан-Биохим», АО «Коканд-спирт».

Виноматериалы вырабатываются на собственных винпунктах, находящихся в различных районах Самаркандской области:

- ЗПВ «Гуля Кандоз» (п.Чархин Пастдаргомский район)
  ЗПВ «Ширин» (Пастдаргомский район)
- Винпункт «Ак Тепа» (Кушрабадский район)
- Винпункт «Джума базар» (Тайлякский район)
- Винпункт «Миранкуль» (Самаркандский район)
- Основным поставщиком винограда на пункты комбината являются фермерские хозяйства, который в сезон виноделия 2015 года поставили 6,9 тыс. тонн винограда, что составляет 100% от потребности комбината в винограде

№п/п	Наименование фермерского хозяйства	Район	Заключ.договор,тн
1	Очил Холиер Обид узумзори ф/х	Пастдаргом	100
2	Кукалтош Кушчинор узумзори ф/х	Пастдаргом	200

2	Вид топлива основное - природный газ - диаметр трубопровода - давление	 мм МПа	 65 0,2	
3	Теплоноситель - на отопление - на вентиляцию - на ГВС - на технологические нужды			Пар Р = 0,6 МПа
4	Внутриплощадочные тепловые сети - способ прокладки - состояние			Надземный на низких и высоких отдельно стоящих опорах Удовлетворительное

6. Месторасположения общества:

6.1. Характеристика участка

Основная территория.

Основная территория АО "Самаркандский винкомбинат им. Ховренко" расположена в черте города Самарканда.

Границами территории служат; с севера -ул. Кашгари, с юга - Телефонный переулок, с запада - жилая застройка, с востока - Самаркандская ПЭС.

Главный въезд на территорию винкомбината решен с ул. М, Кашгари.

По функциональному зонированию комбинат разделен на следующие зоны:

- производственную, в которой размещены следующие здания и сооружения; цех виноматериалов, цех обработки виноматериалов теплом и холодом, цех выдержки коньяка (коньячный цех), склад коньяка, цех с сувенирном отделением розлива вина и
- коньяков , экспедиция вина и коньяков, стеклотарный цех № 1 с моечным отделением. склад стеклотары, цех с

сувенирном отделением розлива водки и ликеро- водочных изделий, экспедиция водки и ликеро- водочных изделий, стеклотарный цех № 2 с моечным отделением.;

- бытового обслуживания, в который размещены; административно- лабораторный корпус, бытовые корпуса к цехам розлива № 1, 2, столовая;
- вспомогательную, в которой размещены объекты инженерного обеспечения стройцех, механический и электроцех с навесом, проходная, бондарная мастерская, материальный склад, транспортный цех, склад, навесы, боксы, трансформаторная подстанция, котельная, компрессорная, водонапорные башни, градирня, артезианская скважина, фонтан, туалеты, пожарное депо, хауз.

Ко всем зданиям и сооружениям предусмотрены проезды с твердым покрытием. Для обеспечения лучших санитарно - гигиенических условий предусматривается озеленение свободных от застройки участков, цветники и древесные насаждения.

Размещение объектов (смотри схему генплана предприятия).

Общая площадь_____6,5 га
в том числе
- площадь застройки_____1.84 га
- площадь проездов_____4,29 га
- площадь озеленения_____0.37 г

6.1.3. Инженерно - геологические условия площадки.

Данный участок расположен в пределах Зарафшанской межгорной впадины на поверхности предгорной равнины северных склонов горы Каратюбе

Литологический разрез участка на глубину 15-20 м представлен комплексом пролювиальных лессовых пород среднечетвертичного возраста - суглинками с прослоями и линзами супесей и песков непросадочных , неагрессивных по отношению к бетонам

Максимальное положение уровня подземных вод - 3,0 м Амплитуда колебания -1,0 м Максимальная глубина промерзания грунтов - 0,26 м - 1 раз в 10 лет, 0,33 м - 1 раз в 50 лет

Сейсмичность участка согласно карте СМР г Самарканда – 9 баллов

Грунты по сейсмическим свойствам - III категории.

Нормативная ветровая нагрузка - 38 кг/м2
Нормативная снеговая нагрузка - 50 кг/м2

6.1.4 ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ.

Основными источниками выделения вредных веществ на территории ОАО им Ховренко (ул. Кашгари) являются:

1. Объекты основного производства:

- цех виноматериалов, винподвал, цех розлива вина и коньяков, цех розлива водки и ликероводочных изделий, коньячный цех с выделением спирта этилового, бутыломоечное отделением с выбросом аэрозоли щелочи.

2. Объекты вспомогательного производства:

- механический цех с выделением сварочной аэрозоли, окислов азота, окиси углерода;
- котельная с выделением двуокиси азота, окиси углерода;

гараж с выбросом паров углеводородов, серной кислоты " пыли металлической.

Общее количество выбрасываемых в атмосферу вредных веществ составляет 44,8 тонн год, на которые Самаркандским областным Комитетом по охране природы выдано разрешение.

В соответствии с требованиями РД 118-00277 14 17-92 "Методические указания по определению категории предприятия для установления состава проектов нормативов ПДВ загрязняющих веществ в атмосферу", предприятие" относится к IV категории опасности.

Водопотребление из артскважины по основной территории из городского водопровода.

Общее количество расходов воды 697 м3/сутки, из которых 5 м3/сут идет в продукт, 32 м3/сут - на подпитку оборотного водоснабжения, 5 м3/сут – безвозвратные потери.

Сброс сточных вод осуществляется в городскую канализационную сеть. Количество стоков-655 м3/сутки

7. Проектирование и технология:

7.1. Производственная мощность предприятия.

Установленная производственная мощность по комбинату в 2015 году составила: по вину виноградному – 100 тыс. дал, коньяку – 30 тыс. дал, ликероводочным изделиям – 610 тыс. дал.

Использование производства мощности за 2011 г составила: по вину виноградному- 100 % , коньяку - 66,7 % , ликероводочным изделиям -70,71 %, так как за вышеуказанный период было разлито ; вина виноградного -100 тыс дал, коньяка-20 тыс дал, и ликероводочный изделий -424 тыс дал.

В 2012 г розлив вина виноградного составил -106 тыс дал коньяка -21,2 тыс дал ликероводочный изделий -425 тыс дал , следовательно использование производственной мощности по розливу вина виноградного -106 %, коньяка -70,7 % , ликероводочные изделий – 70,8 %.

В 2013г. использование мощностей составило: по вину виноградному-106%,коньяку-120%, ликероводочным изделиям-76,1%.

Таким образом, прослеживается четкая тенденция увеличения показателей использования производственного оборудования по розливу продукции, что является положительным фактором в деятельности предприятия.

В 2014 г. использование мощностей составило: по вину виноградному-116%,коньяку-120%, ликероводочным изделиям-76,2%..

Самые высокие показатели по использованию мощности оборудования в 2013 -2014г.г. по розливу коньяка-120 % ; самые низкие по розливу ликероводочной продукции.-76,2% Необходимо при этом отметить, что предприятие выполняет требование лицензионного соглашения, согласно которого использования производственных мощностей должно составляет не менее 60 %.

7.2 Технология и оборудование.

3.1. Технологии

Основными видами производственной деятельности предприятия является:

- заготовка и переработка винограда;
-производство вина виноградного;
-коньяка;
- водки и ликероводочных изделий;
- спирта коньячного.

Заготовка и переработка винограда осуществляется на линиях переработки мощностью 20 тонн/час, которая состоит из бункера-питателя, дробилки-гребнеотделителя, стекателя и пресса.

Схема переработки винограда

Выработка виноматериалов состоит из следующих этапов: дробление винограда и отделение гребней, отделение самотека, прессование мезги, осветление сусла, брожение.

Полученное сусло разделяется на сусло–самотек и прессовую фракцию, которая затем распределяется по видам приготавливаемых виноматериалов.

Для производства вин виноградных выработанные виноматериалы подвергаются дополнительной обработке(оклейка бентонитом, желатином),обработке холодом, обработке теплом, с целью придания розливостойкости и стабильности.

Предприятие производит различные виды виноматериалов в зависимости от потребности и сортового состава винограда(коньячные, сухие белые и красные, крепкие, десертные марочные, десертные ординарные).Десертные марочные виноматериалы вырабатываются из десертных виноматериалов с дальнейшей выдержкой в дубовой таре не менее 2-х лет.

Выработка коньячных спиртов осуществляется на аппарате непрерывного действия марки ДК-780(производство Болгарии), мощностью 550дал абсолютного алкоголя в сутки. Аппарат был приобретен и установлен в 2014 г.

Кроме того, выкурка спирта производится на аппаратах периодического действияКУ-500(производства Армении).

Перегонку виноматериалов на аппарате марки КУ-500 проводят с фракционированием по следующей схеме: выделение головной фракции(до 3% от общего объема), средней фракции(коньячный спирт), хвостовой фракции(до 3 %).

Общая продолжительность фракционной перегонки и слива барды составляет 12 час.

Отличительной особенностью вышеуказанного аппарата является возврат хвостовой фракции для повторной перегонки совместно с виноматериалом.

Выкурка спирта коньячного на аппарате ДК-780 проводится по следующей схеме:1) отбор головной фракции(ЭАФ – эфирно-альдегидная фракция)- до 3%, 2)отбор средней фракции(коньячный спирт).

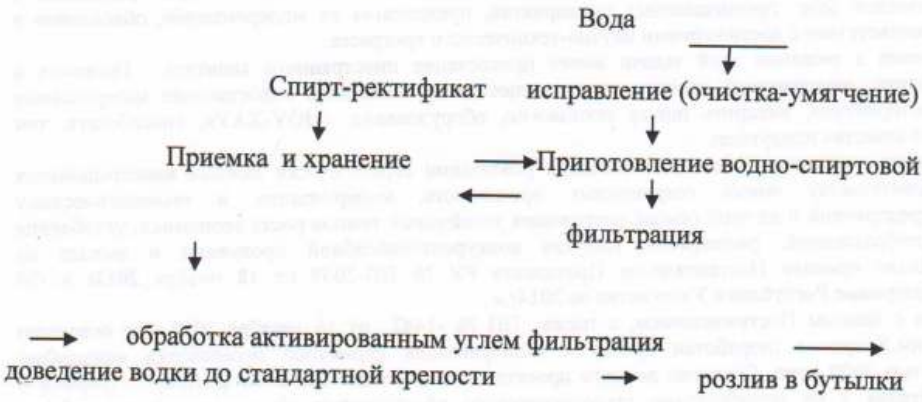
Выдержка коньячных спиртов производится как по классической технологии, так и усовершенствованным способом, заключающимся в ускоренном методе созревания спиртов с добавлением дубового гранулята.

Выработанные коньячные спирты закладываются на выдержку в дубовую тару.

Процесс производства коньяков включает ряд технологических этапов, таких как: приготовление купажных материалов, купаж коньяка, его обработка и розлив. К основным купажным материалам коньячного производства относятся: умягченная вода, спиртованные воды, душистые воды, сахарный сироп и сахарный колер. Купаж коньяка производят с учетом данных состава и органолептических показателей выдержанных спиртов. При необходимости осветление коньяков производят путем их оклейки желатином, рыбьим клеями яичным белком. Для выбора оклеивающих веществ и оптимальных их доз производится пробная оклейка.

Производство водки состоит из следующих операций: приемки спирта, подготовки (исправления - умягчения) воды, приготовления водно-спиртовой смеси (сортировки), фильтрации водно-спиртовой смеси, обработки водно-спиртовой смеси активным углем и повторной фильтрации, доведения водки до стандартной крепости, розлива водки.

Технологическая схема производства водки:



В результате проведенных на комбинате мероприятий по модернизации и реконструкции, большая часть оборудования подверглась замене и обновлению, что позволило существенно повысить его производительность и улучшить качество выпускаемой продукции в соответствии с Международными стандартами.

Так, из имеющихся на предприятии 6 линий розлива, две- по розливу сувенирной продукции, мощностью 1000 бут/ час, были приобретены в 2010г. в Китае.

Одна линия непрерывного розлива (произ-во Италия) приобретена в 2007 г.

Одна линия по розливу коньяка в сувенирном исполнении- в 2010 г.(произ-во ОКБРУ г. Ташкент)

Одна линия по розливу сувенирной продукции (произ-во Китай)- в 2007г.

Одна линия розлива вина виноградного, мощностью 6000 бут/час (произ-во СНГ) – в 1995г.

Во исполнение Постановления Президента РУз № -2069 от 18 ноября 2013г. « Об Инвестиционной программе РУ на 2014г.» комбинатом подписан контракт с фирмой « Della Toffola» на приобретение полного комплекта технологического оборудования по переработке винограда и выработке виноматериалов, монтаж и установка которого был
осуществлен в 2014г. Кроме этого, на комбинате используются 4 линии переработки винограда ВПЛ-20 производительностью 20 тн/час

Выработка спирта коньячного осуществляется на 3 коньячных установках, две из которых - периодического действия КУ-500 (« Заробян») были приобретены в 1987-1988 г.г.

Кроме того, во исполнение протокольного решения Кабинета Министров РУ от 23 октября 2013 г. № 305 « О программе развития промышленного потенциала Самаркандской области на 2014-2016 г.г.»
и разработанной на его основе «Адресной Программе технической модернизации действующих и созданию новых мощностей пищевой промышленности Самаркандской области»(п.1 «Расширение производства коньячных спиртов») АО им. Ховренко в 2013г. была приобретена коньячная установка по выкурке коньячных спиртов ДК-2/780(произ-во Болгария), производительностью 500 дал в сутки.

Производство вакуум- сусла осуществляется на вакуум-выпарном аппарате ВКС-100

7.2.1 Соответствие международным стандартам ИСО 9001:2008

Учитывая необходимость более широкого внедрения вырабатываемой продукции на международные рынки, руководством комбината было принято решение о разработке и внедрении системы менеджмента качества в соответствии с требованием ISO 9001:2008.

Управленческий персонал прошел курс обучения принципам и положений системы менеджмента качества , по итогам которого АО им. Ховренко был выдан сертификат, которым удостоверяется, что система менеджмента качества было оценена посредством аудиторской проверки, задокументированной в отчете, и признана соответствующей требованиям международного стандарта:ИСО9001:2008 Сертифицируемая область деятельности: «Производство алкогольной продукции (виноматериалы, вина ,коньяки, бальзамы ,коньячный спирт, водочные изделия ,ликеры)»

В настоящее время ведется обучение персонала основным принципам системы менеджемента качества ISO 9001:2022

7.2.7 Модернизация, техническое перевооружение предприятия.

Нынешний этап становления рыночной экономики предъявляет качественно новые требования к материально-технической базе промышленных предприятий, предполагая их модернизацию, обновление и реконструкцию в соответствие с достижениями научно-технического прогресса.

Важное значение в решении этой задачи имеет привлечение иностранного капитала. Проникая в экономику Республики, иностранный капитал может существенно дополнить недостающие материальные ресурсы для инвестирования, внедрить новые технологии, оборудование, «НОУ-ХАУ», способствуя, тем самым, повышению качества продукции.

В связи с вышеизложенным, в целях обеспечения реализации стратегически важных инвестиционных проектов по строительству новых современных производств, модернизации и технологическому перевооружению предприятий и на этой основе достижения устойчивых темпов роста экономики, углубления структурных преобразований, расширения выпуска конкурентоспособной продукции и выхода на мировые рынки, было принято Постановление Президента РУ № ПП-2069 от 18 ноября 2013г « Об Инвестиционной программе Республики Узбекистан на 2014г.»

В соответствии с данным Постановлением, а также ПП № -1442 от 15 декабря 2010 г.по освоению инвестиций, АО им.Ховренко разработан проект « Модернизация первичной переработки винограда» проектной мощностью 3000 тонн. Согласно данного проекта, предприятием заключен контракт с фирмой « Della Toffolla»(Италия) на приобретение технологического оборудования по первичной переработке винограда. В настоящее время данное оборудование приобретено и установлено в с.Миранкуль Самаркандского района. Вновь созданный на базе данного оборудования винпункт « Миранкуль», в сезон виноделия 2014г. заготовил и переработал 2000 тонн винограда.

Кроме того, во исполнение Адресной Программы Самаркандской области по освоению инвестиционных проектов нового строительства, модернизации и реконструкции действующих производств, а также протокола заседания Кабинета Министров РУ от 23 октября 2013 года №305 « О программе развития промышленного потенциала Самаркандской области на 2014-2016 годы» АО им.Ховренко приобретена и установлена установка по выкурке коньячного спирта ДК/2-780 (производство Болгария). Ввод в действие вышеуказанной установки позволил существенно увеличить объемы выработки коньячных спиртов при одновременном снижении затрат на их производство.

7.2.8. План- мероприятия по снижению себестоимости выпускаемой продукции.

Во исполнение Постановления Кабинета Министров РУ от 22 января 2015 г. №8 « О дополнительных мерах по сокращению производственных затрат и
снижению себестоимости продукции в промышленности», на предприятии принята программа по снижению себестоимости выпускаемой продукции.

Программа включает комплекс мер, обеспечивающих снижение себестоимости выпускаемой продукции на 822,2 млн.сум, что составляет 6,3% к прогнозируемой себестоимости, а именно:

1.Экономия электроресурсов- 22,7
2. Оптимизация затрат на сырье и материалы -371,6
3. Оптимаззация расходов на содержания аппарата-40,0
4. Оптимазация технологических процессов,снижения технологических потерь-30,0
5. Оптималзация численности производственно-промышленного персонала 140,0
6.Снижения удельных затрат за счет увеличения производительности труда и основных фондов-25,0
7.Снижения производственных косвенных затрат и эксплуатационных расходов-52,9

8.Организация производства и накладные расходы

8.1. Организационная структура общества.

Включает в себя функциональные блоки:

-производственный , состоящий из цеха основного и вспомогательного производства, технические службы. Руководство блоком входит в компетенцию заведующего производством ;

-маркетинговый – включает в себя отдел реализации и экспорта, экспедицию. На основе изучения рынка и маркетингового анализа формирует перспективную ассортиментную политику, развивает торгово- коммерческую деятельность. Руководит блоком заместитель директора по общим вопросам

- финансовый, включающий в себя финансово-экономические службы, ведущий оперативный бухгалтерский учет и отчетность общества;
- инженерный – осуществляет деятельность по поддержанию технологического оборудования в рабочем состоянии, его правильную эксплуатацию и своевременный качественный ремонт, организует технически правильную эксплуатацию и своевременный ремонт энергетического оборудования, бесперебойное обеспечение производства электроэнергией, паром, газом и водой. Руководит блоком главный инженер.

Производственные цеха специализированы по технологическому признаку. В своей структуре АО Самвинкомбинат им.Ховренко имеет 5 структурных подразделений: ЗПВ «Ширин», ЗПВ «Гуля Кандоз», винпункт «Джума Базар», винпункт «Ак тепа», винпункт «Миранкуль», которые занимаются заготовкой и переработкой винограда, выработкой виноматериалов, отгрузкой виноматериалов на головную территорию.

- цех розлива, который занимается розливом продукции и передачей ее в склад готовой продукции;
- экспедиция принимает с цеха розлива продукцию, складирует ее, производит отпуск покупателям;
- сувенирный цех – разливает продукцию в сувенирную стеклотару преимущественно ручным способом, отпускает продукцию потребителям;
- тарный цех – принимает тару от поставщиков, занимается ее обработкой и падает в цеха розлива;
- цех виноматериалов занимается приемкой виноматериалов с ЗПВ и винпунктов, технологической обработкой принятой продукции и доведением ее до кондиции, подачей вина на розлив;
- механический цех обеспечивает бесперебойную, и технически правильную эксплуатацию и надежную работу оборудования, содержании его в работоспособном состоянии; обслуживает непрерывную работу парокотельного хозяйства;
- охрана обеспечивает сохранность товарноматериальных ценностей;
- административно-хозяйственный отдел – обеспечивает хозяйственное обслуживание предприятия, соблюдение чистоты в помещениях и прилегающих территориях;
- транспортный цех – осуществляет транспортные перевозки продукции внутри комбинат и за его пределами

8.2.Накладные расходы

Согласно Положения о составе затрат по производству и реализации продукции, включаемых в себестоимость продукции, в состав накладных расходов включаются:

- затраты по обслуживанию производственного процесса (обеспечение производства сырьем, материалом, топливом, энергией и проч., поддержание основных производственных фондов в рабочем состоянии, обеспечение нормальных условий труда и техники безопасности)
- командировочные расходы, относящиеся к производству;
-потери от брака;
-затраты по обязательному страхованию производственных рабочих;

Накладные расходы по предприятию на 2016 г. запланированы в сумме 8028400 тыс.сум

9. Трудовые ресурсы

9.1 Потребность и наличие трудовых ресурсов.

Определение требуемых трудовых ресурсов так же, как и оценка наличных ресурсов является важной, поскольку управляющий персонал и квалифицированные рабочие могут быть решающим фактором для успешной деятельности любого предприятия.

Потребность в кадрах рассчитывается исходя из норм обслуживания технологического оборудования и норм выработки на 1 рабочего.

Согласно технологическим нормам и режиму работы - предприятие круглогодичное, односменное.

Списочная численность работников АО им.Ховренко по состоянию на 1.01.2016г. составляет чел., что соответствует количеству, необходимому для обслуживания производства.

Весь персонал подразделяется на : основной (производственный) -211 чел., управленческий- 28 чел, обслуживающий-4 чел, технический-5 чел.

Численность и состав работников АО Самвинкомбинат им.Ховренко за период 2013- 2015 г.

Наименование показателей	Ед. изм.	2013 год		2014 год		2015 г		Отклонение (+,-)		
		Кол-во	Уд.вес в общей числен.	Кол-во	Уд.вес в общей числен.	Кол-во	Уд.вес в общей числен.	2015г от 2013 г	2015 г от 2014 г	2014г от 2013 г
Среднегодовая численность	чел	214	100	217	100	190	100	-24	-27	3
Списочная численность на конец года всего:	- // -	207	96,7	213	98,1	201	105,7	-6	-12	6
В том числе рабочие	- // -	154	71,9	155	70,9	142	74,7	-12	-12	-1
Служащие	- // -	53	24,7	43	19,8	34	17,9	-19	-9	-10
Из них: руководители	- // -	23	10,7	23	10,6	9	4,7	-14	-14	
Специалисты	- // -	25	11,7	16	7,3	21	11	-4	5	-9
Технический персонал	- // -	5	2,3	4	1,8	4	2,1	-1		-1
Из общего количества:	- // -									
Женщины	- // -	70	32,7	71	32,7	62	32,6	-8	-9	+1
Мужчины	- // -	137	64	146	67,3	139	73,1	2	-7	+9
Численность пенсионеров	- // -	13	6,0	11	5,0	8	4,2	-5	-3	-2
В том числе женщин	- // -	5	2,3	4	1,8	3	1,6	-2	-1	-1

9.2. Требования к кадрам. Необходимость и организация их обучения.

Основные требования к кадрам отражены в должностных инструкциях, где указывается необходимый образовательный минимум применительно к каждой должности

Квалификация руководителей и сотрудников соответствует их функциональным обязанностям. Регулярно проводится аттестация управленческого персонала, где подтверждается соответствие или несоответствие занимаемой должности.

Образовательный и возрастной состав работников ОАО Самвинкомбинат им.Ховренко за период 2012-2015 г.г

	Ед.	2013 год	2014 год	2015 год	Отклонение (+,-)

Образовательный и возрастной состав работников ОАО Самвинкомбинат им.Ховренко за период 2012-2015 г.г

Наименование показателей	Ед. изм.	2013 год		2014 год		2015 год		Отклонение (+,-)		
		Кол-во	Уд.вес в общей числен.	Кол-во	Уд.вес в общей числен.	Кол-во	Уд.вес в общей числен.	2015г от 2013 г	2015г от 2014 г	2014г от 2013 г
Численность конец года всего	Чел	231	100	213	100	204	100	-27	-9	-18
В том числе образование:										
Высшее	- // -	31	13,4	31	14,6	29	29	-2	-2	
Средне специальное	- // -	14	6,0	14	6,5	16	7,8			
Среднее и неполное среднее	- // -	186	80,5	168	78,8	159	77,9			
Возрастной состав										
До 24-х лет	- // -	38	16,4	29	13,6	30	14,7			
25-29 лет	- // -	40	17,3	31	14,5	34	16,6			
30-39 лет	- // -	43	18,6	49	23	37	18,1			
40-49 лет	- // -	45	19,4	42	19,7	40	19,6			
50-54 лет	- // -	36	15,5	33	15,4	39	19,1			
55 и старше	- // -	27	11,6	27	12,6	24	11,7			

9.3.Штатное расписание

Штатное расписание рассчитано на 57 чел., где АУП- 9 чел., специалисты управления- 35 чел., производственный персонал- 167 чел.

Расчет численности и фонда оплаты труда определены исходя из паспортных и технических данных по винодельческой отрасли, которые зависят от производственной программы (количества рабочих дней в неделю и др.), а также трудового законодательства Республики Узбекистан

Численность и фонд оплаты труда по АО им.Ховренко на 2016 г. с разбивкой по кварталам

	чел	Фонд оплаты труда,тыс.сум	чел	Фонд оплаты труда,тыс.сум	чел	Фонд оплаты труда,тыс.сум	чел	Фонд оплаты труда,тыс.сум	чел	Фонд оплаты труда,тыс.сум	Сумма преми
ВСЕГО	200	2299156774	195	517192690	195	516551090	197	517943168	195	517731642	229738183
цеховые	12	207327556	12	48309660	12	48309660	12	48309660	12	48309660	14088916
рабочие	140	1373697309	135	304712913	135	30471913	137	305344821	135	304712913	154213750
упр пер	29	516987792	29	119609831	29	119609831	29	119609831	29	119609831	38548467
всп пер	17	177308548	17	39177894	17	38536294	17	39296464	17	39716846	20581050
непром	2	23835569,5	2	5382392,4	2	5382392,4	2	5382392,4	2	5382392,4	2306000

Таким образом, ФОТ на комбинате на 2016г. составляет 2299,1 млн.сум, в т.ч.сумма запланированной премии – 229,7 млн. сум. Средняя заработная плата в расчете на 1 работника составит 957,9 тыс.сум. Единый социальный платеж составляет 25% от ФОТ, следовательно, общие затраты по оплате труда составят млн.су

10. Кредитные обязательства общества.

10.1.Информация по использованию кредита и стадия их осуществления

Согласно кредитного договора, заключенного с АТБ « Хамкорбанк» предприятие имеет валютный кредит на сумму 1030 тыс.долларов США, что составляет 2345256 тыс.сум в сумовом эквиваленте

Валютный кредит был получен для приобретения нового технологического оборудования (пр-во Италия) по переработке винограда согласно программе модернизации и технического перевооружения производства, принятой на предприятии во исполнение протокольного решения заседания КМРУз от 23 октября 2013г.№305 « О программе развития промышленного потенциала Самаркандской области на 2014-2016 г.г.», а также №ПП-2069 от 18 ноября 2013г. « Об инвестиционной программе Республики Узбекистан на 2014год.

Кредит был получен в марте 2014г., в июне т.г. было приобретено технологическое оборудование, строительство и монтаж, которого был осуществлен в августе т.г.

10.2. Осуществленные работы по использованию кредита и график погашения заемных средств

Возврат кредита

Сумма кредита	1 030 000
Проценты за кредит, в год	8

В долларах США

№	Срок возврата кредита	Сумма кредита	Возврат основного долга	Начисленные проценты	Общая сумма выплат
А	1	2	3	4	5=(3+4)
1	1 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
2	2 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
3	3 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
4	4 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
5	5 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
6	6 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
7	7 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
8	8 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
9	9 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
10	10 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
11	11 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
12	12 ой	1 030 000,0	0,0	6 866,7	6 866,7
13	13 ой	1 030 000,0	21 458,3	6 866,7	28 325,0
14	14 ой	1 008 541,7	21 458,3	6 723,6	28 181,9
15	15 ой	987 083,3	21 458,3	6 580,6	28 038,9
16	16 ой	965 625,0	21 458,3	6 437,5	27 895,8
17	17 ой	944 166,7	21 458,3	6 294,4	27 752,8
18	18 ой	922 708,3	21 458,3	6 151,4	27 609,7
19	19 ой	901 250,0	21 458,3	6 008,3	27 466,7
20	20 ой	879 791,7	21 458,3	5 865,3	27 323,6
21	21 ой	858 333,3	21 458,3	5 722,2	27 180,6
22	22 ой	836 875,0	21 458,3	5 579,2	27 037,5
23	23 ой	815 416,7	21 458,3	5 436,1	26 894,4
24	24 ой	793 958,3	21 458,3	5 293,1	26 751,4
25	25 ой	772 500,0	21 458,3	5 150,0	26 608,3
26	26 ой	751 041,7	21 458,3	5 006,9	26 465,3
27	27 ой	729 583,3	21 458,3	4 863,9	26 322,2
28	28 ой	708 125,0	21 458,3	4 720,8	26 179,2
29	29 ой	686 666,7	21 458,3	4 577,8	26 036,1
30	30 ой	665 208,3	21 458,3	4 434,7	25 893,1
31	31 ой	643 750,0	21 458,3	4 291,7	25 750,0
32	32 ой	622 291,7	21 458,3	4 148,6	25 606,9
33	33 ой	600 833,3	21 458,3	4 005,6	25 463,9
34	34 ой	579 375,0	21 458,3	3 862,5	25 320,8
35	35 ой	557 916,7	21 458,3	3 719,4	25 177,8
36	36 ой	536 458,3	21 458,3	3 576,4	25 034,7
37	37 ой	515 000,0	21 458,3	3 433,3	24 891,7
38	38 ой	493 541,7	21 458,3	3 290,3	24 748,6
39	39 ой	472 083,3	21 458,3	3 147,2	24 605,6
40	40 ой	450 625,0	21 458,3	3 004,2	24 462,5
41	41 ой	429 166,7	21 458,3	2 861,1	24 319,4
42	42 ой	407 708,3	21 458,3	2 718,1	24 176,4
43	43 ой	386 250,0	21 458,3	2 575,0	24 033,3
44	44 ой	364 791,7	21 458,3	2 431,9	23 890,3

Приложение №2

Основные финансово-экономические показатели и темпы экономического роста на 2016 год по АО им.Ховренко

№	Показатели	Ед.изм.	2014	2015	Темп роста к 2014г., %	Прогноз на 2016г.	Темп роста к 2015г., %
1	Объем товарной продукции в сопоставимых ценах	тыс.сум	22 970 966	29 284 483	**127**	31 920 086	109
2	Объем товарной продукции в действующих ценах	тыс.сум	24 508 675	30 028 848	**123**	36 126 593	120
3	Объем товаров народного потребления в отпускных ценах	тыс.сум	23 441 585	27 699 825	**118**	36 126 593	130
4	Основная номенклатура:						
	Вино виноградное	тыс.дал	116	100	**86**	100	100
	Коньяк	тыс.дал	36	46	**127**	40	87
	Ликероводочные изделия	тыс.дал	465	515	**111**	515	100
5	Объем экспорта	тыс.$	476	792	**166**	560	71
	обработка спирта коньячного на экспорт	тыс.дал а/а	14,0	24	**171**	20	83
6	Чистая прибыль	тыс.сум	158 810	602 394	**379**	1 925 531	320

и.о председатель правления Неъматов М

Начальник отдела стратегического планирование развития бизнеса Раджабова Р