Акционерное Общество **“Самаркандский винкомбинат имени. Ховренко”**
/наименование предприятия/ **Республика Узбекистан, Самаркандская область** **104100 г. Самарканд , ул. Кошгари, д. 58** **тел: 233-16-11, факс 233-04-31**
140100, г.Самарканд, ул.М.Кошгари, 58 ***Факс: 2 33-07-07, Тел: 2 33-10-23*** ***р/с 20208000900216385001*** ***«УзСаноаткурилиш банк», Самаркандской обл.*** ***МФО 00317, ИНН 201538312, ОКОНХ 18143***
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/

1.Введение.

Цель разработки бизнес-плана.

Целью разработки бизнес-плана является определение основных направлений перспективного развития АО «Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» на 2020 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:

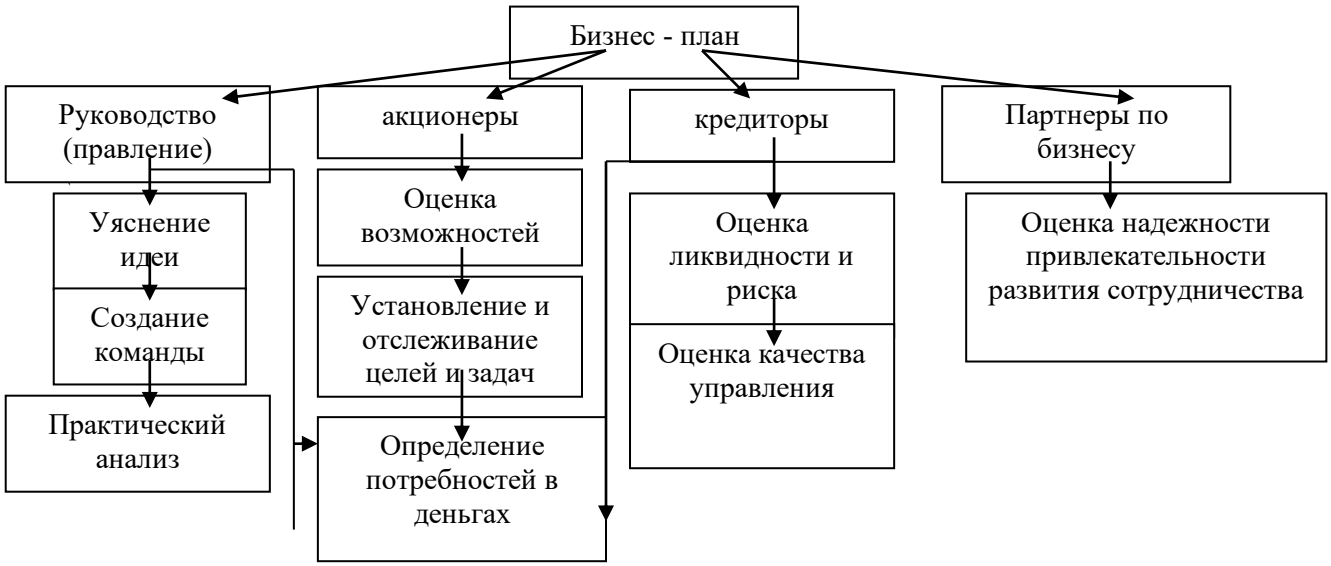
- Иметь объективную информацию о деятельности фирмы, реально оценить итоги и планы развития, а также «узкие места» и меры, принимаемые руководством для их преодоления.

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.

В 1918 году фирма Д.Л.Филатова прекратила свою деятельность, как частное хозяйство. С декабря 1918 года 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 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 грузоподъемностью 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 винно- 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 3275172 тыс.сум

Доля государства -.2331267 тыс сум или 71,18 % от общего Уставного фонда
Прочие доли - 943905 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 « Самаркандский винкомбинат имени 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 «Самаркандский винкомбинат имени 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 собранием 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 комиссии 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 « Самаркандский винкомбинат имени 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 « Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» является одним из старейших предприятий Республики и имеет стабильных клиентов по реализации готовой продукции.

Комбинат был образован еще в Х1Х 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 предприятием 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 2019 году намечен выпуск нового вида вина виноградного красного и белого сухого «Филатов», 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.

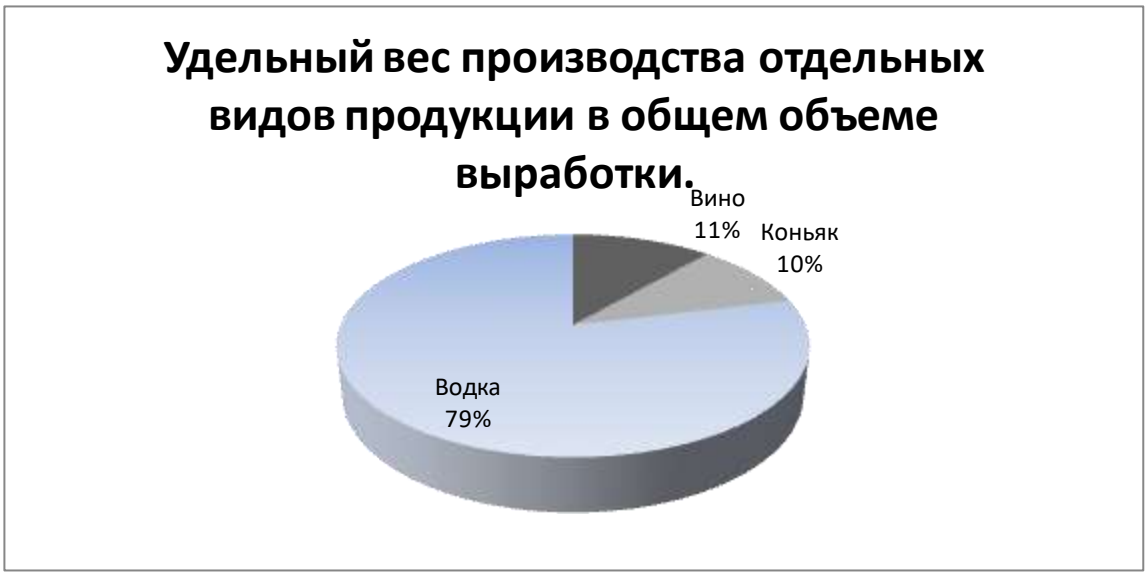
АО «Самаркандский винкомбинат имени. Ховренко» осуществляет многолетнюю эффективную деятельность как на внешнем, так и на внутреннем рынке

2.3. Потенциал существующий и прогнозируемый.

АО « Самаркандский винкомбинат имени. 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 7 наименований вина виноградного, 5 видов коньяка и 30 наименований ликероводочных изделий. Специалистами предприятия ведется постоянная работа по расширению ассортимента выпускаемой продукции.



Основным видом продукции, вырабатываемым на предприятии, является водка и ликероводочные изделия. Освоив массовое производство этой продукции в 2007 г., в настоящее время комбинат производит до 530 тыс.дал водки и ликероводочных изделий. Удельный вес выработки в общем объеме производства составляет 79%.

Традиционным видом производства на винкомбинате является вино виноградное и коньяк. Их удельный вес колеблется примерно на одинаковом уровне (10-11%). Негативным фактором в деятельности предприятия следует признать последовательное снижение производства вина виноградного за период 2014-2019 г.г.

Основной причиной сложившегося положения следует признать влияние погодно- климатических условий на урожайность винограда, а также резкое снижение площадей, выделяемых под выращивание технических сортов винограда.

Относительно стабильным является выработка коньяка. Несмотря на незначительный удельный вес в общем объеме производства (10%), этот вид продукции имеет повышенный покупательский спрос как на внутреннем, так и на внешнем рынках

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 100 тыс.дал вина виноградного, 60 тыс.дал коньяка и более 500 тыс дал водки и ликероводочных изделий. Кроме того, выработка спирта коньячного за го достигает 40 тыс.дал, вакуум-сусла-3 тыс.дал .

Заготовка и переработка винограда за год составляет более 7000 тонн.

Прогнозирование производственной программы на 2020 г. 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 2019 году составил 1,27, что выше норматива, таким образом, предприятие имеет возможность погасить свои обязательства из текущих активов.

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 за 2018 год составил 0,27, что ниже рекомендуемого показателя (> 0,5), следовательно, предприятие находится в финансовой зависимости от заемных средств.

Коэффициент финансовой зависимости по предприятию за отчетный период составил – 3,7; при нормативе- 1,7, что свидетельствует о значительной финансовой зависимости предприятия .

Анализ экономической состоятельности
АО « Самаркандский винкомбинат им.Ховренко»

	Наименование показателей	Норматив	годы			
			2016 г	2017 г	2018г	2019
1	Коэффициент платежеспособности	> 1,25	1,27	1,29	1,18	1,06
2	Коэффициент соотношения собственных и заемных средств	> 2	0,63	0,4	0,5	0,49
3	Коэффициент финансовой независимости	>0,5	0,33	0,24	0,29	0,325
4	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	>0.1	Не обесп.	0,03	0,04	0,04
5	Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками	> 0,6	Не обесп.	0,04	0,2	0,08
6	Коэффициент рентабельности реализации		0,21	0,17	0,18	0,17
7	Коэффициент маневренности собственного капитала	0,5	0,43	0,72	0,39	0,13
8	Коэффициент износа основных средств	<0.6	0,36	0,41	0,47	0,52

9	Коэффициент автономии	> 0.5	0,33	0,24	0,3	0,3
10	Коэффициент маневренности функционального капитала	<0.5	7	2,78	4,9	12,1
12	Коэффициент финансовой устойчивости	1.2	0,49	0,32	0,4	0,48
13	Коэффициент рентабельности затрат		0,1	0,07	0,08	0,09
14	Коэффициент срочной ликвидности	>0.6	0,12	0,25	0,15	0,29
15	Коэффицент абсолютной . Ликвидности	>0.2	0,55	0	0,01	0,005
16	Маневренность. Общего капитала	>0.6	0,7	0,78	0,74	0,7
17	Коэффициент рентабельности активов	>0.05	0,14	0,06	0,05	0,02
18.	Коэффициент финансовой зависимости	1,7	3,0	4,1	3,4	3,1

Выводы:

Анализируя коэффициенты платежеспособности и финансовой устойчивости можно сделать следующие выводы:

- коэффициент платежеспособности (1,06) ниже норматива (1,25) ,таким образом, на 1 сум текущих обязательств приходится 1,07 сум оборотных активов, т.е. предприятие считается неплатежеспособным; коэффициент соотношения собственных и заемных средств ниже норматива, следовательно, предприятие испытывает недостаточность собственных оборотных средств, что влечет за собой необходимость привлечения заемных средств;
- предприятие не обеспечено в достаточной мере собственными оборотными средствами;
- предприятие не имеет возможности 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.
- Предприятие финансово неустойчиво;
- Предприятие не обеспечено собственными оборотными средствами в связи с отвлечением оборотных средств в дебиторскую задолженность;
- Рентабельность активов соответствует ниже норматива, что говорит о низкой эффективности деятельности предприятия;
- Коэффициент рентабельности реализации по итогам 2019г. составил 17%, что превышает среднеотраслевой показатель;
- Коэффициенты срочной и абсолютной ликвидности ниже нормативного значения, что свидетельствует о неспособности предприятия срочно погасить свои обязательства.

Согласно данных бухгалтерской отчетности АО «Самаркандский винкомбинат имени.Ховренко» основные фонды предприятия на 1.01.2020 г. составили 7852182 тыс.сум ,из них :

- здания -1268571 тыс.сум;
-сооружения - 95623 тыс.сум;
-машины и оборудование -6103723 тыс.сум;
-мебель и офисное оборудование - 4952 тыс.сум;
-транспортные средства - 84352 тыс.сум;
-прочие - 272706 тыс.сум;

Инвестиции в хозяйственные зависимые общества составили- 57141 тыс. сум,
прочие долгосрочные инвестиции- 1511726 тыс.сум.
Согласно отчетным данным, оборотные активы составили 17694025 тыс .сум,
из которых:

-производственные запасы - 2341351 тыс.сум;
-незавершенное производство - 7462017 тыс.сум;
-готовая продукция - 3033432 тыс.сум;
-товары - 12774 тыс.сум;
-дебиторская задолженность - 4835631 тыс.сум.

Источники собственных средств составили - 8203806 тыс.сум
и сложились из следующих статей:
-уставной капитал - 3275172 тыс.сум;
-добавленный - 10415 тыс.сум;
-резервный капитал - 3571722 тыс.сум;
-нераспределенная прибыль - 769473 тыс.сум;
-целевые поступления и фонды 572923 тыс.сум;
-резервы предстоящих расходов - 4101 тыс.сум

Обязательства предприятия составили - 16993321 тыс.сум,
из них: Долгосрочные - 356000 тыс.сум,
краткосрочные займы - 340000 тыс.сум
краткосрочные кредиты - 6260000 тыс.сум
полученные авансы - 35018 тыс .сум

Кредиторская задолженность составила 10037321 тыс .сум.

Анализ финансовой деятельности за 2016- 2019г .

. млн.сум

	Годы					
	2016г.	2017г.	2018г.	2019г	2019 г. от 2017 г.	2019г. от 2018г.
Выручка от реализации	76302	80050	90447	60479	-19571	-29968
Чистая выручка от реализации	37481	38307	43709	30905	-7402	-12804
В том числе экспорт		1166	678	3253	+2087	+2575
Себестоимость реализованной продукции	29662	31820	35776	25690	-6130	-10086
Расходы периода	4567	4113	5172	3888	-225	-1284
В т.ч. расходы по реализации .	496	662	531	402	-260	-129
Административные расходы	630	867	1057	1094	+227	+37
Прочие операционные расходы.	3440	2583	3584	2392	-191	-1192
Доходы от основной деятельности.	193	2666	3583	426	-2240	-3157
Расходы по финансовой деятельности	1116	996	2728	499	-497	-2229
Налог на прибыль	240	175	114	268	+93	-154
Чистая прибыль	1951	1521	407	1100	-421	-693
Активы	16698	26511	28072	25992	-519	-2080
Кредиты	4404	4923	8392	6956	+2033	-1436
Балансовая прибыль	2361	1830	521	1368	-462	+847
Дебиторская задолженность	1031	4085	2602	4838	+753	+2236

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

Сильные стороны	Слабые стороны
Область деятельности	
Производство 1.Высокий уровень качества продукции	1.Нехватка свободных денежных средств на производств и продажу новых видов продукции;
2. Наличие международной системы Менеджемента качества ISO 22000:2009	
3. Большой срок деятельности на рынке Алкогольной продукции.	
4. Использование в производстве классической Технологии без применения синтетических ингридиентов.	
5. Наличие на предприятии сертификата соответствия требованиям, установленным в Oz DSt ISO 22000:2009 (ISO 22000:2005)	
6. Широкий ассортимент вырабатываемой продукции, ориентированный на различный сегмент потребителей.	
7. Приближенность перерабатывающих предприятий к источникам сырья.	
Технология 1.Опытный коллектив технологической службы предприятия	1.Временной разрыв между производством продукции и ее реализацией, обусловленный особенностями технологического процесса
2. Возможности в области расширения номенклатуры изделий	
3. Наличие нового импортного оборудования по выработке виноматериалов	

Персонал 1. Устоявшийся Высококвалифицированный коллектив работников	1.Прекрашение программы повышения квалификации Работников.
2. Низкая текучесть кадров	

Организация 1. Годами отработанный механизм Управления кадрами;	1. Предприятие имеет постоянных клиентов;
2.Эффективное распределение должностных обязанностей между руководителями;	2.Неэффективность взаимодействия различных подразделений в процессе достижения целей организации.
3.Эффективность и использование Контроля.	
Маркетинг 1. Высокая репутация предприятия в Области качественной продукции;	1.Низкое завоевывание новых клиентов.
2. Низкая цена по сравнению с конкурентами	2.Низкое продвижение товаров на рынок;
.3.Высокоразвитая ценовая политика.	3. Нехватка рекламы организации;
	4.Отсутствие послепродажного обслуживания.
Финансы	1.Критическая нехватка собственных оборотных средств;
1. Возможность дифференцированной оптовой торговли через оптово-торговые базы.	2.Низкие темпы оборачиваемости активов;
2. Высокие показатели платежеспособности и ликвидности предприятия.	3. Образование большой кредиторской задолженности вследствие наличия валютного кредита
3. Отсутствие просроченной дебиторской и кредиторской задолженности.	4. Финансовая зависимость от кредиторов , предоставляющих кредит под процент

SWOT - матрица

Возможности	**сильные стороны**
1..способность выхода на новые рынки	1. Высокий уровень качества
2. имеющиеся производственные мощности с низким сроком износа выпускаемой продукции	2. Высококвалифицированный персонал
	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 давление конкурентов;	1.низкая прибыльность из-за высоких расходов периода ;
2.Высокие налоговые требования;	2.плохо развитая сбытовая сеть;
3.Медленный рост рынка ;	3.недостаток денег на финансирование необходимых изменений в стратегии.
4.Растущая требовательность у покупателей и поставщиков;	
5.Изменение потребностей;	
6. Неблагоприятные демографические изменения	

АО «Самаркандский винкомбинат имени.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», основанным на экстраполяционном методе. Кроме того, вышеуказанный метод приемлем еще и потому, что предприятие находится 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 – 60 тыс.дал

Водки и ликероводочных изделии-330 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

АО « Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» на внутреннем

и внешнем рынках за 2012- 2019г.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	22076	95,4	1067,1	4,6
2015	27088	92,8	2086	7,2
2016	37483	100		
2017	37141	97	1166	3
2018	43031	98,4	678	1,6
2019	27652	89,5	3253	10,5

.

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.

Основным видом продукции, вырабатываемым на предприятии, является водка и ликероводочные изделия. Освоив массовое производство этой продукции в 2007 г., в настоящее время комбинат производит до 530 тыс.дал водки и ликероводочных изделий. Удельный вес выработки в общем объеме производства составляет 79%.

Традиционным видом производства на комбинате является вино виноградное и коньяк. Их удельный вес колеблется примерно на одинаковом уровне (10-11%). Негативным фактором в деятельности предприятия следует признать последовательное снижение производства вина виноградного за период 2014-2019 г.г.

Основной причиной сложившегося положения следует признать влияние погодно- климатических условий на урожайность винограда, а также резкое снижение площадей, выделяемых под выращивание технических сортов винограда.

Относительно стабильным является выработка коньяка. Несмотря на незначительный удельный вес в общем объеме производства (10%), этот вид продукции имеет повышенный покупательский спрос как на внутреннем, так и на внешнем рынках

АО « Самаркандский винкомбинат имени 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: «Саперави», «Баян- Ширей» « Каберне Совеньон»
2) крепкие: портвейн «Узбекистанский», «Портвейн -55», «Портвейн -53»
3)десертные марочные: «Ширин», «Алеатико», «Узбекистон», «Гуля- Кандоз»;
4) десертные ординарные: «Токай», «Кагор»;

коньяки: «Самарканд», «Старый Самарканд», «Федоров», « Филатов»,

водка и ликероводочные изделия: «Филатов», «Мароканд», бальзам «Самаркандский», «Федоров», «Чистое Серебро», «Чистое озеро», «Самарканд», 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 Самаркандский винкомбинат имени .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 «Старый Самарканд» - коньяк марочный готовится из высококачественных выдержанных коньячных спиртов не менее 15 лет.

Цвет от темно-золотистого до чайно-янтарного, вкус- характерный, слаженный мягкий, гармоничный.
Крепость - 40%
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 область 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 приходится 72,4%.Согласно прогнозным расчетам к 2018 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 « Самаркандский винкомбинат имени .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 « Самаркандский винкомбинат имени 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 «Фар Ваб», качество внешнего оформления продукции которых, составляют достойную конкуренцию продукции Самаркандского винкомбината.

Однако, необходимо отметить, что продукция, производимая комбинатом 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 АО « Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» является ценовая конкуренция при обеспечении высокого качества изделий.

Сравнительный анализ стоимости продукции конкурентов.

	Ед.	**СП«Фарваб»**	**АО«Сырдаре**	**АО«Hamkor**	**АО гул»**	**ООО заган»**	**АО руд»**	**АО вренко**	**АФСАР**	**Бону галдин**
Вино виноградное	1 дал					280000				
Водка	1 дал	178000	178000	224000	240000	1600000			165737	163200
Коньяк	1 дал	354000								

Как видно из таблицы, стоимость винно-водочных изделий, производимых Самаркандским винкомбинатом значительно ниже цен основных конкурентов, что создает дополнительные преимущества в реализации продукции.

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

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.

В Самаркандской области действуют следующие предприятия по выпуску алкогольной продукции

	Наименование предприятия	Место дислокации	Вид продукции
1	АО « Самаркандский винкомбинат имени Ховренко»	г.Самарканд	Вино виноградное, водка, ликероводочные изделия, коньяк, коньячный спирт, вакуум-сусло.
3	ООО « Багизаган»	Тайлякский район	Коньяк, коньячный спирт, ликероводочные изделия, вино виноградное
4	СП «Адас»	Тайлякский район	Коньячный спирт
5	ООО Джамбайшароб	Джамбайский	Коньяк, коньячный спирт, ликероводочные изделия, вино виноградное
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 медалей. Производство коньячных изделий в Республике началось в конце Х1Х веке на Самаркандском винзаводе.

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 « Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» имеет самый большой опыт и самый квалифицированный персонал в области производства коньячных изделий.

Большое внимание управляющая 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 (вино виноградное) 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 « Самаркандский винкомбинат имени 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.

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

В 2018 г. объем продаж алкогольной продукции на территории РУз составил 18,3 млрд.сум, в т.ч. по Самаркандской области- 3,7 млрд сум

Таким образом, АО « Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» претендует на долю регионального рынка-около-7 % и местного рынка -40 %

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 «Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» по областям Республики за 2015-2019 г.г.

Тыс.дал

Область	2015 год			2016 год			2017 год			2018 год			2019 год		
	Вино	Коньяк	Ликеров	Вино	Коньяк	Ликеров	Вино	Коньяк	Ликеров	Вино	Коньяк	Ликеров	Вино	Коньяк	Ликеров
Андижанская				0,4	5	2,9	99	5,6	0,8	2,67	1,05	0,2		0,627	0,262
Бухарская	22,5	1,4	8,0	0,2	1,3	5,8		1,8	2,4	7,6	2,7	0,05	13,7	3,01	18,93
Джизакская	2,8	1,0	61,7	3,2	2,8	37,5	2,3	4,5	40,5	7,8	3,7	32,9	8,725	2,83	9,65
Навойинская	0,1	0,9	20,9	2,2	1,9	39,5	0,2	1,7	13	1,3	1,1	3,1	1,1	0,6	0,6
Самаркандская	67,9	20,9	364,7	45	16,2	423,0	37,7	21,5	380,8	57,4	45,1	337,4	15,29	19,57	94,93
Сырдарьинская					0,3	1,6		0,7	5,9				0,057	0,05	0,14
г.Ташкент	0,8	2,0	8,9	1,6	6,6	12,2	0,5	2,2	4,9	1,0	2,9	1,9	0,549	2,437	2,853
Ташкентская	0,07	0,9	15,3	1,2	11,5	8,8	0,9	11	10	1,8	8,3	5,7	23,7	12,1	31,5
Ферганская	3,9	7,9	4,2	2,1	5,6	1,5		4,3	0,2		0,15	0,6		1,1	
Кашкадарьинская		0,3	0,1		1	0,6		0,4			0,5			0,375	
Наманганская				7,7	2,2	0,1	10,2	1,6		4,6	0,8	0,4		0,75	
Итого	89,7	52,8	489,9	63,6	54,5	533,5	52,1	55,7	458,7	84,2	66,4	382,2	63,96	44,87	171,9

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

На АО «Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» на 2019год 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 « Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» со своими потребителями(оптово- торговые базы «Шаробсавдо»

№	Наименования шароб савдо	Фактически на 2017 г			Фактически на 2018 г			Фактически на 2019 г		
		Вино виног.	Коньяк	Водка и ликерово д изд	Вино виног.	Коньяк	Водка и ликерово д изд	Вино виноград ное.	Коньяк	Водка и ликерово д изд
1	Ок арик	2,53	4,82	89,7	2,93	7,32	60,2	4,2	6,5	35,7
2	Каттакурган	25		7,3	0,96	0,84	0,8	2,8	5,6	14,35
3	Малик		0,09	5,6				0,06	0,05	0,14
4	Водил									
5	Самарканд шахар	1,36	0,26	9,15	0,49	0,11	2,59	0,24	0,04	0,52
6	УП Кибрай	0,12	2,43	2,8						
7	Самарканд туман	6,3	7,72	112,7	10,9	5,31	82,2	4,8	5,58	22,56
8	Марказ	0,5	0,25	2,57	0,96	0,84	0,8		1,13	
9	Навоий	0,17	0,56	2,4						
10	Иштихон	0,7	0,77	12,4	3,06	0,93	33,83	1,2	1,6	13,1
11	Кызил тепа	0,02	1,16	10,6	1,31	1,1	2,2	1,12	0,62	0,64
12	Осие		4,38	0,22		0,15	0,13		1,11	
13	Галла орол	0,24	1,2	14,1	3,4	1,36	20,36		0,4	2,9
14	Дустлик	2,06	3,3	25,84	4,45	2,37	12,55	8,72	2,12	5,92
15	Олот							11,39	1,11	17,28
16	Сифат	1,85	0,6	32	4,47	0,76	25,46	2,06	0,29	8,67
17	Пешку			1,25		1,43		0,05	1,9	1,65
18	Шампан вино							21,54	6,78	29,33
19	Даштообод	0,08	0,08	0,62					0,27	0,43
20	Баликчи	0,1	1	0,2	0,1	0,15	0,21			
21	Мирзо Улугбек							0,55	0,82	1,33
22	Чирчик							0,83	0,82	1,4
	Итого	52,16	55,76	458,7	84,18	66,35	382,23	63,94	44,83	171,85

Сведения о реализации продукции АО «Самаркандский виномбинат иени Ховренко» оптово-торговым базам « Шаробсавдо» за 2015- 2019 г.г.

тыс дал

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»; «Каберне Совиньон», « Кагор». Из ликероводочной продукции - « Парламент», « Чистое серебро», « Легенда Самарканда», « Самарканд», « Мароканд» , « Филатов».
Из коньяков – « Самарканд», « Филатов», «Старый Самарканд».

Данные о реализации продукции АО « Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» за 2015- 2019 г. представлены в следующей таблице:

Объемы продаж.

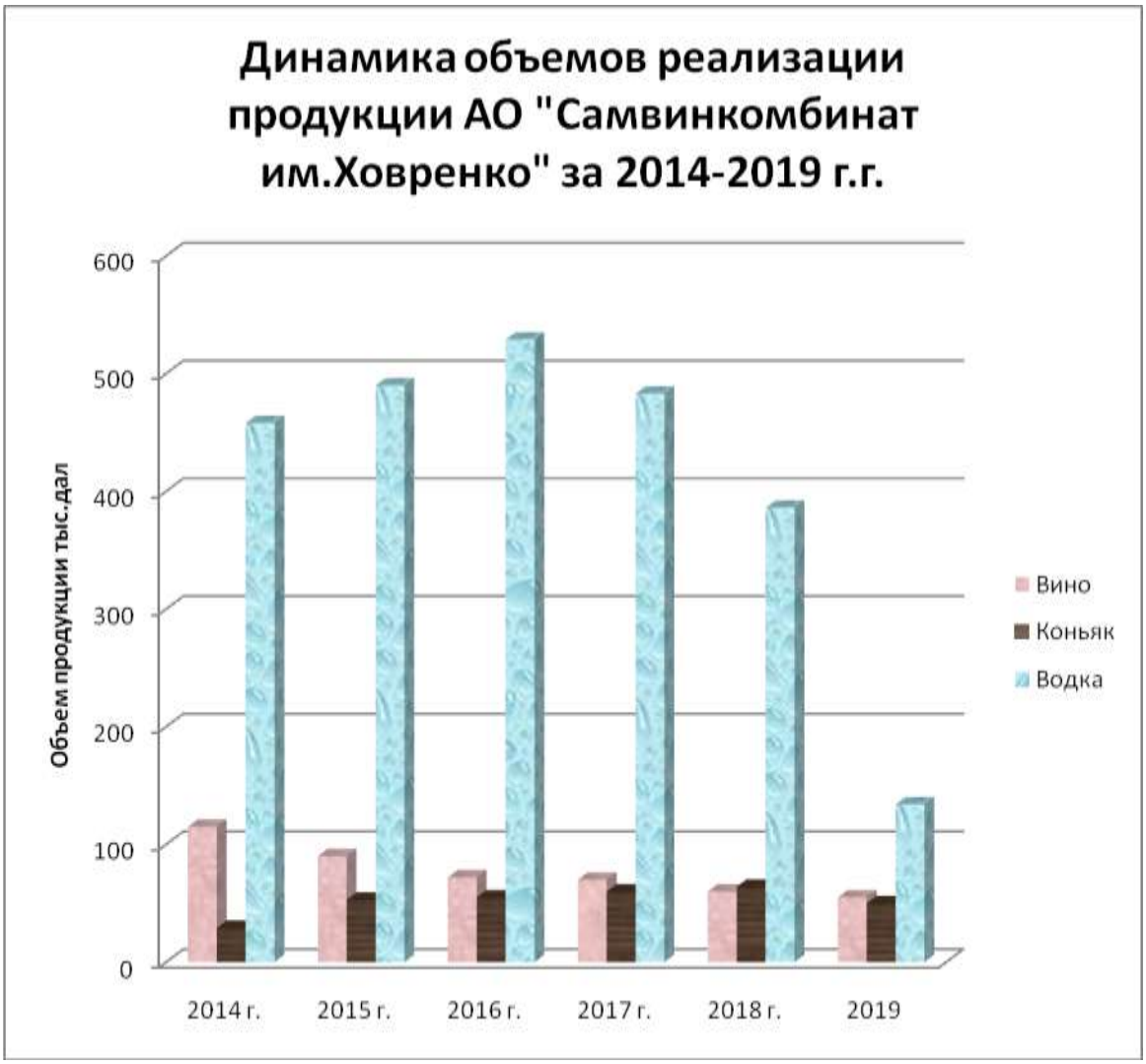
В тыс.дал

	2014 г	2014г в % к 2013г	2015 г	2015 г в % к 2014 г	2016 г	2016 г в % к 2015 г	2017 г.	2017г. в % к 2016г	2018 г.	2018г. в % к 2017 г	2019 г.	2019г В % к 2018г
Вино виноград ное	116	109,4	89,7	77,3	64	80,2	52	81,2	84	161,5	64	76,2
Коньяк	36	100	52,8	146,6	55	104,1	56	101,8	66	117,8	45	68,2
Водка и Ликерово д. изд.	465	97,2	489,9	105,3	533	107,9	459	86,1	382	83,2	172	45

Из таблицы видно, что объем реализации традиционной продукции (ликероводочные изделия, вино виноградное) 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 предприятие занимает довольно устойчивое положение, о чем свидетельствует достаточно стабильный состав потребителей продукции на протяжении ряда лет.



На 2020 г прогноз розлива водок и ликероводочной продукции намечен в количестве 150 тыс.дал., вина виноградного- 60,0 тыс.дал, коньяка- 55,0 тыс.дал.

Прогноз на предстоящий период был установлен исходя из сложившейся тенденции реализации продукции, колебаний конъюнктуры рынка алкогольной продукции, а также покупательной способности потребителей продукции.

Кроме того, на значительное сокращение прогнозируемых объемов производства в значительной степени повлияла санитарно-эпидемиологическая обстановка, сложившаяся в Республике в связи с началом пандемии коронавируса аво всем мире.

Как показывает диаграмма, в последние годы сложилась негативная тенденция снижения объемов реализации вина виноградного. Так, если в 2014г. было реализовано 115 тыс.дал этой продукции, в 2015г – 90,0 тыс. дал., то в 2017г. объем продаж снизился до 52 тыс.дал. Соответственно, прогноз реализации вина виноградного на 2020г. установлен в количестве 60 тыс.дал.

Стабильные показатели реализации коньяка. Так, если в 2014 г. было реализовано 29 тыс.дал, то в 2015г. объемы продаж возросли до 53 тыс.дал, а в 2017г. до 56 тыс.дал. В 2020 г. намечен розлив и реализация 65,0 тыс.дал коньяка.

Наметившаяся было тенденция увеличения объемов реализации водки и ликероводочных изделий была прервана в 2017г. резким падением объемов продаж до 459 тыс.дал., в то время как в 2015г. было реализовано 490 тыс.дал., а в 2016г.- 534 тыс.дал продукции.

Основной причиной сложившегося положения является появление на внутреннем рынке конкурентоспособной продукции предприятий – производителей по демпинговым ценам, что создало определенные трудности, связанные со сбытом алкогольной продукции.

Кроме того, немаловажное влияние на падение темпов роста реализации продукции оказало невыполнение прогнозных показателей бизнес- плана по розливу водки и ликероводочных изделий, что является следствием отсутствия с начала 2019г. достаточного объема собственных оборотных средств, необходимых для приобретения спирта- ректификата и вспомогательных материалов.

АО « Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» имеет свои прочные позиции на внешнем рынке, о чем свидетельствует положительная динамика объемов роста экспорта продукции.

Объем экспорта АО « Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» за 2012-2019 г.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
2017	Россия	Спирт коньячный	315	40
2018	Киргизия	Спирт коньячный	82	26
2019	Россия, Казахстан	Спирт коньячный	369	В 4,5р

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 Россию, что связано с 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 техническому перевооружению 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.

Основным видом продукции, вырабатываемым на предприятии, является водка и ликероводочные изделия. Освоив массовое производство этой продукции в 2007 г., в настоящее время комбинат производит до 530 тыс.дал водки и ликероводочных изделий. Удельный вес выработки в общем объеме производства составляет 79%.

Традиционным видом производства на винкомбинате является вино виноградное и коньяк. Их удельный вес колеблется примерно на одинаковом уровне (10-11%). Негативным фактором в деятельности предприятия следует признать последовательное снижение производства вина виноградного за период 2014-2019 г.г.

Основной причиной сложившегося положения следует признать влияние погодно- климатических условий на урожайность винограда, а также резкое снижение площадей, выделяемых под выращивание технических сортов винограда.

Относительно стабильным является выработка коньяка. Несмотря на незначительный удельный вес в общем объеме производства (10%), этот вид продукции имеет повышенный покупательский спрос как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

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 « Самаркандский винкомбинат имени 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 предприятие 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 комбината 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 2020 год.

Наименование ОТБ «Шаробсавдо»	Ед.изм	Вино	Коньяк	Ликероводочн. изделия.	сумма млн. сум
Галлаорол	Тыс дал	1,0	1,0	5,0	4420,0
Тошкент		0,5	1,0		500,0
Кургон тера			5,0		880
Охангарон			2,0		800
Самарканд шахар		17,0		175,0	2910
Юнусобод			1,0	1,0	500
Шампан вино		15,0	15,0	50,0	29600
Самарканд туман		2,0	1,0	5,0	16827,0
Малик		2,0	2,0	5,0	1000
Нишон		1,0	1,0	2,0	
Кизил тепо		1,0	0,1	3,0	1390
Марказ			0,5		335
Карши		1,0	1,0	2,0	
Дустлик		5,0	1,0	10,0	3870
Чиланзар		0,5	3,0	1,0	1700
Бухара шахар			2,0	3,0	3500
Сифат		4,0	1,0	5,0	6660
Шахрихон		1,0	2,0	2,0	900
Олот		2,0	5,0	40,0	730
Даштообод			0,2	2,0	550
Иштыхон		2,0	1,0	12,0	9600
Баликчи		1,0	3,0	1,0	1590
Хужаобод		1,0	2,0	2,0	1000
Осие			1,0		350
Ок арик		1,0	3,0	20,0	15380
Карши		1,0	1,0	2,0	1000
Чиланзар		0,5	3,0	1,0	
Яккабаг		2,0	2,0	1,0	890
Шарк		1,0	2,0	1,0	
Корадаре			2,0	1,0	
Итого		64	66	365	**39430,0**

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

Млн.сум

Емкость и сегменты рынка	Вино	Водка и ликеро-водка	коньяк
1.Емкость рынка Республики в.т.ч Самаркандская область	3570 262,8	14573 13488,7	141 40,3
2.Потенцильный объем 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 « Самаркандский винкомбинат имени 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 « Самаркандский винкомбинат имени 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, которые в сезон виноделия 2019 года поставили 3,564 тыс. тонн винограда, что составляет 33,3 % от потребности комбината в винограде.

Выполнение договоров-контрактации на поставку винограда в 2019г.

тонн

№п/п	Наименование фермерского хозяйства	Город/Район	Заключено договоров	Фактически поставлено
1	«Маска узум боглари» Агрофирмаси	г Каттакургон	200	115
2	«Миенкул саховат боглари»	г. Иштихан	250	98
3	«Субхон бобо» фермер хужалиги	Самарканд район	201,2	102
4	«Дилмурод Рахматзода» ф/х	Самарканд район	100	81
5	«Азизов Курбон» ф/х	Самарканд район	65,8	15
6	«Пешкун Парранда» Агрофирма	Самарканд район	61,0	18
7	«Ахроркул Носиров» ф/х	Самарканд район	60,0	8
8	«Норбутаев Жононбек Баходир» ф/х	г. Иштихан	30, тонн	5

Поставщиками вспомогательных материалов являются частные фирмы, совместные предприятия

Список договоров на вспомогательные материалы, заключенные на 2019 г

№	Наименование предприятия	Дата заключения	Наименование изделия	Количество	Сумма Тыс сум
1	ООО Soft clear waters	№ 03 .03/01/18	Укупорочные полимерные средства		1500000
2	ООО «BEATU GIASS DEKOR»	№7 .09.02.18	бутылки	300000	648000
3	СП «Universal packsystem»	№12. 03.01.18	Колпачки . пробки	7300000	1734600
4	ООО ATLANTIS TRANS GROUP	№ 3 05/01/18	Гофро коробки,поддон		300000
5	ООО Дурдона комплекс сервис	№3.03.01.18	Термо колпачки	11000000	651000
6	АО Кварц	25.11.17	бутылки		1500000
7	ООО INTER FLEKS GROUP	№5 10.01.18	Этикетки	100000	27100

5.1.2 Требования к качеству сырья и способы его подготовки. Соответствие местного сырья требованиям технологий.

Требования к качеству винограда- как основного источника сырья для производства вина виноградного, регламентируется Государственным стандартом Узбекистана (Oz DSt 638:2011) Общими техническими условиями « Виноград свежий ручной уборки для промышленной переработки на виноматериалы»

Требования вышеуказанного стандарта являются обязательными и регламентируют требования к качеству продукции , обеспечивающие безопасность для здоровья потребителей и охраны окружающей среды.

В данном стандарте указаны общие технические требования к качеству используемого в производстве винограда, его характеристики и нормы, а также требования безопасности, правила приемки, методы определения качества, методы контроля, упаковка и транспортирование.

5.3. Обеспечение энергоресурсами

Предприятие обеспечивается энергоресурсами посредством трансформаторной подстанции № 121 мощностью 250 кВа. За год потребление электроэнергии составляет 630 тыс.кВт

ТЕПЛОСНАБЖЕНИЕ.

№№ п/п	Наименование	Ед изм	Количество	Дополнительные сведения
1	Собственная котельная Котлы № 1- Е 1/9 № 2- ДКВР – 6,5 -13	шт шт	1 1	1 тонн / час 6,5 тонн/ час
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_____4,89 га
в том числе
- площадь застройки_____1.814 га
- площадь проездов_____1,489 га

- площадь озеленения_____0.02 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 мЗ/сутки, из которых 5 мЗ/сут идет в продукт, 32 мЗ/сут - на подпитку оборотного водоснабжения, 5 мЗ/сут – безвозвратные потери.

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

7. Проектирование и технология:

7.1. Производственная мощность предприятия.

Установленная производственная мощность по комбинату в 2019 году составила: по вину виноградному – 100 тыс. дал, коньяку – 30 тыс. дал, ликероводочным изделиям – 610 тыс. дал, выработке спирта коньячного- 50 тыс.дал

В 2018г. использование мощностей составило: по вину виноградному-60%, коньяку-213%, водки и ликероводочным изделиям-64,3%.

В 2017 г. было розлито 116 тыс.дал вина виноградного, 36 тыс.дал коньяка и 465 тыс.дал водки и ликероводочных изделий, следовательно использование производственных мощностей составило: по вину виноградному- 116 %, коньяку-90 %, по водке и ликероводочным изделиям- 76,2%.

В 2015г. использование производственных мощностей составило: по вину виноградному- 101%, по коньяку- 115%, по водке и ликероводочным изделиям- 84,4%.

В 2016г. розлив вина виноградного составил 72 тыс.дал, коньяка -55 тыс.дал, водки и ликероводочных изделий- 529 тыс.дал. Использование производственных мощностей составило: по вину виноградному- 72%, по коньяку- 137,5%, по водке и ликероводочным изделиям- 86,7%.

годы	Использование производственных мощностей					
	Вино виноградное		Коньяк		Водка и ликеровод.изд.	
	Установленная Мощность, Тыс.дал	Использование. Мощности, %	Установленная. Мощность, Тыс.дал	Использ. Мощности, %	Установленная Мощность, Тыс.дал	Использ. Мощности, %
2014	100	116	30	90	610	76,2
2015	100	101	30	115	610	84,4
2016	100	72	30	183,3	610	86,7
2017	100	70	30	200	610	79,2
2018	100	70	30	200	610	81,6
2019	100	55	30	216,7	610	22,0

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

Самые высокие показатели по использованию мощности оборудования в 2019 г. по розливу коньяка – 216,7 % ; самые низкие по розливу водки и ликероводочных изделий-22 %. Необходимо при этом отметить, что предприятие выполняет требование лицензионного соглашения, согласно которого использование производственных мощностей должно составляет не менее 60 %.

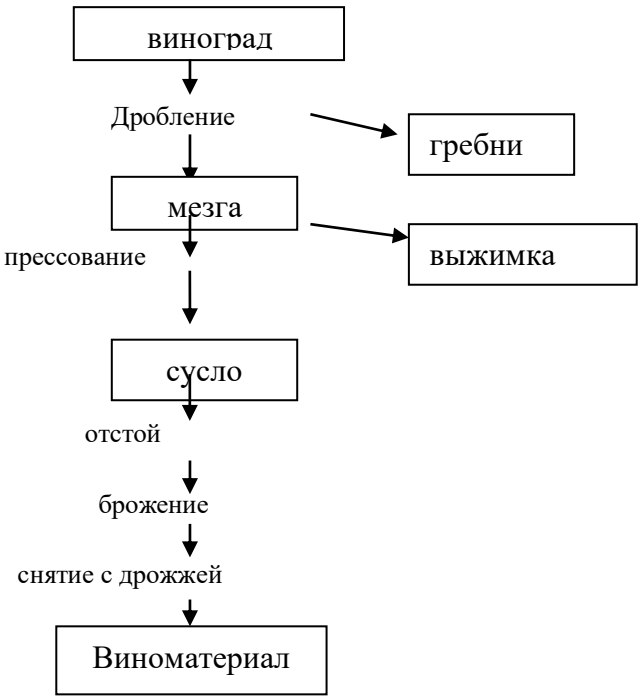
7.2 Технология и оборудование.

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).

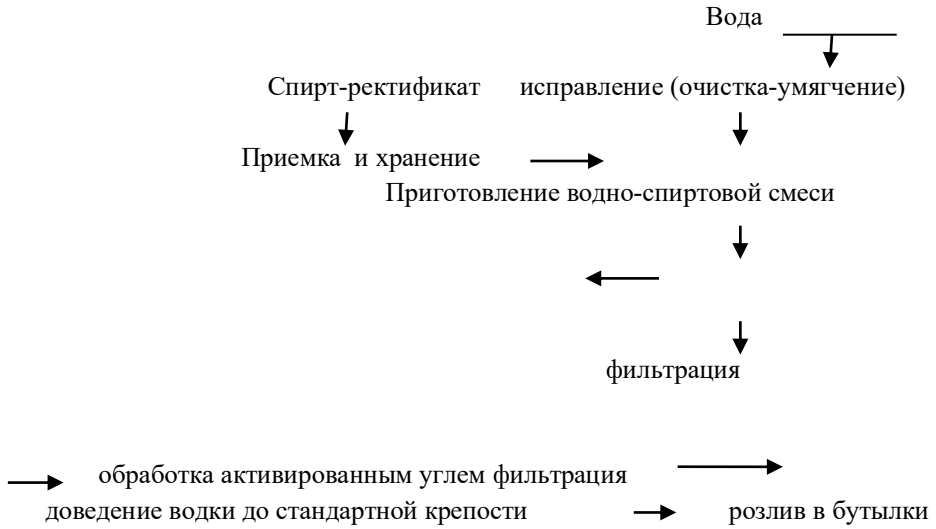
Выдержка коньячных спиртов производится как по классической технологии, так и усовершенствованным способом, заключающимся в ускоренном методе созревания спиртов с добавлением дубового гранулята.

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 клееми 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 была осуществлена 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

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 22000:2009.

Управленческий персонал прошел курс обучения принципам и положениям системы менеджмента качества , по итогам которого АО им. Ховренко был выдан сертификат, которым удостоверяется, что система менеджмента качества была оценена посредством аудиторской проверки, задокументированной в отчете, и признана соответствующей требованиям международного стандарта: ИСО22000:2009
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, комбинатом 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 2018г. заготовил и переработал 2165 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 350 млн.сум, что составляет 2% к прогнозируемой себестоимости, а именно:

1. Экономия электроресурсов- 350млн.сум или 0,2%
2. Оптимизация затрат на сырье и материалы -50 млн.сум или 0,3%
3. Оптимизация расходов на содержания АУП -35,0 млн.сум или 0,3%
4. Оптимизация технологических процессов, снижения технологических потерь-27,0 млн.сум или 0,3%
5. Оптимизация численности производственно-промышленного персонала - 30,0 млн.сум или 0,3%
6. Снижения удельных затрат за счет увеличения производительности труда и основных фондов-30,0 млн.сум или 0,3%
7. Снижения производственных косвенных затрат и эксплуатационных расходов-53,0 млн.сум или 0,3%

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 Самаркандского винкомбинат 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 товароматериальных 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 2020г. запланированы в сумме 1020,5 млн.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 « Самаркандский винкомбинат имени Ховренко» по состоянию на 1.01.2019г. составляет 221 чел., что соответствует количеству, необходимому для обслуживания производства.

Весь персонал подразделяется на : основной (производственный) - 185 чел., управленческий - 24 чел, обслуживающий - 7 чел, технический-5 чел.

Численность и состав работников АО Самаркандский винкомбинат им.Ховренко за период 2016- 2018г

Наименование показателей	Ед. изм.	2016 год		2017 год		2018 г		2019 г		Отклонение (+,-)		
		Кол-во	Уд.вес в общей числен.	Кол-во	Уд.вес в общей числен.	Кол-во	Уд.вес в общей числен.	Кол-во	Уд.вес в общей числен.	2018г от 2016 г	2018 г от 2017 г	2017г от 2016 г
Среднегодовая численность	чел	196	100	204	100	214	100	226	100	+18	+10	+8
Списочная численность на конец года всего:	- // -	204		226		239		212		+35	+13	+22
В том числе рабочие	- // -	152	77,5	160	78,4	197	92			+45	+37	+8
Служащие	- // -	19	9,7	25	12,2	24	11,2			+5	-1	+6
Из них: руководители	- // -	9	4,6	8	4	7	3,2	7	3,1	-2	-1	-1
Специалисты	- // -	18	9,1	24	11,7	24	11,2	25	11,1	+6		+6
Технический персонал	- // -	5	2,6	4	1,9	4	1,9	7	3,1	-1		-1
Из общего количества:	- // -											
Женщины	- // -	58	29,6	70	34,3	64	30	66	29,2	+6	-6	+12
Мужчины	- // -	145	74	134	65,7	175	81,7	146	64,6	+30	+41	-11
Численность пенсионеров	- // -	8	4,0	13	6,3	20	9,3	22	9,7	+12	+7	+5
В том числе женщин	- // -	4	2,0	7	3,4	7	3,3	7	3,1	+3		+3

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 АО Самаркандский винкомбинат им.Ховренко за период 2016-2019г.г

Наименование показателей	Ед. изм.	2016 год		2017 год		2018 год		2019 год		Отклонение (+,-)		
		Кол-во	Уд.вес в общей числен.	Кол-во	Уд.вес в общей числен.	Кол-во	Уд.вес в общей числен.	Кол-во	Уд.вес в общей числен.	2018г от 2016 г	2018г от 2017 г	2017г от 2016 г
Списочный численность конец года всего	Чел	204	100	226	100	239	100			+35	+13	+22
В том числе образование:												
Высшее	- // -	26	26	30	13,2	29	12,1			+3	-1	+4
Средне специальное	- // -	42	20,5	49	21,6	51	21,3			+9	+2	+7
Среднее и неполное среднее	- // -	136	66,6	147	70,7	159	66,5			+23	+12	+11
Возрастной состав												
До 24-х лет	- // -	19	9,3	23	10,1	19	8				-4	+4
25-29 лет	- // -	27	13,2	24	10,6	17	7,1			-10	-7	-3
30-39 лет	- // -	43	8,9	67	29,6	94	39,3			+51	+27	+24
40-49 лет	- // -	40	19,6	49	21,7	43	18			+3	-6	+9
50-54 лет	- // -	39	19,1	27	12	26	10,8			-13	-1	-12
55 и старше	- // -	33	16,1	49	21,7	40	16,7			+7	-9	+16

9.3.Штатное расписание

Штатное расписание рассчитано на 222 чел., где АУП- 9 чел., специалисты управления- 16 чел., обслуживающий персонал - 25 чел., технический- 4 чел., производственный персонал- 168 чел.

Расчеты численности и фонда оплаты труда определены исходя из паспортных и технических данных технологического оборудования 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 имени .Ховренко на 2020 г. с разбивкой по кварталам

		год	В том числе по кварталам								
			1 квартал		2 квартал		3 квартал		4 квартал		
	чис	фонд	чис	фонд	чис	фонд	чис	фонд	чис	фонд	премия
ВСЕГО	222	2768378659	215	676500000	215	676548983	230	680440783	230	681138893	53750000
Производ персонал	194	2191547587	187	534466232	187	534515215	202	537411015	202	538405125	46750000
Непром	5	62046000	5	14775000	5	14775000	5	15771000	5	15475000	1250000
Сп.упр	16	328420484	16	81105121	16	81105121	16	81105121	16	81105121	4000000
АУП	7	186364588	7	46153647	7	46153647	7	46153647	7	46153647	1750000

Таким образом, ФОТ на комбинате на 2019г. составляет 2768,3 млн.сум, в т.ч.сумма запланированной премии – 53,7 млн. сум. Средняя заработная плата в расчете на 1 работника составит 1039,1 тыс.сум. Единый социальный платеж составляет 25% от ФОТ, следовательно, общие затраты по оплате труда составят 3460,3 млн.сум.

10. Кредитные обязательства общества.

10.1.Информация по использованию кредита и стадия их осуществления

По состоянию на 1.09.2019г. предприятие имеет задолженность по кредитам в сумме 6,3 млрд.сум.

АО « Узшаробсаноат» предприятию был выдан краткосрочный заем на приобретение винограда в сезон виноделия в сумме 4,0 млрд.сум., сроком на 1 год на условиях 10% годовых. Срок уплаты выделенного займа истек в январе 2020г..

Также, в мае 2019г. предприятию был выделен кредит в сумме 1900,0 млн.сум на условиях кредитования 24 % годовых. Погашение будет осуществляться равными долями, начиная с июля т.г. Срок погашения наступает в мае 2020г. В настоящее время погашено 570,0 млн.сум, оставшуюся часть задолженности предприятие будет погашать равными долями по 190,0 млн.сум в течение 4 месяцев 2020 г.

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

Возврат кредита

В млн.сум

Дата получения кредита	условия	Сумма кредит	Возврат основного долга	В т.ч. по месяцам											
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
02.05.2019	24% годовых	1900,0	1330	190	190	190	190								
10.09.2018	10%	4000,0	4000	500	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0				
10.09.2018	7% на 7 лет	1000,0	144	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
01.11.2019	26%	1500,0	1500		166	167	167	167	167	167	167	167	167	167	16

10.3. Информация о планируемых кредитах

Для приобретения сырья и вспомогательных материалов в целях бесперебойного обеспечения процесса производства на 2020 год предприятие планирует заимствовать в «Узсаноат курилишбанк»е кредит в сумме 3,0 млрд.сум со ставкой рефинансирования 24% в год и 3,0 млрд.сум со ставкой рефинансирования 26% сроком на 1год.

Кроме того, для успешного выполнения прогнозов по заготовке и переработке винограда в сезон виноделия 2020г. предусмотрено заимствование ссуды в сумме 4,0 млрд.сум из Фонда развития виноградарства и виноделия сроком на 1 год.