

Основная стратегия развития АО «САМАРКАНД КОНСЕРВА»

Предпосылки, создаваемые Правительством Республики Узбекистан для развития предпринимательства, привлекают энергичных и инициативных предпринимателей к организации и налаживанию определенных сфер деятельности в частном секторе. Тем более одним из факторов экономической политики, проводимой Правительством (Указ Президента Республики Узбекистан № VII-3202 от 24.01.2003 г. «По кардинальному увеличению доли частного сектора в экономике Узбекистана»), является развитие малого и среднего бизнеса, которые должны быть ведущим рычагом в развитии частного сектора экономики.

Узбекистан располагает достаточным потенциалом, который позволяет преодолеть трудности, переломить кризис, достичь своей экономической независимости. Выращиваемые в республике сельскохозяйственные продукты, благодаря таким важным факторам как благоприятные природные условия пользуются огромным спросом, как на внутреннем рынке, так и на внешнем.

Основные концепции принятой стратегии следующие:

Стратегическая цель:	Завоевание доли рынка, приблизительно 30 % от общего.
Основа повышения конкурентоспособности:	Обеспечение общего уровня затрат, более низкого, чем у конкурентов при высоком качестве продукции.
Основной принцип организации производственной деятельности:	Постоянный поиск возможностей для снижения затрат без потери достигнутого уровня качества.

Это основная стратегия предприятия.

I. Введение

1.1 Основание и краткая история. Предприятие образовано в 1942 году на базе эвакуированного завода «Серп и Молот» из города Симферополя. В 1994 году предприятие преобразовано в коллективное предприятие «Самарканд-консерва». В 1997 году в акционерное общество открытого типа «Самарканд-консерва», в 2000 году - в совместное Узбекско - Российское предприятие ОАО «Самарканд-консерва», а в 2006 году - в открытое акционерное общество «Самарканд-консерва». Территория, занимаемая предприятием - 9,4 га.

1.2 Уставной капитал. Размер Уставного капитала акционерного общества – 692947,6 тыс. сум, который распределен по следующим долям:

- ООО «Русское Поле»	- 5,66%
- ЧП «Ориен»	- 72,85%
- К. Ишанкулов	- 2,8 %
- О. Бакиев	- 14,47%.
- Зияев С	-2,1
- Трудовой коллектив	- 2,13%

II. Рынок и концепция маркетинга

В целях постоянного и устойчивого роста благосостояния населения Правительство страны проявляет особую заботу по созданию устойчивой продовольственной базы, акцентируя внимание на реконструкцию действующих и строительство новых предприятий по переработке продуктов сельскохозяйственного производства, а также развитию аграрного сектора экономики - фермерских хозяйств.

Флодоовощной сектор исконно считался ориентированным на экспорт. На сегодняшний день основными продуктами отрасли, способными конкурировать на международном рынке являются томатопродукты, овощные маринады, икра и пюре из баклажанов и кабачков, фруктовые компоты, а также концентраты осветленных фруктовых соков, при условии соответствия их качества требованиям международных стандартов качества и гигиены, а также внешнего оформления.

Преимущество в отношении издержек (доступ к более дешевому сырью) обеспечит защиту от конкуренции. Для проведения стратегии лидерства по издержкам предусмотрено:

- приобретение оборудования, отвечающее мировым стандартам по технологии производимой продукции;
- создание собственной базы по выращиванию сырья на собственных полях;
- тщательный контроль за качеством производимой продукции;
- система сбыта, не требующая больших затрат.

III. Основные достоинства проекта

- наличие основного сырья на территории Самаркандской области;
- наличие готовых производственных площадей и инфраструктуры;
- выпускаемая продукция экспортоориентирована и пользуется постоянным спросом;
- оборудование основано на технологиях несложного обращения, способно достичь высоких результатов с невысокими производственными расходами.

Реализация проекта принесет ощутимую пользу обществу, так как плодоовощная продукция является неотъемлемой частью здорового рациона питания и соответственно будет пользоваться постоянным спросом любой группы потребителей.

Употребление плодоовощной продукции благоприятно влияет на здоровье человека, оптимальное сочетание легко усвояемых компонентов делают их ценными для диетического и лечебного питания и поэтому найдут широкий спрос на потребительском рынке.

IV. Маркетинговые исследования и анализ рынка

Узбекистан исторически по своим природно-климатическим условиям является основным производителем фруктовых компотов, консервированных овощей и икры овощной в регионах Центральной Азии. Традиционно плодоовощная продукция была всегда частью потребительского рынка Узбекистана.

Исходя из основных тенденций в Европе и из обзора местного рынка на предстоящие годы, можно сделать вывод о том, что потребление плодоовощной продукции в Узбекистане будет увеличиваться в среднем на 7 – 10 % в год. Продукция нашего предприятия будет ориентирована в основном на экспорт. Однако основным потребителем плодоовощной продукции Узбекского производства по-прежнему остается Россия. Украина, Казахстан.

V. Конкуренция и другие внешние факторы.

Фруктовые компоты, овощные пюре и консервированные овощи на рынке не являются на сегодняшний день новым видом продукции. В процессе проработки проекта были изучены методы и организация работы бизнес-партнеров, потенциальных конкурентов ОАО «Самарканд-Консерва». Наряду с традиционными производителями соков, томатов, консервированной продукции, сухофруктов, как консервные заводы, СП «Агромир», СП «Сиёб Саховати», появились и новые частные предприниматели в Тайлякском и Самаркандском районах, продукция, которых востребованы в странах СНГ.

Благодаря высокому качеству продукции, относительно низким по сравнению с конкурентами ценами, ОАО «Самарканд-Консерва» сможет опередить конкурентов по объемам производства и сбыта

Основная маркетинговая деятельность предприятия будет сосредоточена на группах крупных потребителей. В маркетинговую программу ОАО «Самарканд-Консерва» включено привлечение покупателей путем создания оригинальной этикетки на продукцию. На предприятии ведется активная работа по переписке с крупными клиентами, имеющими стабильную потребность в плодоовощной продукции за рубежом.

При оптимальной схеме доставки продукта будет использована модель, снижающая расходы по доставке продукции до конечного потребителя.

VI. Мероприятия по финансовому оздоровлению и восстановлению платежеспособности общества

Для преодоления финансовых затруднений необходимо:

- принятие всех мер по взысканию просроченной дебиторской задолженности и недопущение ее впредь;
- сокращение до минимума издержки производства и сбыта продукции за счет максимальной загрузки производственных мощностей;
- проведение маркетинговых исследований по поиску потенциальных покупателей как на местном рынке, так и в странах ближнего зарубежья;
- произведение своевременных расчетов с бюджетом и поставщиками во избежание от уплаты неустоек;
- заключение фьючерских контрактов с покупателями заказчиками;
- модернизация производственных мощностей и технологических процессов, а также внешнего дизайна готовой продукции в соответствии требований международных стандартов.

VII. История и роль проекта в национальной экономике.

За период государственной независимости, в плодоовощную отрасль Республики было привлечено более 200 млн долл США и создан ряд совместных предприятий, число которых превышает две сотни, с участием немецких, российских, швейцарских, американских, корейских и других зарубежных инвестиций по производству томатной пасты и консервы овощных продуктов.

Объем экспорта плодоовощной продукции Республики с каждым годом увеличивается в количественном и стоимостном выражении и география ее экспорта расширяется. Так, согласно данным Государственного таможенного комитета Республики Узбекистан (ГТК РУ) в 2013 году объем экспорта плодоовощной продукции составил более 950 тыс тонн на сумму 180,1 млн.долл США.

Потенциал плодоовощной отрасли Республики Узбекистан велик и если правильно, целенаправленно использовать имеющийся потенциал то Республика может в будущем стать одним из крупнейших производителей и экспортеров высококачественной и конкурентоспособной плодоовощной продукции в мире.

Деятельность ОАО «Самарканд-Консерва» в значительной степени направлена на выполнение задач, стоящих перед плодоовощной отраслью Республики Узбекистан.

VIII. Лицензирование

Для функционирования производства получены все необходимые специальные разрешения и лицензии.

Качества продукции оценивается в лаборатории Госстандарта с получением соответствующего сертификата.

Санитарно-гигиенические параметры контролируются санэпидстанцией г.Самарканда.

IX. Производственные мощности предприятия

В настоящее время установленная мощность предприятия состоит из следующих перерабатывающих линий по производству:

- томат паста	- 400 тонн	-
овощной икры и пюре	- 200,0 тыс.банок	
- овощных маринадов	- 300,0 тыс.банок	

Общая установленная мощность на составляет 900,0 тонн плодоовощных консервов в сезон.

Фруктовые соки, овощные маринады и компоты выпускаются в маринадном цехе, икра и пюре из баклажанов и кабачков - в овощном цехе, томатопродукты - в томатном цехе.