

DEVELOPMENT OF INTEGRATION RELATIONS IN THE AREA OF PRODUCTION AND PROCESSING OF GRAIN

Shokhuzhaeva Z.S.¹, Akbarova Sh. Ya.² (Republic of Uzbekistan)

Email: Shokhuzhaeva249@scientifictext.ru

¹Shokhuzhaeva Zebo Safoevna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor;

²Akbarova Shakhnoza Yakubovna - Master Student,
DEPARTMENT OF INNOVATIVE ECONOMICS,
KARSHI ENGINEERING-ECONOMICS INSTITUTE,
KARSHI, REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: this article reflects the strategic importance of grain production in our country and topical issues of meeting the population's demand for flour products through the industrial processing of grain products. One of the priorities in our country is the sustainable development of the grain industry, the modernization and diversification of the processing industry and the strengthening of food security in the country. Therefore, the indicators of grain processing in JSC "Dunyo M", operating in the Kashkadarya region, were analyzed, important aspects of marketing services for the sale of products were highlighted and the author developed proposals.

Keywords: cereals, flour products, cereals, compound feed, bread and bakery products, marketing services, advertising and foreign trade.

РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ В ОБЛАСТИ ПРОИЗВОДСТВА И ПЕРЕРАБОТКИ ЗЕРНА

Шохужаева З.С.¹, Акбарова Ш.Я.² (Республика Узбекистан)

¹Шохужаева Зебо Сафоевна – кандидат экономических наук, доцент;

²Акбарова Шахноза Якубовна – магистрант,
кафедра инновационной экономики,
Каршинский инженерно-экономический институт
Карши, Республика Узбекистан

Аннотация: в данной статье отражено стратегическое значение зернового производства в нашей стране и актуальные вопросы удовлетворения спроса населения на мучные изделия за счет промышленной переработки зерновых продуктов. Одним из приоритетов в нашей стране является устойчивое развитие зерновой отрасли, модернизация и диверсификация перерабатывающей промышленности и укрепление продовольственной безопасности в стране. Поэтому были проанализированы показатели переработки зерна в ОАО «Дунё М», действующем в Кашкадарьинской области, выделены важные аспекты маркетинговых услуг при реализации продукции и автором разработаны предложения.

Ключевые слова: крупы, мучные изделия, крупы, комбикорма, хлеб и хлебобулочные изделия, маркетинговые услуги, реклама и внешняя торговля.

Одним из важных стратегических продуктов, выращиваемых в стране, является зерно. Выращивание зерна - одно из важных условий продовольственной безопасности и национальной стабильности нашей страны.

По данным Комитета по статистике Республики Узбекистан, в настоящее время в связи со стабильностью производства продуктов питания в стране потребности населения в основных сельскохозяйственных продуктах удовлетворяются за счет внутренних ресурсов.

По данным, доля зерна в общей посевной площади увеличивается. Если в 2000 году всеми категориями хозяйств было посеяно 1614,0 тыс. га зерна, то в 2018 году этот показатель достиг 1689,5 тыс. га или увеличился на 4,7%.

Доля зерновых в общей площади пашни увеличилась с 42,7% в 2000 году до 45,6% в 2018 году. Следует отметить, что с 2000 по 2018 год урожайность зерна увеличилась с 27,0 центнера с гектара до 43,6 центнера в 2010 году или 61,5%.

Однако в 2018 году по сравнению с 2010 годом доходность составила 86,5% или снизилась на 13,5%. Это снижение, безусловно, было вызвано причудливым приходом природы, то есть нехваткой воды (засухой) в 2018 году.

Растет вклад фермерских хозяйств в производство зерна. За период с 2000 по 2018 год посевные площади зерновых в хозяйствах увеличились с 255,0 тыс. га до 1442,8 тыс. га или в 5,7 раза, валовой сбор увеличился с 568,9 тыс. тонн до 5020,5 тыс. тонн или в 8,8 раза.

Наблюдаемые темпы роста были достигнуты за счет увеличения урожайности с 22,3 до 43,2 центнеров с гектара или в 1,93 раза, но в 2018 году этот показатель снизился в 1,56 раза по сравнению с 2000 годом и в 1,24 раза по сравнению с 2010 годом.

В 2000-2018 гг. площади под зерновыми в фермерских хозяйствах увеличились с 40,3% до 45,2% от их общей посевной площади, а их доля в общем урожае зерна также увеличилась с 14,5% до 78,7%.

Роль дехканских хозяйств в выращивании зерновых продуктов в стране также высока. В частности, с 2000 по 2018 год площадь посевов зерновых в дехканских хозяйствах увеличилась с 195,4 тыс. га до 246,7 тыс. га или 26,2%, а валовой сбор зерна увеличился с 758,5 тыс. тонн до 1215,6 тыс. тонн или 60,3%.

Следует отметить, что за этот период продуктивность хозяйств увеличилась с 38,8 центнера с гектара до 49,3 центнера или 11,3%.

Доля дехканских хозяйств в общем производстве зерна по стране в 2018 году составила 19,1% .

Промышленная переработка зерновых продуктов в основном сосредоточена в ГАО «Уздонмахсулот» и предприятиях его системы. Компания специализируется на производстве муки и круп, комбикормов, хлеба и хлебобулочных изделий, макаронных изделий на основе переработки зерна.

В соответствии с Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан от 6 августа 2004 года № 376 в целях кардинального улучшения управления заготовкой, хранением и переработкой зерна, устранения избыточных промежуточных звеньев, дальнейшего развития и углубления рыночных отношений в отрасли Уздонмахсулот преобразован в акционерное общество.

Производство муки зерноперерабатывающими предприятиями страны за 2000-2018 годы увеличилось с 1226,7 тыс. тонн до 1979,3 тыс. тонн или 14,6%, макаронных изделий с 83,3 тыс. тонн до 93,0 тыс. тонн или 11,6%, хлеба и хлебобулочных изделий увеличилось с 843,4 тыс. тонн до 1084,5 тыс. тонн или 28,6%.

Утверждена Указом Президента Республики Узбекистан от 4 марта 2015 года № ПФ-4707 «О программных мероприятиях по модернизации, диверсификации и реструктуризации производства на 2015 - 2019 годы» Меры по диверсификации, модернизации и реструктуризации производства в 2015-2019 годах. В рамках государственной программы в АО «Уздонмахсулот» реализовано 32 проекта на сумму 102,9 миллиона долларов.

Из стоимости проекта 22,6 миллиона долларов составили собственные средства предприятий, а 80,3 миллиона долларов - кредиты коммерческих банков. Реализация данных программ помогла удовлетворить растущие потребности населения республики в муке, крупах, макаронных изделиях, хлебе и хлебобулочных изделиях.

Согласно Уставу и проспекту эмиссии АО «Карши ДУНЁ-М», которое мы анализируем, он был зарегистрирован Управлением юстиции Кашкадарьинской области 25 ноября 1994 года за № 338.

Деятельность АО «Карши ДУНЁ-М» заключается в производстве и реализации качественной зерновой продукции потребителям, планировании производства новых видов продукции, минимизации себестоимости и затрат на производство, налаживании производства мясных и молочных продуктов по низким ценам. создать необходимые условия для

В то же время он помогает руководителям знать свой статус, эффективно управлять им, как планировать и вести бизнес в рыночной экономике, сравнивать фактические результаты с запланированными показателями и своевременно вносить изменения, а также предоставлять актуальную информацию о деятельности компании банкам и инвесторам и предложения кредиторам.

Действительно, устойчивое развитие зерновой отрасли, модернизация и диверсификация зерноперерабатывающей отрасли и укрепление продовольственной безопасности в нашей стране являются одними из приоритетов.

Достижение зерновой независимости в нашей стране и стабильный рост урожайности зерна способствуют развитию зерноперерабатывающей отрасли.

При организации производственной деятельности любого предприятия в первую очередь изучаются потребности и возможности заказчиков в производимых товарах или услугах.

Это, в свою очередь, требует организации специализированной маркетинговой службы, которая занимается сбором, обработкой и анализом сложной информации, проведением исследований, планированием ассортимента товаров и услуг, управлением рекламой.

АО «Карши ДУНЁ-М», являющееся объектом исследования, в последние годы пытается удовлетворить потребность населения в муке и мучных изделиях путем переработки зерна. Теперь мы можем проанализировать, сколько продуктов перерабатывается на этом предприятии и представлено в таблица ниже (Таблица 1).

Таблица 1. Анализ производственных показателей АО "Карши ДУНЁ-М"

№	Название индикаторов	Един.изм	2016 год	2017 год	2018 год	В 2018 г. по сравн. с 2016 годом в %
1	Общее производство муки	тонн	76249	79067	59300	77,8
	В том числе: мука 1 сорта	тонн	76249	79067	59300	77,8
2	Посевное зерно	тонн	16255	15897	11410	70,2
4	Производство комбикормов	тонн	38756	47036	32234	83,2
5	Хлебобулочные изделия	тонн	720	1103	910	126,4
6	Макаронны	тонн	2011	2629	2370	117,8
7	Перловка	тонн	92	82	0	0
8	Объем продукции по текущей цене	млн. сумов	118108,9	131859,6	122231,3	103,5
9	Размер товара по сопоставимой цене	млн. сумов	118312,7	126633,3	104123,0	88,0
10	Потребительские товары	млн. сумов	77450,8	91274,2	75266,0	97,2
11	Люди занимающиеся основной деятельностью	человек	795	800	805	101,2
12	Производительность труда	тыс. сумов	148821,0	158291,6	129345,3	86,9
13	Чистая прибыль	тыс. сумов	5386049	9375790	9500000	176,4
14	Себестоимость продукта 1 сум	сум	0,94	0,99	0,95	101,1
15	Коэффициент рентабельности	%	5,6	7,0	8,2	146,4

Источник: Проанализирован на основе данных Карши АО «Дунё-М».

В таблице 1 анализируются производственные показатели компании: в 2018 году компания произвела 59,3 тысячи тонн муки, что на 19 677 тонн или на 22,2% меньше, чем в 2017 году. Причина в том, что в 2018 году была полностью реконструирована 1-я секция цеха мельницы. Он полностью оборудован передовыми технологиями турецкой Makinas Energy.

В результате вместо производства 250 тонн в день была построена 300-тонная мельница, которая может перерабатывать 550 тонн пшеницы в день.

Производство комбикормов в 2018 году составило 32 234 тонны, что на 14 802 тонны меньше, чем в прошлом году. Основная причина этого в том, что мельничный цех приостановлен на реконструкцию на 6 месяцев 2018 года.

Производитель, в том числе Карши ДУНЁ-М, должен заниматься рекламой, исследованием рынка, ценообразованием, сегментацией рынка по географическому, возрастному и другим критериям.

Другими словами, если в прошлом исследование клиентов считалось задачей только сбытовых организаций, то при маркетинговом подходе производители брендов также стараются изучать клиента.

Одна из основных задач маркетинга - организовать производство и продажу конкурентоспособной продукции, гарантирующей высокое качество и удовлетворяющей спрос покупателей.

Чтобы продукт считался высококачественным с точки зрения маркетинга, он должен соответствовать международным техническим стандартам качества, а также потребностям определенного сегмента рынка. Поэтому одна из центральных задач маркетинговой службы - управление качеством.

Организация маркетинга на предприятии может осуществляться по нескольким направлениям:

1. По функциональному принципу ответственность ложится на организацию дистрибуции, продажи, поставки и движения товаров.

2. Организация по принципу бренда. Это добавляет функциональные принципы, менеджеров для другого бренда.

3. Организация по принципу рынка. Помимо функционального принципа добавлены менеджеры по рынкам и типам потребителей каждого региона.

Организовать отдел маркетинга в Карши ДУНЁ-М было бы целесообразно на функциональных принципах, так как достижения функциональной организации, простота управления подразделениями, высокая ответственность за выполняемые функции.

Организация по товарному принципу требует организации разделов по товарам и их группам. Форма, в которой аналогична организационная структура маркетинговой службы, в первую очередь относится к фирмам с большим ассортиментом товаров, которые они производят.

Основная продукция Каршинского открытого акционерного общества «ДУНЁ-М» - мука - реализуется через товарную биржу по ценам, установленным Министерством финансов Республики Узбекистан.

Еще один из наших основных продуктов - комбикорм, который реализуется через товарные биржи.

Цена комбикорма зависит от состава компонентов, используемых для его производства, который реализуется по свободным ценам через региональную товарную биржу. Эти свободные цены регулируются региональным финансовым управлением на основе ограниченной доходности.

Производство макаронных и хлебобулочных изделий осуществляется в зависимости от потребления и реализуется на основании договоров по согласованным свободным ценам.

Следует обратить внимание на расходы, связанные с их продажей вне производства. В частности, необходимо увеличить ассортимент этой продукции, упаковать ее в красивую тару и улучшить качество.

Основными конкурентами общества являются зерноперерабатывающие предприятия, расположенные в нашем регионе. Эти предприятия могут конкурировать на потребительском рынке только с производством качественной и недорогой продукции.

Целесообразно обозначить следующие основные задачи при организации маркетинговых услуг в г. Карши АО «ДУНЁ-М»:

- проводить систематический и всесторонний анализ состояния завода, выявлять причины и ресурсы выхода из строя, использовать опыт и достижения в маркетинговой политике и маркетинговой деятельности;
- разработка маркетинговой стратегии, особенно стратегии производства бренда, определение основной маркетинговой цели, адаптация продукции к потребительскому спросу, определение новых целей, стратегии и тактики;

- организация маркетинговой деятельности, координация различных служб и отделов фирмы, изучение рынка и перспектив его развития, изучение продукта, стратегии конкурентоспособных зерновых комбинатов;

- организация рекламной работы, подбор относительно оптимальных каналов и вариантов рекламы;

- организация эффективных продаж товаров и услуг, контроль доставки, осуществление эффективного движения бренда;

- оценка деятельности маркетинговых служб, мотивация каждого сотрудника службы маркетинга и т. д. При разработке целей особое внимание следует уделять необходимости отражения намерений сотрудников предприятия.

Основными задачами Каршинского «ДУНЁ-М» в организации маркетинга являются: • производственная мощность; • объем продаж; • темпы роста; • доля рынка; • планируемая прибыль может быть отражена в размере прибыли, соотношении прибыли к объему продаж, норме прибыли на весь капитал, соотношении прибыли к акционерному капиталу и т. д.; • повышение качества продукции, снижение затрат и т. д.

Производители рассматривают маркетинг как средство достижения целей наивысшей экономической эффективности, установленных на определенный период в каждом конкретном сегменте рынка.

В заключение можно сказать, что в текущий период радикальных реформ правильная организация маркетинговой деятельности на предприятии служит средством достижения целей предприятия и основой для разработки будущих возможностей и стратегий предприятия.

Список литературы / References

1. *Шохужаева З.С.* ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ // Economics, 2020. № 1 (44).
2. *Shoxo'jayeva Z.S., Norqobilov M.* PROBLEMS OF RATIONAL USE OF WATER RESOURCES IN AGRICULTURE OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN // НАУКА И ТЕХНИКА. МИРОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, 2020. С. 25-28. обращения: 03.03.2021).
3. Efficiency Of Formation And Use Of Water Resources In Irrigated Agriculture Of The Republic Of Uzbekistan. *ZS Shoxujaeva, MN Utkirova* - The American Journal of Interdisciplinary Innovations ..., 2020.
4. *Шохужаева З.С., Маманазарова Н.Ж.* ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ РАЗВИТИИ // МИНТАҚА ИҚТИСОДИЁТИНИ ИНВЕСТИЦИЯЛАШНИНГ МОЛИЯВИЙ-ҲУҚУҚИЙ ВА ИННОВАЦИОН ЖИҲАТЛАРИ, 2020. С. 329-333.
5. *Shoxo'jayeva Z.S.* PROBLEMS AND SOLUTIONS IN THE WATER SECTOR OF THE REGION // НАУКА И ТЕХНИКА. МИРОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, 2020. С. 21-24.

6. *Шохўжаева З.С., Акбарова Ш.Я.* ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ КАШКАДАРИНСКОЙ ОБЛАСТИ // МИНТАҚА ИҚТИСОДИЁТИНИ ИНВЕСТИЦИЯЛАШНИНГ МОЛИЯВИЙ-ҲУҚУҚИЙ ВА ИННОВАЦИОН ЖИҲАТЛАРИ, 2020. С. 203-208.
7. *Shoxujaeva Z.S.* Economic efficiency of water resources use in the agricultural sector // Monograph. Т.: "Economy and Finance" Publishing House, 2012.
8. *Shoxujaeva Zebo Safoevna, Mamanazarova Nasiba Juraevna.* ANALYSIS OF ECONOMIC EFFICIENCY OF THE USE OF IRRIGATED LAND IN AGRICULTURE AND FACTORS ON THEM. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 2021. Volume 27. Issue 2. Pages 4055-4061.
9. *Shoxo'jaeva Zebo Safoevna, Samandarov Mirzoxid Mirjamilovich.* DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP AND IMPROVEMENT OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC BASES OF ITS STATE REGULATION. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://saarj.com/> (дата обращения: 05.05.2021). ISSN: 2249-7137 Vol. 11. Issue 2. February, 2021 Impact Factor: SJIF 2020 = 7.492. DOI 10.5958/2249-7137.2021.00780.1.
10. *Shoxo'jaeva Zebo Safoevna, Murodova Nargiza Utkirovna.* Organizational and economic basis for the development of cotton and textile clusters. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://saarj.com/> (дата обращения: 05.05.2021). ISSN: 2249-7137. Vol. 11. Issue 2. February, 2021. Impact Factor: SJIF 2020 = 7.492. DOI 10.5958/2249-7137.2021.00531.0.
11. *Shoxo'jaeva Zebo Safoevna, Temirova Feruza Sagdullaevna.* Food provision of the population of the republic of uzbekistan in pandemy conditions: problems and solutions. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://saarj.com/> (дата обращения: 05.05.2021). ISSN: 2249-7137. Vol. 11. Issue 2. February, 2021 Impact Factor: SJIF 2020 = 7.492. DOI 10.5958/2249-7137.2021.00535.8.
12. *Хамраева С.Н.* Состояние инвестиционно-инновационного развития сельского хозяйства в Узбекистане // *Economics*, 2020. № 1 (44).
13. *Файзиева Ш.Ш., Джалилова Н.М.* РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ // *Economics*, 2020. № 1 (44).
14. *Курбанов А.Б., Джалилова Н.М.* РОЛЬ КООПЕРАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ АГРАРНОЙ СОБСТВЕННОСТИ // *Economics*, 2020. № 4 (47).