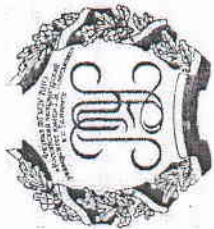


108-летию РЭУ им. Г.В. Плеханова и  
20-летию Юбилею Филиала в г. Ташкенте  
посвящается

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
(ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»)



## ДВАДЦАТЬ ВОСЬМЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПЛЕХАНОВСКИЕ ЧТЕНИЯ

МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

(2-3 февраля 2015 г.)

Москва  
ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»  
2015

2014 - 1575

Расулова И.А. Тенденция развития совместных промышленных предприятий в Узбекистане.....	352
Адилъч 46 Р.Т., Сришов Р.Ю. Пути повышения эффективности развития рыбоводства в Республике Каракалпакстан.....	353
Макушина А.Ю. Повышение роли малого бизнеса и частного предпринимательства в решении экономических и социальных задач.....	354
Ибрагимов А.Г., Юлдашева И.З. Совершенствование экономического механизма развития зерноводства в обеспечении безопасности продуктов.....	356
Шохаъзамий Ш.Ш., Абдураунов Р.Р. Методика количественной оценки справедливой стоимости компании.....	357
Исаджанов А.А. Глобальная продовольственная проблема: экологические аспекты.....	359
Архангельская Е.Г. Совершенствование нормативно-правовой базы предпринимательской деятельности как важный стимул ускоренного развития малого и частного бизнеса в Узбекистане.....	360
Бакиева И.А., Мирзаярхимова А.Б. Использование информационных технологий в малом бизнесе.....	361
Ишмухамедова Л.А. Предпринимательство в Узбекистане: методология, методика оценки и стратегии.....	362
Исохужаева М.Я. О развитии электронной коммерции в Узбекистане.....	363
Аллаева Р.Р., Абдурахманова И.К. Создание рыночной инфраструктуры и условий развития малого бизнеса и частного предпринимательства.....	365
Мамадиев А.У. Пути развития услуг агросервиса в животноводстве.....	366
Тураев Б.Х. Туризм - мощный катализатор социально-экономического развития национальной экономики.....	367
Мелибоев Ш.А. Финансирование малого и частного бизнеса.....	368
Ким Е.А. Совершенствование системы менеджмента туризма - фактор повышения конкурентоспособности отрасли.....	369
Шоухужаева З.С. Совершенствование механизмов эффективного использования водных ресурсов в сельском хозяйстве.....	370
Жиянова Н.Э. Направления совершенствования государственного регулирования деятельности субъектов малого бизнеса.....	372
Эргашев И.И., Ибрагимова Н.А. Основные направления инвестиционной деятельности в аграрной сфере.....	373
Усманова Д.К., Эрназаров О.Э. Анализ экономической эффективности агропорта «Самарканд».....	374
Абдурахманова Ф.Ф. Бизнес-среда в развитие малого инновационного предпринимательства.....	375
Нарбаев Ш.К. Вопросы зонирования территории в системе устойчивого землепользования.....	376

Махмудова Г.Р. Проблемы снижения затрат: определение эффекта и моделирование альтернатив.....	378
Рузметова Х.Н. Роль малого бизнеса и частного предпринимательства в национальной экономике Узбекистана.....	379
Бекмухамедова Б.У. Учёт затрат на производство и организацию охраны окружающей среды на предприятии в условиях рынка.....	380
Муратова Ш.Н., Алимходжаев С.Р. Интеграция и диверсификация производства на предприятиях по добыче топливно-минеральных ресурсов.....	381
Мусаева З.Н. Роль семейного бизнеса в Узбекистане.....	382
Мамашакиров С.С. Инновационное предпринимательство в развитии малого бизнеса Узбекистана.....	383
Рахимбердиева О.Р. Состояние и перспективы развития управленческого учета на предприятиях АПК.....	384
Кудратов З.Г., Тошбоев Б.Б. Состояние и возможности развития сельского хозяйства в Узбекистане.....	385
Кудратова Н.А., Куртияниди К.И. Современные тенденции и перспективы развития рынка услуг в Узбекистане.....	386
Алиев Я.Э. Пути рационального использования водных ресурсов.....	387
Акбаров Н.Г. Совершенствование маркетинговой стратегии предприятий по переработке хлопка-сырца.....	388
Шадманова Г., Каримова Х.Х. Анализ эффективности производства фермерских хозяйств.....	389
Ходжимухамедова Ш.И., Джуманиязов У.И. Роль промышленности в национальной экономике.....	390

маркетинговых технологий. Маркетинговая стратегия в общем смысле является специфическим планом управления предприятием, направленным на укрепление его позиций на рынке; несмотря на непредвиденные обстоятельства, мощную конкуренцию и внутренние проблемы, а также на удовлетворение преимущественно потребителей и достижение поставленных целей.

Современная концепция маркетинга призвана определять работу предприятия по переработке хлопка-сырца на основе информации о потребителях и продукциях, предложениях, потребностях и их изменениях в ближайшей перспективе; служит принципиально важным инструментом повышения конкурентоспособности предприятия; способствует достижению сбалансированности спроса и предложения, обеспечению стабильной и эффективной производственно-сбытовой деятельности предприятия. На основе анализа выявлено разнообразие инструментов маркетинговых стратегий, которые должны включать различные механизмы выбора стратегий, варианты стратегий и их комбинации в зависимости от сложившейся ситуации на рынке. При выборе адаптированных стратегий предприятия по переработке хлопка-сырца целесообразно учитывать условия их реализации, а также конкурентные преимущества предприятий, выпускающих аналогичную продукцию. Стратегическое маркетинговое планирование на предприятиях по переработке хлопка-сырца это способ превращения в практическую деятельность стратегических маркетинговых решений предприятия в целом, отдельных стратегических зон хозяйствования, основанный на учете влияния факторов внешней и внутренней среды и рациональном использовании основных ресурсов. Установлено, что применительно к предприятиям по переработке хлопка-сырца система наиболее эффективных стратегий маркетинга должна включать стратегии по товару, распределению, ценообразованию, продвижению на рынок, информационные, диверсификационные и кадровые стратегии. Ключевым моментом в методике стратегического планирования считается аналитическое обоснование выбираемых стратегий маркетинга. Анализ маркетинговых возможностей, реальных угроз на рынке — важнейший этап стратегического планирования, базирующийся на маркетинговых исследованиях. Качество проводимых исследований во многом зависит от выбранной методологии — этапов, структуры и последовательности процесса маркетинговых исследований, используемых методов и приемов. Наиболее перспективным направлением, призванным удовлетворить потребность в эффективных системах планирования маркетинга, является создание маркетинговых информационных — аналитических систем.

Г. Шадманова, Х.Х. Каримова,  
ТТИИМ (Узбекистан)

#### Анализ эффективности производства фермерских хозяйств

Проблема эффективности фермерских хозяйств занимает ведущее место среди всех проблем, стоящих перед фермерами. Особенно актуальной она становится на современном этапе развития экономики и предпринимательских ресурсов производства, усилением конкуренции и предпринимательских рисков. Для успешного функционирования каждого фермерского хозяйства должно

- всемирное и согласованное управление водными ресурсами;
- определение и контроль научно — обоснованных лимитов водопотребления;
- совершенствование системы международного контроля над возобновляемыми и неэффективным потреблением водных ресурсов;
- организация самообеспечения водных ресурсов финансовыми средствами, совершенствование системы управления водными ресурсами на основе сотрудничества на национальных и трансграничных территориях;
- расширение объема поощрений по эффективному и экономному использованию водных ресурсов между странами;
- создание необходимых условий для развития оросительной системы и применение новых экономических оросительных технологий;
- содействие в разработке перспективных проектов в целях совершенствования использования воды в оросительных системах различных стран;
- приобретение гидро — технологических инженерных сооружений для экономного потребления воды;
- внедрение умеренных режимов полива, способствующих получению высокого урожая от сельскохозяйственных культур;
- повышение эффективности водопотребления за счет механизации и автоматизации водного распределения при поливе;
- регулярное совершенствование оросительной системы сельского хозяйства исходя из современных методов полива.

Н.Г. Акбаров,  
ТТЭУ (Узбекистан)

#### Совершенствование маркетинговой стратегии предприятия по переработке хлопка-сырца

В последние годы все большее внимание будет уделяться проблемам маркетинга, как рыночной концепции управления предприятием по переработке хлопка-сырца, заключающейся в максимальном приспособлении производства к требованиям рынка с целью повышения эффективности функционирования предприятия. Одним из важнейших факторов успешной деятельности предприятия в условиях конкурентной среды является применение создаваемых на научной основе автоматизированных систем стратегического планирования маркетинга, позволяющих повышать качество и эффективность принимаемых маркетинговых решений. Проблема формирования и развития маркетинговых стратегий предприятия находится в ряду наиболее важных теоретических и практических аспектов экономического развития нашей страны. Однако исследования показывают, что главным фактором, препятствующим эффективной маркетинговой деятельности предприятий, является их недостаточная разработка. Это связано с масштабностью и сложностью решаемых экономических и технологических задач предприятий по переработке хлопка-сырца. Проблема развития маркетинговых стратегий в этой отрасли усиливается в связи с недостаточностью на этих предприятиях комплексного механизма стратегического управления маркетингом, четких формулировок целей, приоритетов и критериев развития маркетинга, недостаточным уровнем применения современных