

# ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО “UNITED WINDOW”.

**Мусаева Шоира Азимовна**  
**Профессор Самаркандского института экономики и  
сервиса, Самарканд, Узбекистан**

***Аннотация:** В этой статье мы изучим спрос на товары и услуги, проанализируем конкурентов, определим потребности потенциальных клиентов и требования рынка, разработаем маркетинговую стратегию: определим ассортимент продукции и цены, сосредоточимся на конкретных направлениях, наладим каналы сбыта продукции. учитываются разработка маркетинговых сообщений, промо-акций, стимулирование клиентов, участие в выставках и мероприятиях.*

***Ключевые слова:** Предприятие, рынок, производство, потребитель, спрос, цена, стратегия, деятельность.*

***Abstract:** In this article, we will study the demand for products and services, analyze competitors, determine the needs of potential customers and market requirements, develop a marketing strategy: determine product assortment and prices, focus on specific areas, establish product distribution channels. , development of marketing messages, promotions, customer incentives, participation in exhibitions and events are considered.*

***Keywords:** Enterprise, market, production, customer, demand, price, strategy, activity.*

В настоящее время современный маркетинг стал многозатратной системой, поэтому компаниям следует уделять больше внимания сегментации рынка, поскольку сегментация рынка является одним из важных направлений маркетинговых исследований. Сегментация также является ключом к победе в конкурентной борьбе. Раньше маркетинг фокусировался на продукте, и целью маркетинговой стратегии было привлечение как можно большего числа потребителей, но сегодня основная деятельность должна быть сосредоточена на удовлетворении дифференцированных потребностей.

Здесь о локализации производства в Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы, утвержденной Указом главы нашего государства от 7 февраля 2017 года, «.. Продолжить политику поощрения локализации производства и, прежде всего, замещения импорта потребительских товаров и комплектующих, расширения межотраслевой производственной кооперации».<sup>1</sup> имеет большое значение в производстве потребительских

<sup>1</sup>Указ Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года № ПФ-4947 «О «Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы». - Сборник

товаров и услуг на предприятиях. В настоящее время велика роль маркетинговых исследований во внедрении инноваций в деятельность предприятий, наполнении рынков потребительскими товарами, удовлетворении потребностей населения. Главным условием победы в нынешней конкуренции является проведение маркетинговых исследований деятельности этих субъектов, поскольку потребители на рынке находятся из разных регионов и их запросы также различны.

**Анализ литературы по теме.** Основываясь на зарубежном опыте, следует отметить, что конкурентоспособность предприятия на рынке определяется эффективностью его рыночной политики. Разработкой принципов маркетинга и их практическим применением занимались многие экономисты, в том числе Ф. Котлер, М. Портер, Д. Эванс, И. Ансофф, М. Берман, М. Голубков, П. Самуэльсон, Д. .Мы можем включая таких известных ученых, как Маршалл.

Следует отдать должное ученым, внесшим большой вклад в развитие теории маркетинга, ведь исследования, проводимые в области маркетинга в нашей стране на протяжении многих лет, основаны на национальных особенностях. Р. Ибрагимов им. Ю. Абдуллаев, А. Салиев, М. Шарифходжаев, Д. Рахимова, Ш.Х. Эргашходжаева, Ш. Мусаева и другие могут быть включены.

**Методология исследования.** В процессе исследования использовались системный подход, абстрактно-логическое мышление, группировка, сравнение, факторный анализ, методы выборочного наблюдения.

**Анализ и результаты.** ООО «UNITED WINDOW» — российская компания с филиалом в Узбекистане, занимающаяся производством и продажей оконных конструкций и дверей. Компания является одним из крупнейших производителей оконных и дверных систем в России и предлагает широкий ассортимент продукции в разных ценовых категориях.

Компания « UNITED WINDOW » была основана в 2004 году и на сегодняшний день имеет несколько производственных цехов и точек продаж по всей России. Предлагает оконные и дверные конструкции различных типов (пластик, алюминий, дерево), а также различные дополнительные услуги: монтаж, замер, обслуживание и ремонт.

Компания « UNITED WINDOW » придерживается высоких стандартов качества и использует в производстве современное оборудование и технологии. Он стремится предоставить максимально эффективное решение, учитывая индивидуальные потребности и пожелания каждого клиента.

---

правовых документов Республики Узбекистан, 2017. [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

Компания представляет собой группу компаний с высокой корпоративной социальной ответственностью, ориентирующуюся на международные стандарты и постоянно вносящую вклад в устойчивое развитие общества. Молодые сотрудники активно участвуют в различных социальных акциях, таких как благотворительные марафоны, сдача крови, посадка деревьев и волонтерство.

Маркетинг в ООО « UNITED WINDOW » включает в себя комплексное исследование рынка, потребностей и ожиданий клиентов, планирование и разработку маркетинговой стратегии, продвижение продукции компании на рынке. Некоторые маркетинговые мероприятия, которые ООО « UNITED WINDOW » может проводить, могут включать:

1. Исследование рынка: изучение спроса на продукцию и услуги, анализ конкурентов, определение потребностей потенциальных клиентов и требований рынка.

2. Определение целевой аудитории: определение потребностей и особенностей целевого сегмента рынка клиентов с целью разработки маркетинговых кампаний, направленных на привлечение этой аудитории.

3. Разработка маркетинговой стратегии: определение ассортимента и цен продукции, ориентация на конкретные направления, налаживание каналов сбыта продукции, разработка маркетинговых сообщений, промоакций, стимулирование клиентов, участие в выставках и мероприятиях.

4. Реклама и продвижение продукции: использование различных средств массовой информации для продвижения продукции, привлечение клиентов посредством рекламных кампаний, контент-маркетинга в социальных сетях, PR-мероприятий, электронного маркетинга.

5. Анализ и адаптация: измеряйте результаты маркетинговых усилий, отзывы клиентов, анализируйте результаты продаж, мониторьте конкурентов и рассчитывайте рентабельность инвестиций.

Грамотно разработанная маркетинговая стратегия позволяет ООО « UNITED WINDOW » увеличить объем реализации продукции и укрепить свои позиции на рынке, привлечь новых клиентов и повысить удовлетворенность существующих клиентов.

Купля-продажа товаров зависит от спроса покупателя, чем больше спрос, тем больше предложение. По статистике, спрос на оконную и дверную продукцию увеличивается в связи со строительством новых зданий и домов в Республике Узбекистан.

### **Анализ финансовых показателей предприятия**

**Таблица 1**  
**(млн сум)**

Название индикатора	Код линии	2022 год		2023 год	
		Доход	Затраты	Доход	Затраты
1	2	3	4	5	6
Чистый доход от реализации продукции (товаров, работ, услуг).	010	24 304 567	17 159 678	34 575 432	256.50 33.443
Себестоимость реализованных товаров (товаров, работ, услуг).	020	23 023 670	16 172 000	45 990 000	34 003 000
Валовая прибыль (убыток) от реализации продукции (товаров, работ, услуг)	030	1 281 000	987 000	42 424 230	34 281 000
Расходы периода, в том числе:	040	243 000	170 560	7 000 432	843 000
Затраты на реализацию товаров	050	171.100	42 424 230	2 334 304	6 943 000
Административные издержки	060	124,541	7 000 432	42 424 230	34 281 000
Прочие операционные расходы	070	817 589	42 424 230	34 281 000	843 000
Расходы, которые будут вычтены из налогооблагаемой прибыли отчетного периода в будущем	080	5 115 456	7 000 432	843 000	455 777
Прочие доходы от основной деятельности	090	42 424 230	2 334 304	6 943 000	458 584
Прибыль (убыток) от основной деятельности.	100	7 000 432	2 334 304	6 943 000	546 678
Доходы от финансовой деятельности, всего.	110	2 334 304	42 424 230	34 281 000	464,35 4
Дивидендный доход	120	42 424 230	656 980	656 980	42 424 230
Процентный доход	130	7 000 432	435 786	435 786	7 000 432

Доходы от финансовой аренды	140	2 334 304	243 000	243 000	2 334 304
Доходы от разницы обменных курсов	150	42 424 230	1 038 000	1 038 000	42 424 230
Прочие доходы от финансовой деятельности	160	7 000 432	656 980	656 980	456,55 87
Затраты на финансовую деятельность	170	42 424 230	34 281 000	42 424 230	34 281 000
Расходы в процентах	180	7 000 432	843 000	7 000 432	843 000
Процентные расходы по финансовой аренде	190	2 334 304	6 943 000	2 334 304	6 943 000
Убытки из-за валютных разниц	200	42 424 230	34 281 000	42 424 230	34 281 000
Прочие расходы на финансовую деятельность	210	7 000 432	843 000	7 000 432	843 000
Прибыль (убыток) от общехозяйственной деятельности (стр. 100+110-170)	220	789 976	42 424 230	34 281 000	854,51 6
Условные прибыли и убытки	230	567 897	42 428 230	34 281 000	42 424 230
Прибыль (убыток) до налогообложения.	240	656 980	7 000 432	843 000	7 000 432
Подходный налог	250	435 786	2 334 304	6 943 000	2 334 304
Без учета налогов, налога на прибыль и других обязательных платежей	260	243 000	42 424 230	34 281 000	42 424 230
Чистая прибыль и убыток за отчетный период	270	1 038 000	7 000 432	843 000	7 000 432

Ниже представлено сравнение основных финансовых показателей ООО « UNITED WINDOW » за 2022-2023 годы с аналогичными отраслевыми показателями. За среднеотраслевые показатели приняты показатели 26 организаций с доходом 10-120 млн сумов, занимающихся данным видом деятельности. В качестве среднего показателя использовалось среднее значение,

то есть половина всех организаций (50%) имеют показатель выше среднего, а у другой половины - ниже.

**Таблица 2**

**Анализ показателей деятельности предприятия  
(млн сум)**

Нет.	Название типов продукции	Единство	2022 год		2023 год	
			План	Факт	План	Факт
1.	Зеркало	35 000	100 000	75 000	200 000	195 000
2.	Двери	23 000	80 000	63 000	160 000	150 000
3.	Ручки (для окон)	70 000	150 000	101 000	200 000	180 000
4.	Аксессуары (для невест)	50 000	60 000	56 000	100 000	90 000

Чистые активы указывают на сумму, которая должна быть распределена между владельцами компании в 2022-2023 годах, когда имущество будет продано и все обязательства организации погашены.

**Таблица 3**

**Анализ рентабельности предприятия**

Нет	Индикаторы	Единство	2022 год	2023 год	Соотношение 2023-2022 гг.
1	Валовое производство	миллион сумов	31 432 154	45 800 210	14,5%
2	Чистый доход от реализации продукции	миллион сумов	38 949 230	67 903 803	17,6%
0173	Валовая прибыль от реализации продукции	миллион сумов	42 424 230	34 281 000	8%
4	Зарплатный фонд	миллион сумов	7 000 432	843 000	12,04%
5	Стоимость производства	миллион сумов	2 334 304	6 943 000	2,97%
6	Чистая прибыль	миллион сумов	65 000 000	76 000 000	16%

7	Рентабельность производства	%	19%	24%	Икс
8	Рентабельность продаж продукции	%	0,6%	12%	Икс

Основные факторы, которые могут повлиять на прибыльность предприятия: объем продаж, управление затратами, конкуренция, операционная эффективность.

**Таблица 4**

**Ключевые показатели предприятия**

Нет	Индикаторы	Единство	2022	2023	Темп роста
		год	год	год	2023 году по сравнению с 2022 годом (%)
1.	Валовое производство	миллион сумов	56 424 230	74 281 000	13%
2.	Объем продаж	миллион сумов	7 000 432	843 000	1,2%
3.	Налог	миллион сумов	2 334 304	6 943 000	0,6%
4.	Общие расходы	миллион сумов	42 424 230	34 281 000	1,4%
5.	Доход предприятия	миллион сумов	733 000 432	842 843 000	7,6%
6.	Скидки	миллион сумов	2 334 304	6 943 000	5,6%
7.	Прибыль до уплаты налогов	миллион сумов	4 234 230	3 281 000	7%
8.	Чистая прибыль	миллион сумов	7 000 432	843 000	5,8%
9.	Количество работников	Человек	1000	1300	13%
10.	Рентабельность производства	%	42 424 230	34 281 000	2,9%



Некоторые ключевые показатели, которые можно использовать для анализа финансовых показателей и оценки успешности и рисков бизнеса: выручка — это общая сумма денег, полученная бизнесом от продажи своих продуктов и услуг за определенный период времени, снижение затрат. процесс оптимизации затрат с целью снижения себестоимости производства продукции и услуг, прибыль и убыток - это разница между доходами и расходами компании в определенный момент времени, финансовый капитал - это сумма средств, вложенных в компанию, он поддерживает деятельность компании , в том числе новых продуктов и может быть использован для финансирования развития сервисов, средства остатка денежных средств — средства, оставшиеся на счетах компании после вычета всех расходов и обязательств на определенную дату.

**Таблица 5**

**Анализ показателей продаж продукции предприятия**

№	Название продукта (услуги)	Единица измерения	2022 год	2023 год	Темп роста в 2023 году по сравнению с 2022 годом (%)
1.	Зеркало	миллион сумов	234.304	644,566	2,75%
2.	Двери	миллион сумов	111.205	345.253	3,1%
3.	Аксессуары для окон и дверей	миллион сумов	213 998	455 545	2,13%
4.	Затраты на производство	миллион сумов	19.433	53,235	2,4%
5.	Затраты на реализацию товаров	миллион сумов	23.432	56.452	2,7%
6.	Рентабельность производства	%	5,8%	0,4%	4%
7.	Доход от продаж	%	0,7%	0%	0,2%

Аналитика продаж — это то же самое, что и маркетинг, только основанное на данных. Для опытных менеджеров эта формула, как правило, более понятна, чем современные интерпретации той же деятельности. На протяжении многих лет этот инструмент помогал менеджерам обобщать данные, определять стратегии и методы работы, делать прогнозы и создавать векторы развития.



Таблица 6

## Показатели сегментов рынка продукции компании

Индикаторы	1 Предприниматели	2 Страница компании	3 Среда. Население
1	2	3	4
Информация о потребителях (образование, возраст, пол, доход и т.д.)	+	-	+
Географическое расположение потребителей	-	+	-
Увеличение (снижение) спроса на товар.	+	+	-
Частота приобретения продукта	-	-	+
Удовлетворенность клиента продуктом	+	+	+
Уровень привлекательности продукта	+	+	+

Сегментация корпоративных клиентов делит клиентов на группы на основе общих характеристик или характеристик. Эти функции или характеристики могут зависеть от приобретаемых продуктов, отрасли, в которой они работают, их бизнес-модели или даже географического местоположения или языка. Сегментация выглядит по-разному для разных типов бизнеса.

Успешная работа ООО « UNITED WINDOW » зависит от многих факторов. Это прибыльное предприятие с очень высоким доходом и большим экономическим потенциалом. Однако высокие урожаи начинают снижаться из-за сильной жары, пандемий или других внезапных стихийных бедствий.

В ООО « UNITED WINDOW » применяется повременная премиальная система заработной платы.

ООО « UNITED WINDOW » — это хорошо оснащенное, современное предприятие с достаточным количеством квалифицированных сотрудников. Предприятие прибыльное, обороты растут год от года. В результате анализа маркетинговой деятельности ООО « UNITED WINDOW » установлено следующее: в службе маркетинга работает только специалист по SMM.

Анализ системы цен показал, что ООО «ЮНАЙТЕД ВИНДОУ». Здесь возможности предприятия не ограничены, а используются в очень узкой сфере.

Для реализации рассмотренных выше идей необходимо нанять опытного маркетолога в ООО « UNITED WINDOW ».

В дальнейшем ООО « UNITED WINDOW » планирует расширение ассортимента продукции, что приведет к расширению службы продаж (дополнительные квалифицированные сотрудники). Чтобы не тратить время на обучение персонала в будущем (когда запустится производство), необходимо уже сегодня привлечь в организацию необходимые кадры и обучить их. Определять сбытовую политику необходимо уже на этапе разработки новой продукции. ООО « UNITED WINDOW » пользуется только услугами торговых агентов или создает собственную службу продаж? Для этого необходимо учесть все затраты на доведение продукта от производителя до потребителя.

За время своего существования ООО « UNITED WINDOW » сумел создать себе хороший имидж, привлек множество посетителей, многие из которых стали постоянными клиентами. Все это обеспечивается строгим управленческим контролем за обслуживающим персоналом.

#### **Использованная литература:**

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 21 сентября 2018 года «Об утверждении Стратегии инновационного развития Республики Узбекистан на 2019-2021 годы» № ПФ-5544.Т.2018.
2. Филип Котлер. Кэвин Лейн Кетлер. Управление продажами. Pearson Education, Inc., издательство Prestige Hall, США, 2012 г.
3. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга, 5-е европейское изд. Учебник. – М.: ООО «ИДВильямс», 2013. – 752 с.
4. Солиев А., Вузрукханов С. Маркетинг, рыночные науки. Учебник. – Т.: Экономика-Финансы, 2010. – 424 с.
5. Эргашходжаева Ш.Х., Касимова М.С., Юсупов М.А. Маркетинг. Учебник. – Т.: ТДИУ, 2011. – 202 с.
6. Мусаева Ш.А. Маркетинговое исследование. Учебник Издательско-творческий отдел ООО «СТАР-СЭЛ». Самарканд-2023
7. Мусаева Ш.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации Учебное пособие Издательство «Маарат», Самарканд - 2022
8. Мусаева Ш.А., Усмонова Д.И. Инновационный маркетинг «TURON EDITION» учебное пособие на 2021 год