

УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И КУЛЬТУРЫ

Программа обучения «Менеджмент»

Умид Сатторов

**ВОЗМОЖНОСТИ
УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ В
УЗБЕКИСТАНЕ**

Бакалаврская работа

Научный руководитель работы
доцент, Др. оес. Ксения Иевлева

Рига 2020

Оценочный лист заключительной работы

Бакалаврская работа «Возможности усовершенствования деятельности производителей строительных материалов в Узбекистане» разработана по программе обучения «Менеджмент» Университета экономики и культуры.

Я, Умид Сатторов, как единственный автор работы, разрешаю / не разрешаю Университету экономики и культуры публиковать свою работу в полном объеме, включая входящие в полную комплектацию работы файлы.

.....
(дата, подпись)

Научный руководитель работы: Дг. оес. Ксения Иевлева, доцент

(фамилия, имя) (подпись, дата)

Контролер норм работы: Mg. iur. Наталья Верина, доцент

(фамилия, имя) (подпись, дата)

Рецензент работы: (фамилия, имя) (подпись, дата)

(фамилия, имя) (подпись, дата)

Работа рекомендована к защите на Государственной комиссии заключительных экзаменов. Директор программы обучения Mg. iur. Наталья Верина, доцент.

Бакалаврская работа защищена на заседании Государственной комиссии заключительных экзаменов 23 января 2020 года и оценена на ()
.....

Председатель Государственной комиссии заключительных экзаменов

.....
(фамилия, имя) (подпись, дата)

ANOTĀCIJA

Umids Sattorovs. Bakalaura darbs. Celtniecības materiālu ražotāju darbības uzlabošanas iespējas Uzbekistānā. – Rīga: Ekonomikas un Kultūras augstskola, 2020.

Bakalaura darba apjoms ir 56 lappuses (neskaitot pielikumus). Darbs satur 1 pielikumu uz 6 lpp. Bakalaura darbs sastāv no Ievada, Analītiskā apskata daļas, Situācijas izpētes daļas, Pētījuma rezultātu daļas, Secinājumu un priekšlikumu daļas un Izmantotās literatūras un informācijas avotu saraksta. Darbs satur 3 tabulas, 13 attēlus, 1 pielikumu un 39 izmantotās literatūras un informācijas avotus.

Pētījuma aktualitāte: Uzlabojumi Uzbekistānas plastmasas būvmateriālu ražotāju darbībā palīdzēs būvniecības nozarei sasniegt augstāku līmeni pasaules tirgū. 2019. gada 23. maijā prezidents Šavkats Mirzijojevs parakstīja rezolūciju “Par papildu pasākumiem būvmateriālu rūpniecības paātrinātai attīstībai” (uza.uz, 2019), ar kuru tika apstiprināti pasākumi vietējo būvmateriālu ražotāju atbalstam.

Pētījuma mērķis: noteikt uzlabošanas iespējas Uzbekistānas plastmasas būvmateriālu ražotāju darbībā.

Pētījuma metodes: datu vākšanai tika izmantotas anketēšana un sekundārie dati. Datu apstrādei tika izmantota aprakstošā statistika, grafiskā analīze, prognoze, izmantojot lineāro regresiju un laika rindu analīzi.

Sasniegtie rezultāti: uzlabojumu punkts plastmasas būvmateriālu ražotāju darbībā atrodas trīs tendenču krustpunktā – plastmasas patēriņa un ražošanas pieaugums katru gadu palielinās, dažādi labākas kvalitātes plastmasas tirgi, organizācijas cīņai par dabu uzstāj uz plastmasas patēriņa un ražošanas samazināšanu.

Atslēgas vārdi: celtniecības materiāli, plastmasa, veidgabali, caurules, ražošana, būvniecības nozare, Uzbekistāna.

ANNOTATION

Umid Sattorov. Bachelor paper. Opportunities for improving the activities of manufacturers of building materials in Uzbekistan. – Riga: Higher School of Economics and Culture, 2020.

The volume of the Thesis is 56 pages (not including appendices). The Thesis consists of Introduction, Analytical literature review, Results, Conclusions and recommendations, and Bibliography. It comprises 3 tables, and 13 figures. Bibliography consists of 39 information resources.

Research relevance: Improvements in the activities of manufacturers of plastic building materials in Uzbekistan will help the construction industry to reach a higher level in the global market. On May 23, 2019, President Shavkat Mirziyoyev signed a resolution “On Additional Measures for Accelerated Development of the Building Materials Industry” (uza.uz, 2019), which approved measures to support local manufacturers of building materials.

Research goal: to identify opportunities for improvement in the activities of manufacturers of plastic building materials in Uzbekistan.

Research methods: questionnaire and secondary data were used to collect data. For data processing, descriptive statistics, graphical analysis, forecast using linear regression and analysis of time series were used.

Main findings: the point of improvement in the activities of manufacturers of plastic building materials in Uzbekistan is at the junction of three trends – the growth in consumption and production of plastic is increasing, various markets for better quality plastic, organizations for the fight for nature insist on reducing consumption and production of plastic.

Keywords: construction materials, plastic, fittings, pipes, production, construction industry, Uzbekistan.

АННОТАЦИЯ

Умид Сатторов. Бакалаврская. Возможности усовершенствования деятельности производителей строительных материалов в Узбекистане. – Рига: Высшая школа экономики и культуры, 2020.

Объем работы составляет 56 страницы (не считая приложений). Работа содержит 1 приложение на 6 страниц. Работа состоит из введения, аналитического обзора, результатов исследования, выводов и предложений и библиографического списка. Работа содержит 13 рисунков, 3 таблицы, 1 приложение и 39 источника литературы.

Актуальность исследования: усовершенствования в деятельности производителей пластиковых строительных материалов в Узбекистане помогут строительной индустрии выйти на более высокий уровень на мировом рынке. Президент Шавкат Мирзиёев 23 мая 2019 года подписал постановление «О дополнительных мерах по ускоренному развитию промышленности строительных материалов» (uza.uz, 2019), в котором были утверждены меры поддержки местных производителей строительных материалов.

Цель исследования: выявить возможности усовершенствований в деятельности производителей пластиковых строительных материалов в Узбекистане.

Методы исследования: для сбора данных были использованы анкетирование и вторичные данные. Для обработки данных использованы описательная статистика, графический анализ, прогноз при помощи линейной регрессии и анализ динамических рядов.

Результаты: точка для усовершенствований находится на стыке трёх тенденций – рост потребления и производства пластика увеличивается с каждым годом, различные рынки лучшего качества пластика, организации по борьбе за природу настаивают на сокращении потребления и производстве пластика.

Ключевые слова: строительные материалы, пластик, фитинги, трубы, производство, отрасль строительства, Узбекистан.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
1. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР	10
1.1. Теоретическая база усовершенствований в контексте предпринимательства	10
1.2. Различие понятий усовершенствования, нововведения и инновации	14
1.3. Факторы, влияющие на развитие производства пластика и рынка строительных материалов	20
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	26
2.1. Анализ строительной отрасли и производства строительных материалов в Узбекистане	26
2.2. Анализ развития рынка пластика и пластиковых строительных материалов в Узбекистане	36
2.3. Возможности усовершенствований в деятельности производителей пластмассовых труб и фиттингов	42
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ	51
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ	55
ПРИЛОЖЕНИЯ	59

ВВЕДЕНИЕ

Согласно данным Центра экономических исследований «Альманах Узбекистан» на 2018 год в Узбекистане наблюдается «строительный бум», при этом отрасль ощущает острый недостаток инноваций и решений по оптимизации в сфере стройматериалов, что в свою очередь ведет к неконкурентоспособности рынка в целом (Альманах Узбекистан, 2019). Проблема заключается в том, что компании не успевают вводить инновации в производстве и менеджменте согласно темпам роста строительства (UNESCE, 2018). Новаторские идеи требуются не только в технологическом плане, но и в плане управления и продвижения товаров и услуг на рынке стройматериалов, в том числе таких пластиковых стройматериалов, как трубы и фитинги.

Зачастую потребитель выбирает ту компанию, которая больше вкладывает в рекламу и брендинг, вследствие чего качество продукта отходит на второй план. В свою очередь в B2B сегменте производители стройматериалов должны фокусироваться и на высоком качестве, и на приемлемой цене, чтобы участвовать в тендерах застройщиков, или проводя переговоры с закупщиками из розничных сетей строительных материалов. Для новых компаний, без больших вложений и репутации сложно выйти на рынок. В таких условиях, единственным выходом избегания олигополии может быть фокус на усовершенствовании деятельности или инновациях, что поможет новым компаниям заявить о себе, и в свою очередь сместить акцент в конкурентной борьбе от инвестиций в брендинг в сторону качества и научных разработок. Также следует отметить что, новые технологии и продукты продвинули рынок и компаний лидеров с застоя, и заставят больше обращать внимание на выстраивание доверительных отношений с потребителями за счет доверия последних к продукту. И самое главное, усовершенствования в деятельности производителей пластиковых строительных материалов в Узбекистане помогут строительной индустрии выйти на более высокий уровень на мировом рынке.

Президент Шавкат Мирзиёев 23 мая 2019 года подписал постановление «О дополнительных мерах по ускоренному развитию промышленности строительных материалов» (uza.uz, 2019). В этом документе были утверждены:

- прогнозные параметры по расширению сырьевой базы строительной индустрии на основе геологоразведки, добычи и переработки местного сырья в 2019-2025 годах;

- целевые параметры производства строительных материалов в 2019-2025 годах с учетом диверсификации и расширения ассортимента продукции;
- покрывать расходы местных производителей стройматериалов по сертификации экспортируемой продукции из бюджета не самих производителей, а Агентства продвижения экспорта при Министерстве инвестиций и внешней торговли;
- в течение пяти лет налогооблагаемая база предпринимателей уменьшается равными долями на сумму расходов по строительству инженерно-коммуникационной и транспортной инфраструктуры, необходимой для разработки месторождений нерудных полезных ископаемых (uza.uz, 2019).

Постановление открывает возможности для производителей строительных материалов. Для того, чтобы соответствовать ожиданиям правительства и максимально использовать возможности, производители должны усовершенствовать деятельность по разным аспектам. В бакалаврской работе автор исследует и выявит эти аспекты.

Цель бакалаврской работы – выявить возможности усовершенствований в деятельности производителей пластиковых строительных материалов в Узбекистане.

Для достижения поставленной цели автор выдвинул следующие **задачи**:

1. изучить теоретическую базу усовершенствований и нововведений деятельности компаний в качестве инноваций на рынке;
2. проанализировать строительную отрасль и развитие производства строительных материалов в Узбекистане;
3. при помощи анкетирования специалистов, занятых на производстве строительных материалов, выявить возможности усовершенствования в деятельности узбекских производителей строительных материалов, фокусируясь на пластиковых трубах и фитингах;
4. обобщить выводы и разработать рекомендации по усовершенствованию деятельности производителей пластиковых труб и фитингов.

Использованные методы сбора данных:

1. анкетирование;
2. вторичные данные.

Методы обработки данных:

1. описательная статистика (средние показатели и анализ частот);
2. графический анализ;
3. прогноз при помощи линейной регрессии;
4. анализ динамических рядов.

В первой части бакалаврской работы автор изучил теоретическую базу нововведений и усовершенствование деятельности компаний в качестве инноваций на рынке. Также в первой главе автор рассматривает смысловую разницу между усовершенствованием, инновациями и нововведениями.

Во второй части бакалаврской работы автор анализирует строительную отрасль и развитие производства строительных материалов в Узбекистане. Затем рассматривает рынок пластика и пластмассовых строительных материалов в Узбекистане, фокусируясь на производителях труб и фиттингов. Далее при помощи анкетирования специалистов, занятых на производстве стройматериалов выявляет возможные усовершенствования в сегменте производства труб и фиттингов в Узбекистане. При помощи SWOT анализа автор обобщает результаты исследования.

В рамках бакалаврской работы выявлено, что точка для усовершенствований находится на стыке трёх тенденций – рост потребления и производства пластика увеличивается с каждым годом, различные рынки лучшего качества пластика, организации по борьбе за природу настаивают на сокращении потребления и производстве пластика.

Ограничения бакалаврской работы:

В рамках данной бакалаврской работы автор исследовал возможности усовершенствований в деятельности производителей пластиковых труб и фиттингов, а не всей индустрии производства строительных материалов. Исследуемые данные относятся к периоду 2007 – 2019 годов. Анкетирование проводилось с 30 ноября по 10 декабря 2019 года. Так как в Узбекистане плохо развита система сбора статистики по отраслям, автор был очень ограничен в использовании вторичных данных. Были использованы те данные по рынку пластиковых изделий и строительной отрасли в Узбекистане, которые были описаны в медиа и опубликованы на сайте Государственного комитета Республики Узбекистан по инвестициям. В исследовании не использовался метод интервью экспертов, поэтому выводы и предложения сформулированы автором, основываясь на мнении квалифицированных специалистов, занятых на производствах строительных материалов.

1. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

1.1. Теоретическая база усовершенствований в контексте предпринимательства

Усовершенствования и новаторство необходимо в бизнесе, так как быстрые темпы развития требуют от предпринимателей принятия быстрых и в то же время умных решений, чтобы оставаться на плаву в конкурентном рынке (Баев, 2015).

Каждый день, инноваторы в бизнесе создают новые продукты, методы усовершенствования и новые идеи. Главным их достижением является другой взгляд на проблему, и то что они подходят к ее решению с нестандартным подходом, что во многих случаях активизирует большую выгоду на длительный срок, помогает компании добиться лидерство на определенный срок времени, пока конкуренты не выйдут на рынок с аналогичным предложением (Удальцова, 2015b).

Основатель и руководитель *Leadership Principles* Гордон Тредгольд приводит четыре повода, почему бизнесу необходимы усовершенствования или даже инновации.

1. Усовершенствования и инновации делают рост бизнеса и предприятия легче и быстрее. В опросе, проведенном компанией *Deloitte*, 66% отвечавших отметили важность инноваций для роста бизнеса. Предприятия, которые внедряют нововведения, расширяются и могут привлечь больше сотрудников. Это позволяет им получить больше клиентов и захватить большой сегмент рынка. Инновации делают рост бизнеса легче, вне зависимости от размера компании. Стартап и большая корпорация, и первое и второе получают большую выгоду от внедрения инноваций в бизнес, на время отдаляясь от своих конкурентов (Тредгольд, 2018).

2. Усовершенствования помогают отличаться от конкурентов. Любая компания находится внутри определенной ниши или индустрии, и она далеко не одинока в этом деле. Производство пластиковых изделий, например, в Узбекистане имеет как минимум четыре сильных конкурента, которые охватывают большую часть рынка. И предприятиям приходится бороться за своих потребителей. Правильная инновация позволит компании предложить что-то уникальное своим потребителям, что будет отличать ее от компаний конкурентов (Тредгольд, 2018).

3. Соответствовать требованиям потребителей. Нужды клиентов постоянно меняются, неважно это производство пластиковых труб или предоставления услуг по очистке помещений, нужды и требования клиентов к продукту постоянно меняются, требуя

новый подход и более комфортные для него условия. Инновации помогают компаниям определить предстоящие изменения на рынке, и предложить новый продукт клиентам до того, как они поймут что они нуждаются в нем. С однотипным продуктом компании не могут соответствовать требованиям клиентов долгое время, и им необходимо предугадать эти изменения с помощью усовершенствований, чтобы сохранить и упрочить свою долю рынка (Тредгольд, 2018).

4. Привлекать лучших сотрудников в компанию также можно с помощью инноваций. Талантливые и инновационные кадры хотят работать в аналогичной среде с инновационными людьми. Если у компании не хватает опыта и истории успеха в создании нового продукта для рынка, возникнут сложности с привлечением талантливых сотрудников даже за большие деньги и бонусы. Новаторам необходимы новые вызовы и мотивация для созидания новых решений на постоянной основе, и поэтому компании необходимо создать культуру инновационной деятельности внутри компании (Тредгольд, 2018).

Однако, достаточно сложной задачей является понять, когда именно наступит тот момент, когда нужно меняться, и прежний продукт, идея или метод уже изжили себя, и не принесет больше выгоды для компании. Так как автор рассматривает изучение усовершенствований в управлении предприятием, исследование в основном будет фокусироваться на инновациях в менеджменте.

Распознавание момента для усовершенствования деятельности компании может быть установлено согласно шести признакам, изучение которых определяет будущие перспективы компании (Балабанов, 2009):

- нужды потребителей;
- состояние рынка;
- тренды и прогнозы на будущее;
- новые технологии;
- сильные стороны компании;
- цифровые возможности.

Клиенты. Клиенты самые важные из тех, кто имеют влияние на компанию и бизнес, потому что, в конечном счете, все инновации разрабатываются и внедряются для удовлетворения потребностей потребителя. Желания, проблемы, задачи и нужды клиентов, которые еще включают в себя пользователей, тех, кто принимают решение и

потребителей, являются основанием для инноваций. Целью выявления инновационного потенциала это анализ нужд, которые:

- очень важны с точки зрения потребителя;
- в настоящее время не удовлетворены или недостаточно удовлетворены;
- которые будут очень важны в будущем.

Анализируя потребителей, настоящие и будущие потребности выявляются, чтобы обеспечить необходимое решение с помощью усовершенствования бизнеса. Методов анализа может быть много, таких как, опрос потребителей, изучение тенденций и поведения клиентов, анализ жалоб и пожеланий клиентов компании и т.д. (Marshall&Parram, 2019).

Состояние рынка. Однако это не только потребители кто определяет необходимость усовершенствований в компании, иногда общие кондиции рынка также могут быть тем рычагом, который запускает инновации. Анализ конкурентов тоже может помочь компании прийти к новым идеям, хотя нельзя сказать, что они будут кардинально новыми, так как большинство будут копией от продукта конкурента (Kuncoro & Suriani, 2018). В дополнении к конкурентам, соседние ниши и области производства также могут вдохновить на открытия. Нижеследующие вопросы могут выявить необходимость инноваций в компании:

- Какие продукты удовлетворяют одни и те же нужды потребителей и могут быть включены в портфолио.
- Есть ли соседние рынки, которые также могут быть задействованы? Например, производитель пластиковых труб и фитингов, может также работать в сфере строительных и ремонтных услуг сантехники. Или компания может предоставлять сервисные услуги, при этом повышая ценность своей компании (Балабанов, 2009).

Тренды и прогнозы на будущее. Тренды и сценарии рынка на будущее, одни из важных поводов внедрения инноваций. Анализ трендов, которые влияют на компанию в настоящее время, помогут определить, что она может предложить в будущем для своих клиентов. Для идентификации и анализа будущих трендов имеются ряд методов, таких как классический мегатренд анализ, сценарные техники или Дельфийские изучения.

Новые технологии. Новые технологии, например, новые материальные технологии, или новые процессные технологии предлагают большой потенциал для инноваций. Технологии - это основания для инноваций, потому что, они предлагают новые возможности для решения уже имеющихся проблем или выполнения функций продукта (Бокарева & Соколова, 2016).

Есть много источников новых технологий:

- частные исследования;
- патенты;
- база данных технологий;
- публикации;
- поставщики;
- прямые связи с университетами, и исследовательскими центрами (Индикаторы инновационной деятельности, 2017).

Сильные стороны и компетенции. Анализ стратегии компании в настоящее время, предоставляют потенциал для инноваций, сверх всех возможностей компании. Целью данного анализа является выяснение того, каким образом сильные стороны компании могут быть использованы для усовершенствования ее деятельности (Удальцова, 2015а).

Цифровые возможности. Один из потенциальных возможностей для разработки инноваций, на данный момент исходят из возможностей цифрового мира. Новые технологии в сфере Интернета вещей, Виртуальной реальности, Анализа больших данных могут помочь в усовершенствовании предприятия. Чтобы использовать возможности цифровых технологий, нужно иметь ноу-хау этих технологий и креативный подход для внедрения инноваций в бизнес модель (Сатторкулов, 2017).

Обобщая все вышесказанное, усовершенствования для предприятий необходимы для развития и продолжения прибыльной деятельности, сохранения и укрепления своих позиций на рынке, и главное удовлетворение потребностей потребителя. Усовершенствования помогают сместить акцент с маркетинговых исследований на сам продукт, и его качество. Самым приоритетным методом для усовершенствования предпринимательской деятельности на рынке, это внедрение инноваций и новых технологий.

1.2. Различие понятий усовершенствования, нововведения и инновации

Нередко в мировой экономической литературе понятия «нововведение», «усовершенствование» и «инновация» используются в одинаковом контексте. Это связано с тем, что большинство людей, в том числе, специалистов просто не задумываются об отличиях между этими словами, и более того, даже не желают потратить время на изучение этих определений. Это можно оправдать тем, что в разговорной речи участники диалога более менее понимают, о чём идёт речь. Однако в академической работе, по мнению автора, важно найти суть и дать истинные значения слов и дать им определение. Автор начнёт анализ со слова «инновация», так как это наиболее ёмкое и широкое понятие из всех троих.

В учебном пособии С. Короткого (2019) определение «инновации» интерпретируется как «превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощающийся в новых продуктах, технологиях, услугах». То есть, понятие «инновация» шире, чем понятие «новая техника», так как последнее используется только в контексте орудий труда, новых материалов, используемых в производстве. В свою очередь «**инновация**» подразумевает под собой и сам конечный продукт, и способ его производства, и усовершенствование управленческих аспектов, например, в организационной или научно-технической сферах, то есть, это любое «**усовершенствование**, обеспечивающее повышение качества и технических показателей, экономию затрат или создающее условия для такой экономии» (Дашков & Мирошниченко, 2016, 36. стр.).

Впервые понятие «инновация» употребил Й. Шумпетер. Согласно его мнению: «инновацией может считаться новый взгляд на какой-то известный процесс, успешное применение нового изобретения или открытия в экономике и других сферах человеческой деятельности» (Шумпетер, 1982). Феномен инновационной экономики как раздела науки возникает в 1920-1930-х годов, в то время, когда изменения в технике оказывали определяющее влияние на экономическое развитие – основным условием было накопление «критической массы» инноваций (в выражении новых продуктов) и экономических и потребительские предпосылки для их появления (Орлова, 2015).

П. Ф. Дракер определял инновацию «как особый инструмент предпринимателей, средство, с помощью которого они используют изменения как шанс осуществить

новый вид бизнеса или услуг» (Бондин и др., 2017, 146 с.). Б. Твист считал инновацией процесс, в котором изобретение или идея приобретают экономическое содержание (Бондин и др., 2017). Ф. Никсон писал, что инновация «это совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных процессов и оборудования» (Бондин и др., 2017, 150 с.). В свою очередь Б. Санто считал, что инновация – это одновременно общественный технический и экономический процесс, «который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и в случае, если она ориентируется на экономическую выгоду, прибыль, появление инновации на рынке может привести добавочный доход» (Бондин и др., 2017, 150 с.).

Обязательными свойствами инновации являются:

- научно-техническая новизна;
- производственная применимость;
- коммерческая реализуемость (Орлова, 2015).

Коммерческий фактор определяет инновацию как необходимость монетизировать процесс через анализ потребностей рынка. То есть, инновация «имеет четкую ориентацию на конечный результат прикладного характера. Она всегда должна рассматриваться как сложный процесс, который обеспечивает определенный технический, социально-экономический эффект» (Орлова, 2015, 4 стр.).

Согласно Ильенковой, инновация – это конечный результат деятельности по проведению нововведений, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного процесса, используемого в организационной деятельности, нового подхода к социальным проблемам (Ильенкова, 2007).

В свою очередь, новшеством может быть новый порядок, новый метод изобретения. А нововведение или **усовершенствование** означает, что новшество используется. С момента принятия к распространению новшество приобретает новое качество и становится инновацией (Романченко, 2016).

Нововведения, которые внедряются в уже существующую систему для ее оптимизации причисляют к дополнительным инновациям. Обычно это маленькие улучшения или обновления, которые часто выполняются сериями, для существующих продуктов,

услуг, процессов и методов компании. Цель дополнительных инноваций повысить эффективность и оптимизировать вышесказанное (Chesbrough, 2011).

Промышленные предприятия выступают в качестве центра инновационного бизнеса (рис. 1.1.), хотя их инновационная деятельность направлена прежде всего на достижение стратегических целей по развитию организации. Для промышленных предприятий все более актуален вопрос трансфера инноваций, что предполагает не просто передачу информации о новшестве, но также и его освоение. Обычно исследовательские организации осуществляют передачу технологий на стадии завершения опытно-конструкторских работ промышленному предприятию для освоения данных технологий в серийном масштабе (Кривчанская, 2017).

Одной из особенностей инновационных рынков некоторые учёные (Удальцова, 2015а) считают тот факт, что на данных рынках предложение, а не спрос, является двигателем прогресса. Например, те случаи, когда предложенные неизвестные товары становятся востребованы и находят своих потребителей (первые персональные компьютеры, гаджеты). Но другие учёные (Баев, 2015) уверены, что именно спрос определяет дальнейшую судьбу и успех новшеств. Таким образом, при формировании предложения инновационных товаров необходимо сконцентрироваться на преимуществах, которые получит потребитель при использовании этого блага, а также следует действовать постепенно, ведь на инновационные товары сначала формируется небольшой спрос и только потом он начинает раскручиваться рынком.



1.1 рис. Результаты инновационной деятельности промышленных предприятий
(Источник: Кривчанская, 2017)

Меньше всего дискуссий вызывает термин «новшество». Чаще всего под новшеством понимается факт новизны, присутствующий в каком-либо предмете, явлении, событии (новый способ, новый уклад, новый порядок и т.д.) (Романченко, 2012). В статье Г. Азгальдова и А. Костина (2009) новшество трактуется как «компонент, с помощью которого можно создать товар, обладающий потребительской ценностью и пользующийся спросом у потребителей». А. Ломакин и В. Нейман (2008) определяют новшество как «документально оформленную разработку, основанную на результатах ранее проведенных исследований». То есть, новшество является результатом воплощения новой идеи в практику. Новшеством также является факт создания нового объекта (Романченко, 2012).

Понятие «усовершенствование» в экономическом словаре трактуется как «процесс улучшения чего бы то ни было за счет его эволюционного преобразования без кардинальной ломки оснований и принципов существования и деятельности. Это постепенные изменения, частично, ненасильственно вводимые в систему, процесс, предмет, состояние» (Безрукова, 2000).

Таким образом, если новшество являет собой факт отличия каких – либо «настоящих» характеристик объекта от «прошедших», то усовершенствование имеет принципиально

иную сущностную природу (Романченко, 2012), так как подразумевает переход от идеи до получения результатов практического воплощения этой идеи.

Исходя из темы данной работы, автор рассматривает изучение усовершенствований в управлении предприятием, которое неразрывно связано с инновационной деятельностью. Усовершенствования в управлении могут быть более обобщенными, принимая во внимание развитие интернет связи, то передача информации занимает очень мало времени. И в то же самое время, секреты, почти не держатся долго, из-за слабой безопасности информации хранящейся в цифровом доступе. Поэтому обобщения предпринимательской деятельности, с союзниками из рынка, поможет выстроить цепочку, для которой достижения целей будет проще и менее затратными.

Можно представить компанию, которая имеет открытый доступ к информации о состоянии рынка, о конкурентах, о потребителях. Это нарушит баланс в конкурентной борьбе, однако принимая, что данная информация будет в открытом доступе для всех игроков рынка, акцент в конкурентоспособности сместится на качество продукта и сервис. Компании будут больше готовы к изменениям на рынке, знать, чего от них требуют потребители и точнее отвечать на них (Marshall & Parram, 2019).

Другой разновидностью усовершенствований может быть смещения фокуса с технологического усовершенствования на оптимизацию бизнес модели. Бизнес модель один из доминирующих вариантов, как бизнес может создать ценность для своих потребителей и за счет этого создавать или зарабатывать ценность для себя. Это общепринято что хорошая бизнес модель предлагает более совершенный продукт, так что автор может утверждать, что оптимизация бизнес модели компании согласуется с основной идеей данной работы, то есть создания более качественного продукта для потребителя, вместо затрат на маркетинг и дополнительной стоимости за счет рекламы.

Третий вариант усовершенствования может быть создание дополнительной ценности для потребителя за счет предложения не только продукта, но и обслуживание после приобретения. В производстве пластиковых изделий, это может быть успешно внедрено, так как, после покупки пластиковые изделия обычно устанавливаются дополнением к оборудованию или системе, что означает дополнительные траты для покупателя. А для производителя это поможет быть конкурентоспособнее на рынке (Chesbrough, 2011).

С другой стороны, компания сама должна осознать необходимость изменений и подготовиться к совершенствованию, начиная от генерального директора до клерка, не принимающего важных решений для компании. Совершенствование компании, особенно в сфере производства, заключается в перманентном совершенствовании качества продуктов и процесса их получения (Marshal & Parram, 2019).

Автор считает, что немаловажной деталью усовершенствования в компании является осознание всем составом, что изменения необходимы и твердая вера в то что данная идея поможет компании достичь больше результатов, чем она получает сейчас. А внедрение данной идеи, это задача руководства, собрание всех под единой идеей и целью. Перед стартом процесса усовершенствования предприятия, руководство должно задать себе вопрос, для чего оптимизация компании нужна именно на данный момент. Менеджерам компании задано достигать стратегические цели компании. Чтобы достигать поставленных стратегических целей менеджерам необходимо справляться с тем объемом ресурсов, которые у них есть, инвестировать в инфраструктуру компании и технологии, и внедрять все изменения эффективно и без вреда.

Если принять во внимание что усовершенствование предпринимательской деятельности это оценка эффективности, продуктивности и функциональности процессов и поиск возможных вариантов для улучшения данных показателей. Сегодня инновации используются во многих сферах, как инструмент достижения нового продукта или услуги, оптимизации и усовершенствования. Исходя из данной идеи, автор рассматривает виды усовершенствований в компаниях, которые могут быть получены благодаря новшествам.

Согласно исследователям Кункоро и Суриани (2018) усовершенствование нижеследующих девяти категорий помогут оптимизировать предпринимательскую деятельность в целом:

- Процессы. Каждый процесс в предприятии должен добавлять ценность конечной цели компании, которое может быть продуктом или услугой, и сам процесс должен соответствовать одной из задач, поставленных компанией для достижения целей. Иногда бывает так что некоторые процессы оказываются бесполезными. Неэффективность или возможность улучшения, основные признаки данных процессов, что означает что они не производят ту выгоду, на которую они

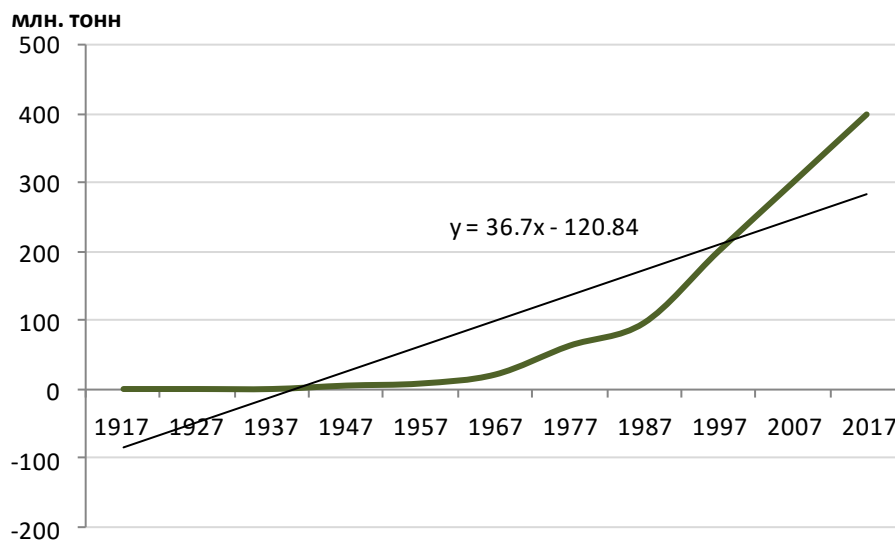
предназначались. Эти процессы должны быть выявлены и реструктурированы в сторону эффективности.

- Автоматизация. Компании в большинстве случаев уже не используют механические действия, предоставляя многие задачи автоматизированным машинам. Особенно это касается производства товаров массового потребления. Автоматизация выполнения снимает ответственность с сотрудника и повышает производительность.
- Продукт. Совершенствование продукта - это процесс внедрения изменений или исправлений в продукт для того чтобы повысить спрос на него на рынке.
- Качество. Совершенствование качество продукта неразрывно связано с оптимизацией самого продукта. Иными словами, это повышение качества продукта, повышение его эффективности выполнения функций.
- Цены. Совершенствование цен, это выявления оптимальной цены, которая будет максимально выгодной для предприятия с точки зрения объема продаж и покрытия расходов компании. Обычно данный процесс выполняется посредством математических вычислений.

Подводя итог 1.2. части автор приходит к выводу, что инновация – это конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта. А усовершенствование – это результат реализации новшества в любой сфере жизни и деятельности человека в наукоемком товарном виде, востребованный рынком, имеющий статус интеллектуальной собственности, ориентированный на положительный эффект, то есть, приводящий к инновациям.

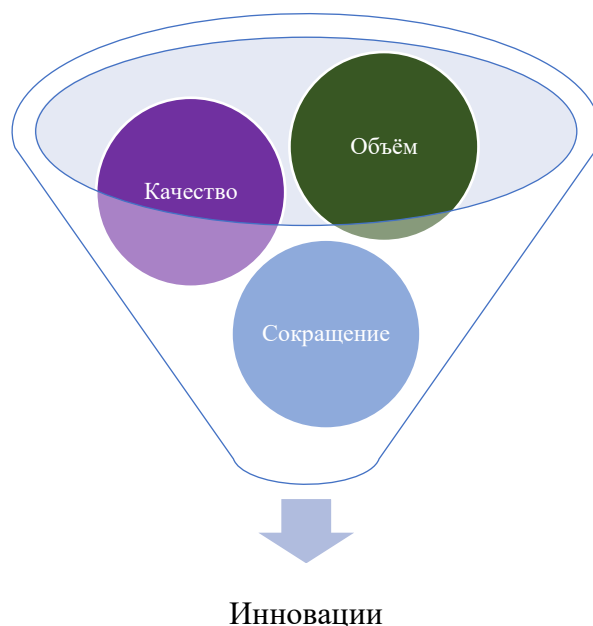
1.3. Факторы, влияющие на развитие производства пластика и рынка строительных материалов

Пластик является одним из самых распространенных разработанных человечеством продуктов, который используется почти во всех сферах экономики и общественной жизни, начиная от медицины, легкой и тяжелой индустрии до машиностроения и космонавтики (Iacovidou&Velenturf, 2019). На рисунке 2.1. видно, что рост его потребления и производства увеличивается с каждым годом.



2.1. рис. Глобальное производство пластика с 1917 по 2017, млн. тонн (Источник: обобщение автора данных Darrin Qualman, 2017)

Тенденция, рассчитанная при помощи линейной регрессии, показывает, что в ближайшие 20 лет производство пластика не должно сократиться, если влияющие на это факторы останутся неизменными. Понимание данной тенденции важно для Узбекских компаний, производящих пластиковые строительные материалы. Однако, автор считает, что некоторые факторы уже меняются. Например, различные рынки требуют не только большего объёма, но и лучшего качества пластика (Nahladakis & Iacovidou, 2018). При этом организации по борьбе за природу настаивают на сокращении потребления, и соответственно, производстве пластика (Simon, 2019). На стыке этих трёх тенденций и появляется точка для введения инноваций (см. рис. 2.2.). Согласно мировым тенденциям также Узбекские компании, включая производителей пластиковых стройматериалов, должны оптимизировать свою деятельность и производство.



2.2. рис. Три условия на рынке пластиковых строительных материалов для внедрения усовершенствований (Источник: разработано автором)

Начиная с семидесятых годов прошлого столетия в мировом производстве пластика, отмечается резкий рост от 100 миллион тонн продукции в год до 400 миллион тонн в 2017 году. Глобальный рост потребления пластика объясняется ростом населения, появлением новых технологий, основой которых является пластмасса, также вместо многих материалов стал использоваться пластик, так как это дешевле, легче и удобнее в использовании, например, вместо дерева, металла и стекла. Он может иметь разные формы, такие как полиэстер для использования на фабриках и текстиле, поливинилиденфторид для упаковки еды, поликарбонат для солнцезащитных очков и компакт дисков и многое другое (Simon, 2019).

В условиях нестабильной экономики увеличивается изменчивость рыночной среды, переоцениваются факторы возможного развития, осуществляется поиск новых направлений и сфер деятельности. Поэтому значительная часть предприятий «вынуждена консолидировать усилия на поиск резервов для сохранения своих позиций на рынке, что вызывает необходимость пересмотра и формирования новых стратегических приоритетов, которые бы создали опору для дальнейшей деятельности и развития» (Резник, 2014). Также, как и органы государственного управления вынуждены искать новые стратегические альтернативы не только для сохранения

существующего рыночной среды, но и для выявления возможных потенциальных точек роста экономики для обеспечения ее развития в будущем.

Среди основных важных условий устойчивого развития и факторов, влияющих на деятельность местных производителей строительных материалов, независимых от экономической ситуации в регионе, авторы В. Кудрявцева и О. Лашкевич (2014) выделяют следующие:

- «производимые строительные материалы должны соответствовать потребностям местного рынка;
- себестоимость производимых строительных материалов должна быть конкурентной на местных рынках и более низкой на прочих;
- наличие сырьевой базы, необходимость заключения соглашений о гарантированных поставках сырья по конкурентным ценам;
- наличие необходимых топливно-энергетических ресурсов, инженерно-транспортной инфраструктуры;
- наличие трудовых ресурсов или включение затрат на создание рабочего (вахтового) поселка в общую сумму инвестиций;
- использование в производстве твердых бытовых отходов и техногенных отходов;
- нанесение минимального ущерба окружающей среде;
- сохранение регионального баланса спроса и предложения в долгосрочной перспективе в результате создания нового производства;
- поиск способов воздействия на конечного потребителя;
- максимальное использование преимуществ крупных производителей;
- производимые строительные материалы должны соответствовать потребностям местного рынка;
- использование современных энергоэффективных технологий для производства инновационных материалов (Кудрявцева & Лашкевич, 2014, 22-23 стр.)».

Также те же авторы считают, что в настоящее время «строительные компании имеют доступ к инновационным разработкам мировых производителей, но спрос со стороны потребителей на инновации все еще слабо развит» (Кудрявцева & Лашкевич, 2014, 23 стр.). Необходима выработка четкой государственной политики по технологическому развитию отрасли производства строительных материалов, которая бы включала меры как по планомерному ужесточению строительных норм, так и по экономическому

стимулированию внедрения новых технологий, созданию институтов развития инноваций в строительстве» (Кудрявцева & Ямщикова, 2012, 345 стр.).

Автор считает, что для многих видов строительных материалов самым весомым фактором является доступ к сырью. С одной стороны, потенциальными резервами развития промышленности строительных материалов есть «неиспользованные резервы минерального сырья. Однако природные минерально-сырьевые ресурсы относятся к невозполнимым, а, следовательно, их использование должно быть эффективным и обоснованным с учетом влияния на сырьевые источники будущих поколений» (Резник, 2014). Более того «противоречия, возникающие при рассмотрении проблем использования минерального сырья, обуславливают потребность в разработке научно-обоснованной стратегии наращивания минерально-сырьевой базы для обеспечения возможности развития так называемой минерально-адекватной экономики — экономики, который характеризуется не только высоким уровнем добычи, но и полнотой потребления минерального сырья, переработкой, низким уровнем минеральных отходов производства» (Резник, 2014).

Увеличение добычи минерального сырья должно быть обосновано не только возможностями роста ее экспорта, но и увеличением внутреннего потребления. Поэтому важно подходить к анализу сырьевых ресурсов комплексно: от диагностики возможного роста добычи минерального сырья к исследованию путей ее использования и переработки учета нужд строительства (Резник, 2014).

Автор Н. Резник выделяет четыре группы факторов, характеризующих влияние сырьевого потенциала на стратегическое развитие промышленности строительных материалов:

1. «Экономические факторы – отражают эффективность использования минерального сырья и отходов промышленности. Сюда относятся затраты, связанные с разведкой, добычей, переработкой и транспортировкой сырья, утилизацией отходов. К количественным показателям, характеризующих данную группу факторов можно отнести:

- трудоемкость – затраты рабочего времени на единицу продукции;
- себестоимость продукции, рентабельность производства и т.п.

2. Географические факторы – определяют размещение минерального сырья и отходов производства в отношении стратегически важных для промышленности строительных

материалов элементов: предприятий по переработке минерального сырья, транспортных сообщений, водо-, энерго-, топливоснабжения, районов концентрации массового капитального строительства. Локализация отходов производства тоже является одним из факторов влияния на развитие промышленности строительных материалов. Размещение отходов обусловлено зонами промышленного производства и мест их утилизации. При проведении анализа сырьевого потенциала на уровне региона необходимо определить и проанализировать возможности применения местных отходов промышленности для производства соответствующих строительных материалов.

3. Геологические факторы связаны с геологическим строением месторождений, характеризующих химические, физико-механические свойства сырья, является предпосылкой формирования соответствующей номенклатуры возможного производства строительных материалов. К основным физическим свойствам сырья относятся пористость, водопроницаемость, влагоотдача, морозостойкость, теплопроводность к механическим – твердость, пластичность, износ, сопротивление и т.д. Анализ химико-минералогических и физико-технических свойств пород позволяет делать выводы о качестве сырья и продукции.

4. Экологические факторы характеризуют возможное влияние добычи сырья и утилизации отходов на состояние окружающей среды» (Резник, 2014).

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1. Анализ строительной отрасли и производства строительных материалов в Узбекистане

Во второй части бакалаврской работы для достижения цели автор анализирует динамику развития строительной отрасли в Узбекистане, общую конъюнктуру рынка пластиковых строительных материалов, фокусируясь на производителях фиттингов и пластиковых труб. Затем при помощи анкетирования главных закупщиков и интервью одного эксперта автор выявит барьеры развития этого бизнеса и возможности его усовершенствования.

Согласно статистике международной аналитической компании *BSG*, строительная отрасль на май 2019 года является одной из самых быстрорастущих индустрий Узбекистана и одним из главных драйверов развития экономики. С 2017 по 2018 года на строительную отрасль приходилось примерно 6% ВВП. За десятилетний период (с 2007 по 2016 года) объем строительства в среднем увеличивался на 15% в год (*BSG*, 2019). Эксперты *BSG* прогнозируют и дальнейший бурный рост строительной отрасли до 2024 – 2029 годов (*BSG*, 2019), так как высокий спрос на жилье и дальнейший экономический рост будут способствовать её развитию. Благодаря стабильному экономическому развитию страны в 2016 – 2019 годах строительный сектор рос на 7% в год. Похожий темп сохранится и в ближайшие годы. В Узбекистане есть проблема значительной нехватки жилья, потому что на одного жителя страны приходится только 15 м² жилой площади, и этот показатель заметно ниже Казахстана (21 м²), России (25 м²), Восточной Европы (40 м²) и США (70 м²). Эксперты *BSG* ожидают, что эта разница будет постепенно сокращаться, обеспечивая спрос на недвижимость, строительство и вследствие этого на строительные материалы, в том числе из пластика (*BSG*, 2019).

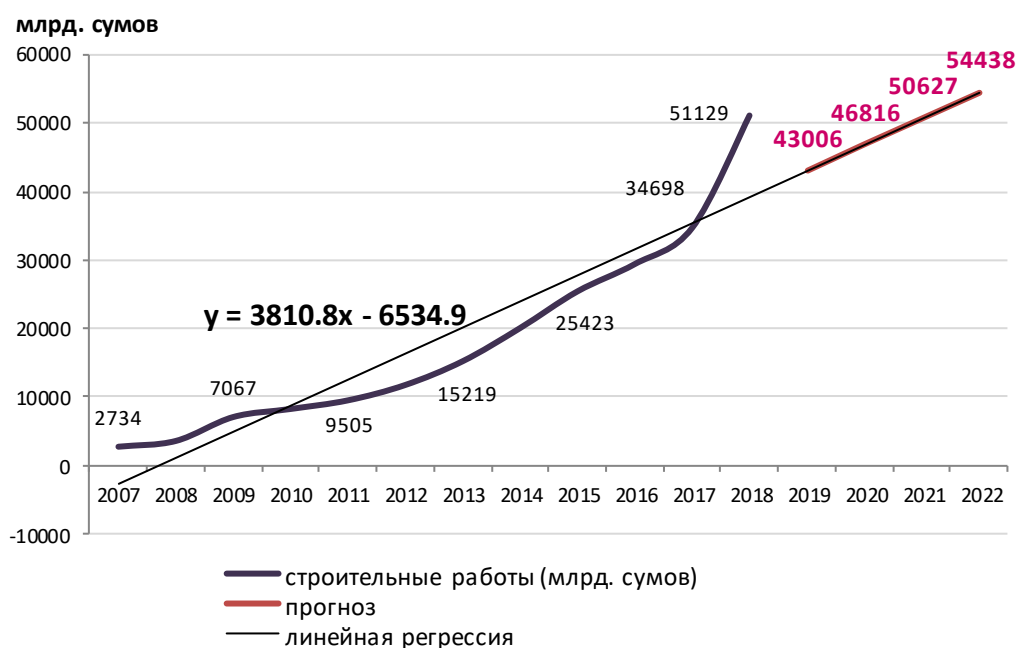
Правительство Узбекистана поддерживает строительную отрасль. Например, в указе президента 2016 года указаны меры по поддержке строительства доступного жилья в городских и сельских районах для удовлетворения растущих потребностей населения (*BSG*, 2019). Также для снижения стоимости строительства отменены таможенные пошлины на некоторые виды импортируемых строительных материалов, включая пластиковые. Это не очень хорошо сказывается на местных производителях стройматериалов, но правительство для уменьшения этой проблемы применяет меры

для поддержки инвесторов в финансовой, правовой и инфраструктурной сфере, желающих строить новые заводы по производству материалов, которые на момент 2019 года не производятся в стране (BSG, 2019).

Для того, чтобы констатировать динамику развития строительной отрасли в Узбекистане, автор на основании линейной регрессии прогнозирует рост объёма строительных работ в денежном выражении (млрд. сумм). Расчёты и график были сделаны в программе *Excel* (см. 2.1. рис.).

Формулой линейной регрессии является уравнение $\hat{y} = a + bt$, где:

- \hat{y} – величина прогноза;
- a и b – главные параметры уравнения, выявляемые при помощи функции *Trend line*;
- t – порядковое число в динамическом ряде.



2.1. рис. Динамика роста объёма строительных работ 2007-2018 гг. и его линейный прогноз на 2019-2022 гг., млрд. сум (Источник: обобщение автора данных stat.uz, 2019)

За основу для прогноза автор взял данные Госкомстата об изменениях объёма строительных работ за 2007-2018 года в денежном выражении.

Прогноз объёма строительных работ на 2019 был получен следующим образом: $3810.8 \cdot 13 - 6534.9 = 43006$, а на 2022: $3810.8 \cdot 16 - 6534.9 = 54438$.

Как видно из 2.1. рисунка, прогноз не является достоверным, так как уже известно, что объём строительных работ за 2019 год превысит 5300 млрд. сумов. Такая разница связана с тем, что прогноз линейный и основывается только лишь на предыдущих показателях объёма строительных работ, а не на изменениях экономических, социальных и политических факторов, влияющих на развитие этой строительной отрасли. Многофакторный регрессионный анализ был бы более подходящим методом прогнозирования, но из-за отсутствия данных автор не может его применить.

Анализ развития производства стройматериалов

У Узбекистана достаточно источников сырья для внутреннего производства товаров внутреннего потребления, в том числе и многих стройматериалов. В основном в Узбекистане производятся цемент, шифер и гипсокартон. Однако в стране по-прежнему недостаточно мощностей для удовлетворения спроса на цемент, керамику и плитку, стекло, сантехнику, теплоизоляционные материалы, что открывает привлекательные возможности для бизнеса, которые используют в том числе и зарубежные компании, например, в октябре 2018 года российский холдинг «Евроцемент груп» в Узбекистане начал строительство крупнейшего в Средней Азии цементного завода стоимостью более 160 миллионов долларов (BSG, 2019).

В свою очередь рост промышленности стройматериалов, по утверждению экспертов, «обусловлен значительными объёмами капитальных вложений в рамках среднесрочных государственных программ модернизации экономики. В частности, объём капитальных вложений в национальную экономику в 2016 году увеличился более чем на 18%, или 50 трлн. сумов» (UzAFI, 2018). Как следствие, выросли объёмы проводимых строительных работ, что повлекло за собой рост необходимости в строительных материалах. Половину стройматериалов производят предприятия ассоциации «Узстройматериалы». В составе ассоциации находятся более 120 предприятий, производящих более 100 видов строительных материалов.

Согласно данным Госкомстата (stat.uz), двигателем рынка производства стройматериалов является цементная промышленность, которая «представлена 18 цементными заводами суммарной годовой мощностью свыше 12 млн. тонн, в том числе «Кизилкумцемент» 3.5 млн. т., «Ахангаранцемент» 1.74 млн. т., «Кувасайцемент» 1.08 млн. т., «Бекабадцемент» 1.07 млн. т., «Алмалыкский ГМК» 1 млн. т. Все шесть крупнейших заводов республики функционируют практически на 100% от имеющейся

мощности. Объем производства по итогам 2017 года составил 9.132 млн. тонн» (stat.uz, Стройматериалы, 2018). В 2016–2017 гг. объем производства строительных материалов вырос на 16% в год (BSG, 2019). Существующие мощности по производству цемента обеспечивают потребность внутреннего рынка примерно на 75-80%. Однако, дефицит по итогам 2018 года, компенсируемый импортными поставками, составил 2.5-3 миллионов тонн (UzAFI, 2018). В целях устранения дефицита и полного насыщения внутреннего рынка цементом в республике осуществляется ряд проектов нового строительства, в результате чего ввод новых мощностей в текущем году составит свыше 3.1 млн. тонн, а к концу 2019 года – ещё свыше 4.7 млн. тонн. К началу 2020 года суммарные мощности по производству цемента составят свыше 16 млн. тонн (при наличии других проектов, ввод которых намечен в 2020-2021 годах) (UzAFI, 2018). Также начал осуществляться ряд проектов по увеличению мощностей действующих заводов в период 2019-2022 годов, в числе которых:

- реконструкция производства в АО «Кизилкумцемент» с увеличением мощности на 1.5 млн. тонн цемента в год;
- строительство новых технологических линий в АО «Ахангаранцемент» мощностью 2.4 млн. тонн цемента в год;
- строительства помольных станций в АО «Бекабадцемент», что даст прирост мощности на 700 тысяч тонн цемента в год (UzAFI, 2018).

Потребность республики в производстве почти гипсокартона полностью удовлетворяется. Совокупная мощность производящих гипсокартон предприятий превышает 60 млн. квадратных метров. Изготовлением более 15 видов сухих строительных материалов занимаются свыше 50 предприятий. Их общая годовая мощность составляет 400 тыс. тонн. В настоящее время объём действующих мощностей по производству керамической плитки составляет 13 млн. квадратных метров. В результате освоения и расширения местными производителями производства майолики позволило за 3 года сократить импорт в 3.5 раза (UzAFI, 2018).

Еще одним крупным потребителем цемента являются предприятия по производству сборных железобетонных и бетонных изделий, развитие которых определяет высокий внутренний спрос, формирующийся в корреляционной зависимости от динамики роста строительства. Как было отмечено выше, на производство этих видов строительной продукции направляется чуть более 3% от общего объема производства цемента, что

свидетельствует о низком уровне переработки используемого сырья для производства железобетонных конструкций и других изделий этой группы и обуславливает тенденцию сохранения ограниченной номенклатуры выпускаемой продукции. За последние годы производство железобетонных изделий снизилось — на 80%, что в условиях возрастающего спроса подтверждает необходимость расширения этой группы в структуре промышленности строительных материалов (UzAFI, 2018). Кроме этого Сурхандаринской области Шерабадском районе имеется перспективные площади известняков более 100 миллионов тонн и глины 20 миллионов тонн, которые является продолжением месторождений Бешбулакское и аналогичном по качеству. В Кашкадаринской области Китабском районе имеется перспективные площади известняков более 200 миллионов тонн, суглинки 20 миллионов тонн, которые является основными компонентами для производства цемента. Самаркандской области Нарпайском и Нурабадском районе имеется перспективные площади известняков более 100 миллионов тонн, суглинки 20 миллионов тонн и гипса 20 миллионов тонн, которые являются основными компонентами для производства цемента (UzAFI, 2018).

В настоящее время Узбекистан располагает богатыми минерально-сырьевыми ресурсами для развития промышленности строительных материалов. По сырьевым запасам для производства строительных материалов Узбекистан занимает ведущее место среди республик Центральноазиатского региона. Запасами полезных ископаемых в республике отмечены многие месторождения, в том числе для производства кирпича и алгопорита на 339 месторождениях, цементита – на 49, сортового камня – на 30, стекольного сырья – на 7, извести – на 26, натуральных облицовочных камней – на 94, для изготовления сточных труб – на 3, песчано-гравийных смесей – на 110, песка – на 32, гипса и ангидрита на 25 месторождениях и др. (UzAFI, 2018).

В республике в результате модернизации действующих мощностей, ввода новых предприятий, производства современных и конкурентоспособных видов строительных материалов количество экспортируемой продукции с 2007 года по настоящее время возросло с 12 до 48 видов, объем экспорта продукции вырос с 33.9 млн. долл. До 107 миллионов долларов. По программе локализации произведено около десяти новых видов продукции на сумму 45.9 миллиардов сумов. Кроме того, для расширения зоны экспорта продукции ведется масштабная маркетинговая работа. На сегодняшний день география поставок уже охватывает такие страны, как Туркменистан, Казахстан, Кыргызстан, Россия, Афганистан, ОАЭ, Иран и другие государства (UzAFI, 2018).

Правовое влияние на развитие производства стройматериалов в Узбекистане

Индустрия производства строительных материалов, как и остальные регулируется правительством Узбекистана правовым образом, но при этом также высшее руководство страны обращает внимание на развитие. Например, президент Шавкат Мирзиёев 14 мая 2019 года провел совещание по вопросам развития индустрии строительных материалов, на котором отметил: «Промышленность строительных материалов должна стать ведущей отраслью, одной из точек роста экономики. Через внедрение энергоэффективных технологий на предприятиях можно добиться экономии наших природных богатств и снижения стоимости материалов» (Газета.uz, 2019). На том же совещании президент поставил задачу увеличить производство строительных материалов минимум в два раза в течение 2019 – 2024 годов, а также настаивал на расширении использования нерудных месторождений и налаживании промышленной переработки материалов, подразумевая диверсификации отрасли (Газета.uz, 2019).

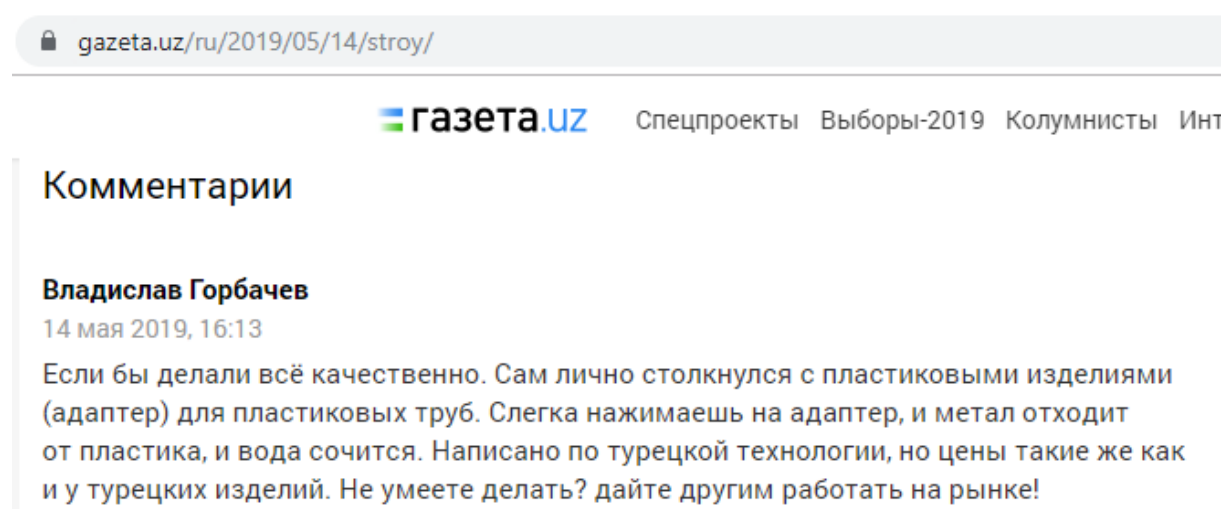
Что касается усовершенствований на рынке, Ш. Мирзиёев обратил внимание на «стабильное обеспечение предприятий сферы стройматериалов энергией по доступной цене» (Газета.uz, 2019). Он отметил, что можно снизить себестоимость продукции до 50%, например, оптимизировав работу кирпичного завода, работающего на угле. Автор бакалаврской работы видит позитивные аспекты в поддержке правительства, но сомневается в том, что президент Узбекистана хорошо осведомлён о работе заводов, производящих стройматериалы. Ни один завод не откажется от скидки на электроэнергию, но насколько автору известно, пока государство такой возможности не предлагала.

Президент также отметил: «применение подобных современных технологий позволит сэкономить природный газ и удешевить продукцию» (Газета.uz, 2019). Автор согласен и с этим утверждением, но оно само по себе только очевидные слова, а не реальная поддержка. То есть, президент предлагает частным компаниям применять современные технологии и снизить расходы на электроэнергию, но при этом реально не говорит, как.

Однако, в выступлении президента были и конкретные предложения, например, он «предложил субсидировать расходы на перевозку экспортных стройматериалов, поскольку высокие транспортные издержки влияют на стоимость товаров» (Газета.uz, 2019). Из других практических предложений были рассмотрены «привлечение иностранных инвестиций для проектов в сфере производства стройматериалов,

реализация низкорентабельных предприятий инвесторам, улучшение подготовки кадров и увеличение бюджетных квот в вузах по специальностям отрасли» (Газета.uz, 2019). Тема производства пластиковых стройматериалов затронута не была, но на совещании сообщили, что к началу 2020 года потенциал производства цемента составит 15 миллионов тонн, что обязательно повысит спрос и на другие смежные стройматериалы (Газета.uz, 2019).

Автор обратил внимание на один комментарий, оставленный на сайте издания Газета.uz под статьёй об упомянутом совещании (см. 2.2. рисунок).



2.2. рис. Комментарий пользователя под статьёй «Президент поручил снизить цены на стройматериалы» на сайте издания Газета.uz (Источник: Газета.uz, 2019)

Пользователь В. Горбачёв возмущён качеством пластиковых изделий и считает, что импортная продукция качественнее при схожей стоимости. Честно говоря, автор готов согласиться с комментарием относительно качества узбекских стройматериалов, но также автор уверен, что производители с каждым годом становятся опытнее. Этот комментарий явно указывает на необходимость усовершенствований в производстве пластиковых изделий.

Почти через неделю после этого совещания президент подписал постановление «О дополнительных мерах по ускоренному развитию промышленности строительных материалов» (uza.uz, 2019). В этом документе были утверждены:

- прогнозные параметры по расширению сырьевой базы строительной индустрии на основе геологоразведки, добычи и переработки местного сырья в 2019-2025 годах;
- целевые параметры производства строительных материалов в 2019-2025 годах с учетом диверсификации и расширения ассортимента продукции (uza.uz, 2019).

Согласно прогнозам, ожидается увеличение сырьевой базы строительной индустрии на основе геологоразведки, добычи и переработки известняков на 13.1 миллионов тонн, гипсового камня на 1.8 миллионов тонн, глинистых компонентов, кирпичного сырья и кварцевых песков на 1 миллионов тонн (Spot, 2019). Это не коснётся напрямую производителей пластиковый стройматериалов, но косвенно поднимет спрос на эту продукцию.

Зато прямое влияние имеет принятое решение с 1 июля покрывать расходы местных производителей стройматериалов по сертификации экспортируемой продукции из бюджета не самих производителей, а Агентства продвижения экспорта при Министерстве инвестиций и внешней торговли (Spot, 2019). Более того с этого же времени, как сказано в постановлении «в течение пяти лет налогооблагаемая база предпринимателей уменьшается равными долями на сумму расходов по строительству инженерно-коммуникационной и транспортной инфраструктуры, необходимой для разработки месторождений нерудных полезных ископаемых» (uza.uz, 2019). Также теперь бизнесмены могут бесплатно получить сведения, характеризующие тип или вид техногенных минеральных образований, их количественно-качественные показатели и горнотехнические условия хранения (Spot, 2019).

Ещё позитивные изменения для производителей стройматериалов в том, что до 1 июля 2022 года за счет средств Государственного фонда поддержки развития предпринимательской деятельности при кабинете министров:

- возмещаются процентные расходы по кредитам коммерческих банков на реализацию инвестиционных проектов в сфере промышленности строительных материалов, в размере, превышающем ставку рефинансирования ЦБ, но не более 10 процентных пунктов по кредитам в национальной валюте, а также в размере 40% от установленной ставки, но не более 4 процентных пунктов – по кредитам в иностранной валюте независимо от суммы кредита;

- предоставляются поручительства по кредитам коммерческих банков в размере до 50% включительно от суммы кредита, но не более чем на 8 миллиардов сумов (uza.uz, 2019).

Правительство Узбекистана собирается привлечь 500 миллионов долларов долгосрочных льготных кредитных линий международных финансовых организаций для софинансирования и инвестирования в проекты в сфере промышленности строительных материалов до 2021 года (Spot, 2019).

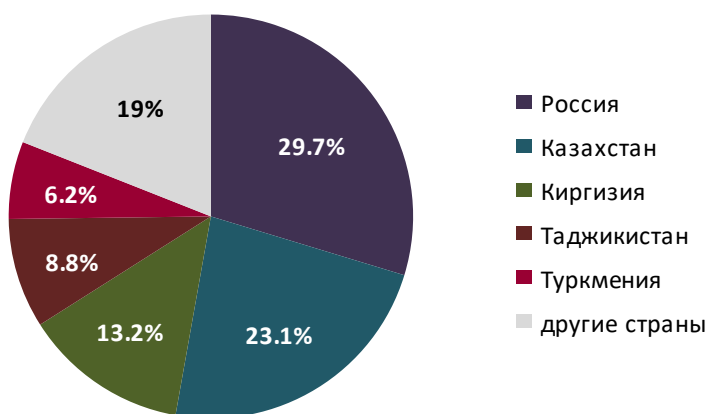
Средства кредитных линий будут использоваться «для финансирования проектов, которое будет осуществляться в размере стоимости импортируемого оборудования, сырья, материалов и комплектующих, но не превышающем 70% общих капитальных затрат по проекту» (Spot, 2019).

Инновационный контекст, по мнению автора, заключается в том, что производителей строительных материалов, не соответствующих критериям энергоэффективности, до 1 января 2021 года поэтапно переведут на использование угля и других альтернативных природному газу видов топлива.

Ещё за полгода до постановления «О дополнительных мерах по ускоренному развитию промышленности строительных материалов» 23 мая 2019 года, ассоциация производителей строительных материалов «Узстройматериалы» в СМИ показывало намерение постепенно переходить на более энергоэффективный и экологичный процесс производства (Долуханов, 2018). В статье «Узбекистан переходит на производство «зелёных» стройматериалов» 20 октября 2018 указано: «С учетом устойчивого развития промышленности строительных материалов, принимаются меры по переходу на более экологичные и энергоэффективные производства, что очень важно при ускоренном росте объемов производства. В связи с этим в Узбекистане сегодня разрабатывается ряд проектов по организации производства «зеленых» строительных материалов, которые отличаются экологичностью, энергоэффективностью и отвечают современным требованиям. На предприятиях по производству строительных материалов проводится модернизация с целью увеличения энергоэффективности и уменьшения количества отходов производства». Так как сам автор работает технологом на производстве строительных материалов, знает, что это намерение касается в основном производителей цемента и керамической плитки, а не производителей пластмассовых изделий.

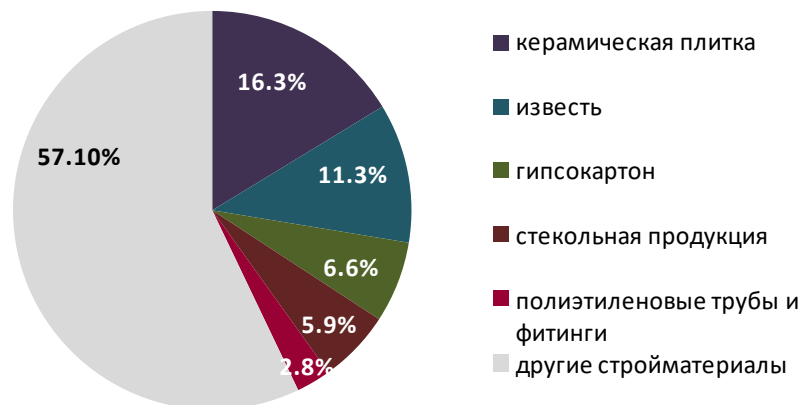
Экспорт строительных материалов

В целях насыщения рынка конкурентоспособными строительными материалами местного производства, углубления импортозамещения и повышения объема экспорта АО «Узстройматериалы» на постоянной основе изучаются потребности рынка, ведется мониторинг и анализ экспортных и импортных операций строительных материалов. В результате только за январь – август 2018 года произведено промышленной продукции на 3 трлн. сумов, прирост составил 1.2%, относительно предыдущего года (UzAFI, 2018). В целях расширения географии и увеличения объёмов экспорта строительных материалов за январь-август т.г. АО «Узстройматериалы» проделана комплексная работа. В частности, осуществлен экспорт строительных материалов на 27.6 млн. долл. (UzAFI, 2018). Основными странами экспорта строительных материалов являются Россия 29.7% и Казахстан 23.1% (см. 2.3. рисунок).



2.3. рис. Основные страны экспорта строительных материалов из Узбекистана, 2018 г. ноябрь (Источник: обобщение автора данных stat.uz, 2018)

Автор делает вывод, что ближайшие страны-соседи являются значительными рынками сбыта. В свою очередь номенклатуру экспорта строительных материалов в основном составляют керамическая плитка – 16.3% и известь – 11.3% (см. 2.4. рисунок).



2.4. рис. Распределение экспорта строительных материалов из Узбекистана, 2018 г. ноябрь (Источник: обобщение автора данных UzAFI, 2018)

Полиэтиленовые трубы и фитинги составляют 2.8% экспортируемой продукции.

В заключении 2.2. главы работы автор приходит к выводу, что Узбекистан производит и экспортирует строительные материалы с высокой эстетической и добавочной стоимостью, но к сожалению, не самого высшего качества, хоть и соответствующего стандартам.

2.2. Анализ развития рынка пластика и пластиковых строительных материалов в Узбекистане

На строительном рынке Узбекистана в 2018-2019 годах наиболее востребованными строительными материалами являются цемент, железобетонные конструкции, жженный кирпич, а также пластиковые и алюминиевые профили, окна и витражи (Долуханов, 2019). В рамках бакалаврской работы автор фокусируется на пластиковых стройматериалах, так как сам работает технологом в компании, их производящей.

Автор работы, произвел исследование состояния рынка, и конкурентную среду каждого сегмента рынка, куда входят производство и продажа пластиковых изделий для хозяйственных нужд, строительство и ремонт, общее назначение, а также вспомогательные материалы в производстве и продаже, дополнения к оборудованию из пластика. Результаты анализа показывают темпы производства и приобретения пластиковых продуктов в Узбекистане, а также отчет о трендах в производстве

пластиковых труб и фитингов в Узбекистане, и покупательское отношение к нововведениям.

Согласно portalу *Golden Pages*, в Узбекистане на данный момент функционируют 78 компаний в отрасли пластиковых изделий. На рисунке 2.5. видно, что хозяйственные товары из пластика – это основной сегмент рынка пластиковых изделий в Узбекистане.



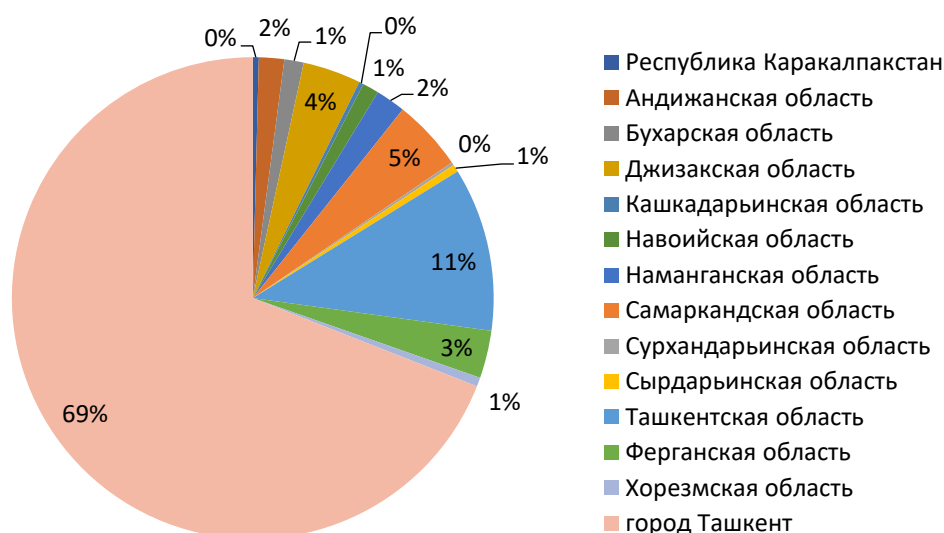
2.5. рис. Распределение производителей пластиковых изделий по видам в Узбекистане в 2019 году (Источник: обобщение автора данных Golden Pages, 2019)

И только 6% компаний, занятых в сфере пластиковых изделий, сфокусированы на производстве и продаже красок, модификаторов и дополнения к пластиковым изделиям. Производство и продажа строительных материалов из пластика, куда входит и продукция компаний, описанных в этой главе, составляет только 19% рынка.

Территориальная среда производства пластиковых изделий

Согласно portalу *stat.uz*, в Узбекистане на 2019 год 69% предприятий, специализирующихся на производстве пластиковых изделий, расположены в городе Ташкент (см. 2.6. рис.). По остальным регионам, самые большие показатели в Ташкентской области (11%) и Самаркандская область (5%). Фергана и Джизак имеют примерно одинаковое распределение (3-4%). Данная тенденция объясняется в первую очередь, тем что Ташкент - это столица Республики Узбекистан, и основной бизнес

расположен в городе и за городом в промышленных городах. Промышленные зоны в самом городе делают доставку сырья более удобной, также хранение и дальнейшая реализация на рынок Узбекистана и за рубеж оптимально именно из города Ташкент и Ташкентской области. Открытие специальных индустриальных зон в Ташкентской области также дают возможности для старта производства на данной территории. С предпринимательской точки зрения Ташкент является самой конкурентной средой в Узбекистане для производителей – близкое расположение к поставщикам и дистрибьюторам, большое количество складов для хранения продукции, а также множество железнодорожных веток, ведущих к складам, делают город Ташкент привлекательным с многих сторон.



2.6. рис. Производство пластиковых изделий в Узбекистане по регионам в 2019 году

(Источник: обобщение автора данных Stat.uz, 2019)

Самаркандская область также является одним из центральных регионов Узбекистана в сфере индустрии, где расположились многие крупнейшие производители автотранспорта, такие как «MAN», «Uzotoyol» и другие. Исходя из этого, производители пластиковых изделий выбирают данный регион. Похожая тенденция наблюдается и в Ферганской долине. Густонаселенность, соответственно большие объемы потребления также служат фактором для расположения производителей ближе к своим основным потребителям.

Государство активно принимает участие в развитии и поддержке промышленности, а также усовершенствования предпринимательской деятельности. Например,

специальные экономические и индустриальные зоны, без налогообложения открыты в городе Ангрен Ташкентской области, в городах Джизах и Навоий.

К сожалению, данные 2.5. и 2.6. рисунков это почти вся статистика о производстве пластика в Узбекистане, в том числе пластиковых стройматериалов. Это объясняется тем, что этот сегмент не является таким же значительным для отрасли, как производство цемента и гипсокартона. Данные по рынку есть у самих производителей, но работодатель автора не дал разрешение на использование этих отчётов в бакалаврской работе. Поэтому далее автор исследует работу крупнейших производителей пластиковых стройматериалов и их клиентов.

К пластмассовым строительным материалам относятся такие виды продукции, как:

- блоки из пенополистерола - пенопласт
- бикром
- полиизол
- полипропиленовые мешки
- сэндвичпанели
- упаковочные материалы из пенополистерола
- теплоизоляция для труб из пенополистерола
- фасадные элементы из пенополистерола
- канализационные трубы и фитинги из полипропилена
- многие другие товары из пластика, не производящиеся в Узбекистане

Производители вышеперечисленных наименований часто не конкурируют друг с другом, а работают в смежных нишах или сегментах. Например, те, кто производят сэндвичпанели, не занимаются фиттингами. В этой работе автор фокусируется на изучении усовершенствования деятельности производителей трубы и фитинги из полипропилена. Поэтому далее будут рассмотрены три ключевые компании из этой сферы. Как автор писал в 1.2. части работы, одним из драйверов усовершенствования предпринимательской деятельности является эффективная конкурентная борьба, это вынуждает концентрироваться на улучшении продукта, снижении издержек и продвижении (маркетинге), чтобы занять большую часть рынка.

Автору известно, что компания «AZIYA PLAST» по показателям производства и реализации продукции является крупнейшим участником рынка пластиковых

стройматериалов, в том числе труб и фитингов. К сожалению, у этой компании нет домашней страницы, на которой была бы дана информация о её деятельности.

Бренд «Vero» производителя «Master Bilding Products», основанный в 2014 году, является вторым по значимости игроком этого рынка, благодаря тому, что является активным поставщиком пластиковых материалов при строительстве жилых и нежилых помещений по всему Узбекистану. Несмотря на то, что компания в основном работает в сегменте B2B, бренд «Vero» (см. 2.7. рисунок) достаточно узнаваем среди розничных покупателей, благодаря тому, что поставляет продукцию и в строительные магазины.



2.7. рис. Логотип компании «Vero Pipe System» (Источник: официальный сайт компании «Vero Pipe System», 2019)

На своём сайте компания «Vero Pipe System» даёт следующую информацию: «Высококвалифицированные специалисты компании и его структурных подразделений проходят ежегодное повышение квалификации и обмен опытом на крупнейших европейских заводах. Вся продукция производится только из первичного сырья без примесей и добавок. Соответствие экологическим и гигиеническим требованиям производимой продукции, предоставляет возможность использовать их в системах водоснабжения социальных и иных объектах, поскольку они идеальным образом подходят для транспортирования питьевой воды. Продукция не подвержена коррозии, вследствие чего может быть эксплуатировано дольше своих металлических аналогов, и являются лучшим решением для трубопроводов с тепловой изоляцией, для размещения проводов и кабелей, канализации, дренажа и т.д.» («Vero Pipe System», О компании, 2019).

Компания «Royal Plast Industri» (в которой работает автор) также является одним из ключевых производителей пластиковых труб и фитингов. Трубы и фитинги для горячей и холодной воды, отопления и канализации компанией производятся в основном из трех видов пластиковых продуктов, это ПВХ (поливинилхлорид), ППР (полипропилен)

и ПЭ (полиэтилен). Сырье для производства доставляется из Турции и Кореи, что позволяет соответствовать качеству продукта мировым стандартам.

В 2019 году компания специализировалась в производстве продуктов:

- Системы канализационных труб из ПВХ – оптимальный материал, который подходит для новой системы или реконструкции старой системы канализации самотечного типа. Высокое качество в использовании и монтаже, легкость и удобство.
- Системы труб для горячего и холодного водоснабжения из полипропилена. Выгодность использования полипропиленовых труб в сантехнике обуславливается такими характеристиками как, прочность, легкость, стойкости химической и электрокоррозии, удобстве в установке и многому другому.
- Металлопластиковые трубы из полиэтилена. Данные трубы подходят как для отопления, так и для теплых полов. Несомненными плюсами являются экологичность, стойкость к коррозии и появлению грибков, что в свою очередь было проблемой при металлических трубах.
- Трубы PEX-B. Специальные трубы из пластика для половых отоплений, стойкие к коррозии и отличающиеся долговечностью и гибкостью в использовании.
- Соединительные детали из полипропилена. Фитинги из PPRC отличаются легкостью и прочностью. Также отличительными свойствами пластиковых труб из полипропилена являются стойкость к коррозии и избежание накипи в трубах. Для горячей воды и отопления они подходят лучше стальных, так как удобны в монтаже и теплостойки.
- Соединители или фитинги из ПВХ. Основной функцией является соединение частей трубопровода, повороты и переход на трубы с разными диаметрами, обычно устанавливаются в местах, где необходима быстрая установка и снятие (неопубликованные материалы компании «Royal Plast», 2019).

Кроме этого предприятия также производит трубы и фитинги по индивидуальным заказам. Предприятие «Royal Plast Industri» выпускает продукцию под брендом «Royal Plast», которая реализуется не только на территории Узбекистана, но и в странах ближнего зарубежья. Офис и склад находятся на одной территории что также увеличивает скорость обслуживания клиентов компании.

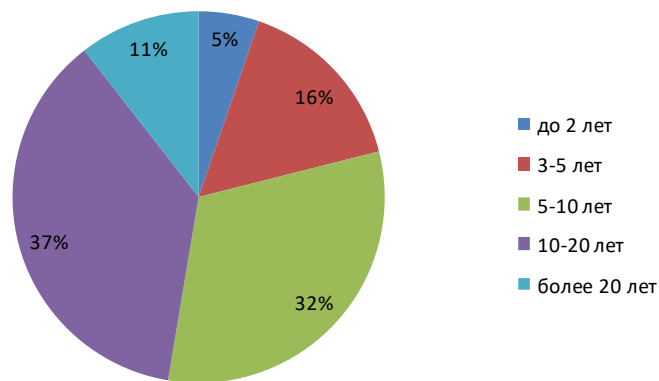
На рынке пластиковых труб и фитингов работают и другие компании, например, «Polipropilēn Quvurlar», «Maxsus Polimer Zavodi», «Euro Plast» и «Osīyo Plast». В следующей главе автор при помощи анкеты опрашивает специалистов из этих и других компаний.

2.3. Возможности усовершенствований в деятельности производителей пластмассовых труб и фитингов

Для выявления возможностей усовершенствования в деятельности производителей пластмассовых труб и фитингов автор разработал анкету (см. 1 приложения). Так как автор временно живёт и учится в Латвии и не имеет возможности лично опросить респондентов, анкета была размещена на онлайн ресурсе visidati.lv, и далее разослана респондентам. Генеральной совокупностью опроса являются все высококвалифицированные специалисты производств строительных материалов, в том числе пластиковых труб и фитингов. Так как у автора нет данных о количестве занятых высококвалифицированных специалистов на производствах строительных материалов, точный объём генеральной совокупности не известен. По этой причине автор не мог обеспечить репрезентативную выборку. Ссылка на анкету была разослана коллегам автора и знакомым высококвалифицированным специалистам по производству стройматериалов из личного списка контактов. Кроме того, автор связался с руководителями производств стройматериалов из списка контактов, опубликованных на сайте ассоциации «Узпромстройматериалы» (База производителей строительных материалов, Прочие строительные изделия из пластмасс и другие разделы, 2019).

Кроме этого, автор столкнулся и с другими барьерами – работники не любят участвовать в опросах, связанных с работой, так как бояться, что их мнение будет передано руководству. Поэтому автор в начале анкеты постарался снять эти опасения, пообещав анонимность.

В заполнении анкеты приняли участие 79 респондентов, но после первого вопроса «Работаете ли вы в сфере производства строительных материалов?», 22 респондента были исключены из дальнейшего заполнения анкеты. Большинство респондентов (48%) заняты на производстве стройматериалов более 10 лет (см. 2.8. рис.).



2.8. рис. Распределение респондентов по стажу в сфере производства строительных материалов, n=57 (Источник: обобщение автора)

Результаты, отображённые на рисунке 2.8. говорят о том, что в основном респонденты имеют достаточный стаж, чтобы разбираться в вопросах производства строительных материалов.

Вопрос *«Пожалуйста, оцените степень влияния следующих факторов на деятельность производителей строительных материалов в Узбекистане?»* был задан для того, чтобы узнать, изменение какого фактора может существенно повлиять на усовершенствование деятельности предприятий. Результаты этого вопроса автор отобразил в таблицах 2.1. и 2.2.

2.1. таблица. Средние оценки влияния внешних факторов на деятельность производителей строительных материалов в Узбекистане, n=57 (Источник: обобщение автора)

Факторы	Средняя оценка
готовность потребителей покупать продукцию отечественного производства	4.1
платежеспособность потребителей физических лиц	6.8
наличие клиентов юридических лиц (застройщики, розничные сети, другие производители и т.д.)	7.9
условия закупщиков из розничных строительных сетей	5.4
условия клиентов-застройщиков	7.7
снижение цен конкурентов на продукцию	8.1
положительный рост отрасли строительства	9.3
поддержка правительства экспорта продукции	5.3
доступность локальных инвестиций в производство	4.2
доступность международных инвестиций в производство	8.4
льготы на кредиты (например, более низкая ставка или более долгий период возврата)	3.9
необходимость соответствовать госстандартам качества	9.5
затраты рабочего времени на единицу продукции	8.6
цена на электроэнергию	8.1
расходы на утилизацию отходов	2.2
стоимость сырья	9.1
географическая доступность сырья	5.6
пропорция неиспользуемой части сырья в производстве	2.8
льготы на импортируемое сырьё	3.6

Средние оценки влияния внешних факторов, по мнению респондентов, указывают, что самыми существенными внешними факторами являются необходимость соответствовать госстандартам качества ($x=9.5$), положительный рост отрасли строительства ($x=9.3$), стоимость сырья ($x=9.1$). Наименее влияющие факторы льготы на кредиты ($x=3.9$), льготы на импортируемое сырьё ($x=3.6$), пропорция неиспользуемой части сырья в производстве ($x=2.8$) и цена на утилизацию отходов ($x=2.2$).

В таблице 2.2. автор обобщил средние оценки влияния внутренних факторов компании на их деятельность.

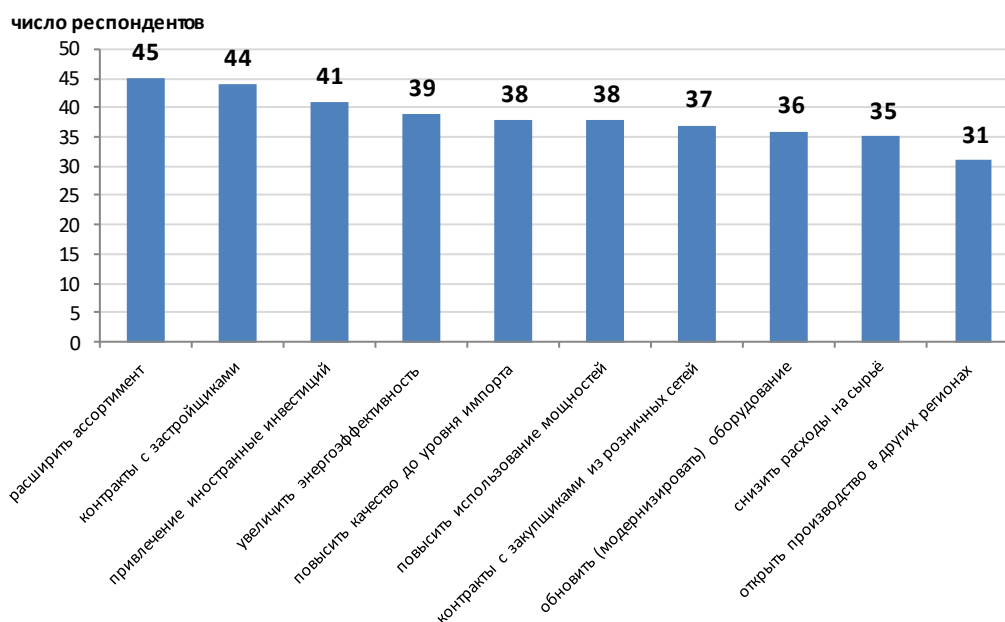
2.2. таблица. Средние оценки влияния внутренних факторов на деятельность производителей строительных материалов в Узбекистане, n=57 (Источник: обобщение автора)

Факторы	Средняя оценка
современность техники	8.9
эффективная внутренняя коммуникация	8.7
уровень квалификации сотрудников	8.6
затраты рабочего времени на единицу продукции	8.6
опыт руководства	7.8
уровень маркетинга	7.5
сменяемость персонала	7.2
мотивированность сотрудников	7.1
психологическая атмосфера в офисе	5.9
психологическая атмосфера на производстве	5.1
желание руководства производства соответствовать международным стандартам качества	4.3
количество отходов от производства	3.9
экологичность утилизации отходов	2.8

Средние оценки влияния внутренних факторов, по мнению респондентов указывают, что самыми важными факторами являются эффективная внутренняя коммуникация ($x=8.7$), уровень квалификации сотрудников ($x=8.6$), затраты рабочего времени на единицу продукции ($x=8.6$). Наименее влияющими факторами являются желание руководства производства соответствовать международным стандартам качества ($x=4.3$), количество отходов от производства ($x=3.9$), экологичность утилизации отходов ($x=2.8$).

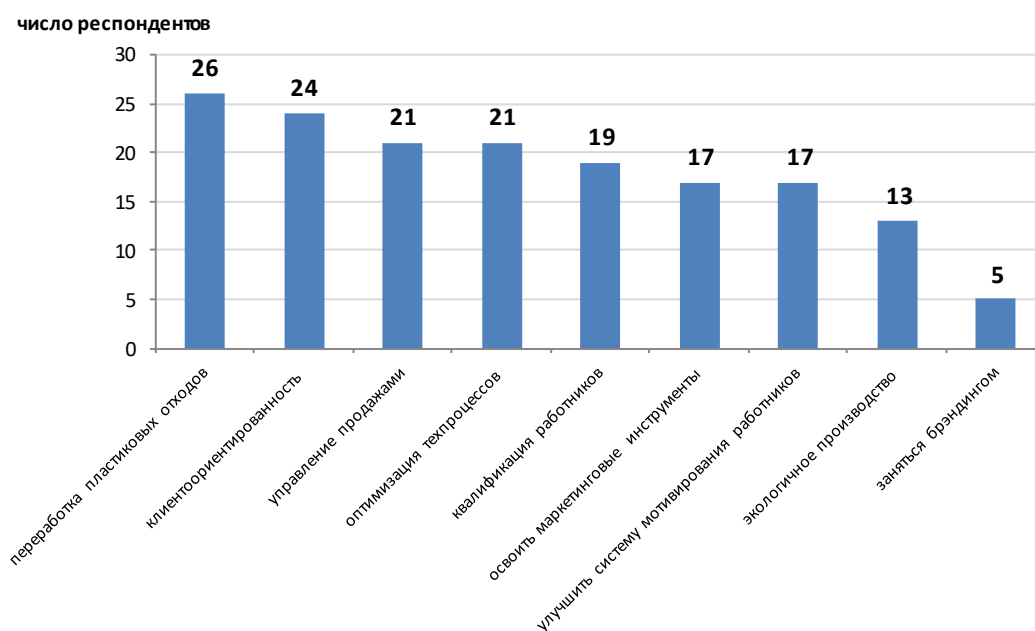
В среднем респонденты оценили необходимость усовершенствования деятельности производителя, у которого они работают, на 6.5 баллов из 10. То есть, необходимость выше среднего. Пятый вопрос «Считаете ли вы себя компетентным, чтобы ответить на несложные вопросы об усовершенствовании деятельности производителей пластиковых труб и фиттингов в Узбекистане?» автор задал, чтобы отсеять тех респондентов, которые не являются специалистами в производстве данного вида продукции. Таких было 11.

Результаты ответов на следующий вопрос «Как вам кажется, в чём необходимо усовершенствовать деятельность производителей пластиковых труб и фитингов в Узбекистане?» на 2.9. рисунке.



2.9. рис. Аспекты деятельности производителей пластиковых труб и фитингов, наиболее требующие усовершенствования по мнению респондентов, n=46 (Источник: обобщение автора)

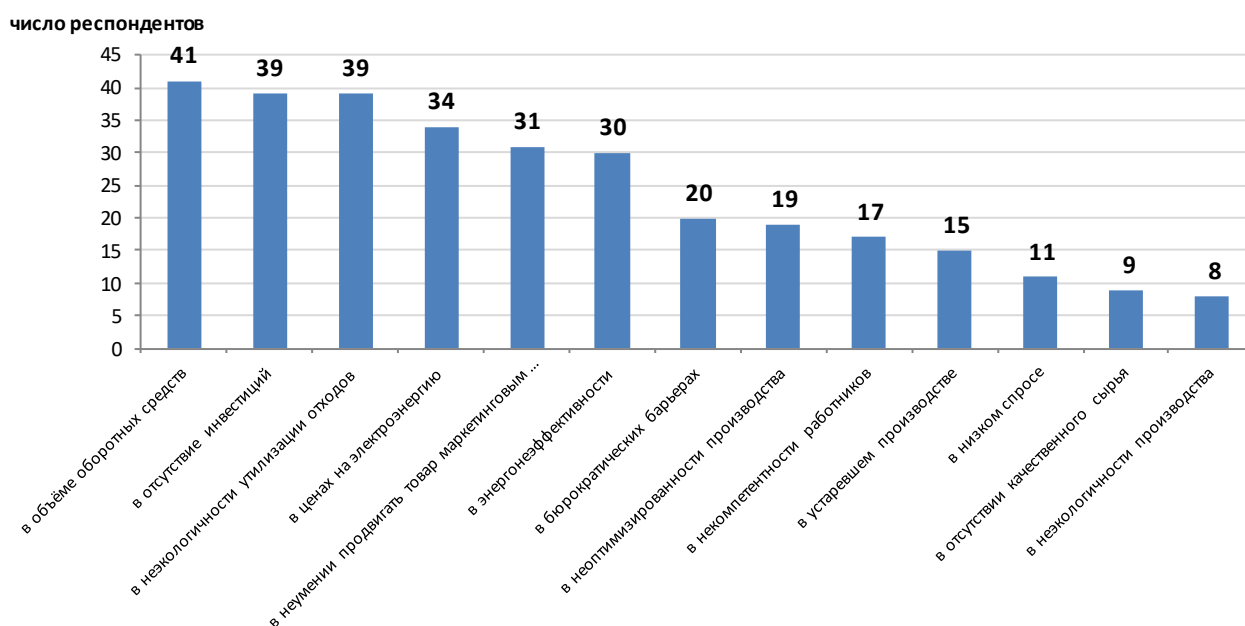
На рисунке 2.9. отображены те аспекты деятельности производителей пластиковых труб и фитингов, которые по мнению респондентов требуют усовершенствования больше всего. Самый частый по количеству упоминаний аспект «расширение ассортимента выпускаемой продукции» - 45 респондентов из 46 считают, что следует диверсифицировать ассортиментную матрицу. Автор это связывает с тем, что большее количество наименований продукции сделает производителя более привлекательным в глазах застройщиков, которым требуется большой перечень пластиковых продуктов, чем трубы и фитинги. На рисунке 2.10. отображены те аспекты, которые были упомянуты респондентами менее 30 раз.



2.10. рис. Аспекты деятельности производителей пластиковых труб и фитингов, наименее требующие усовершенствования по мнению респондентов, n=46 (Источник: обобщение автора)

Несмотря на то, что аспекты на рисунке 2.10. по мнению респондентов меньше требуют усовершенствования, некоторые из них упоминало больше половины респондентов – освоение экологичных технологий производства пластика (27), обеспечение переработки пластиковых отходов (26), повышение клиентоориентированности (24). Менее всего усовершенствования требуют аспекты, касающиеся персонала и маркетинга.

Ответы на вопрос «Как вам кажется, в чём основные проблемы производителей пластиковых труб и фитингов в Узбекистане?» на рисунке 2.11.



2.11. рис. Основные проблемы производителей пластиковых труб и фитингов в Узбекистане по мнению респондентов, n=46 (Источник: обобщение автора)

По мнению респондентов, основные проблемы производителей пластиковых труб и фитингов заключаются в маленьком объеме оборотных средств (41), в отсутствие инвестиций (39), в неэкологичности утилизации пластиковых отходов (39), в ценах на электроэнергию (34), в неумении продвигать товар маркетинговым образом (31). Наименьшая проблема – это неэкологичность производства. Такой низкий показатель связан с тем, что само производство пластика одно из самых чистых, так как не пыльное, в отличие от цементных заводов.

Средняя готовность респондентов рекомендовать продукцию своей компании знакомым и друзьям равняется 7.8 баллам из 10. А средняя удовлетворённость тем, как компания развивается, равняется 7.1 баллам из 10.

Возможности усовершенствований в деятельности производителей пластиковых труб и фитингов в Узбекистане

Возможности усовершенствований в деятельности производителей пластиковых труб и фитингов в Узбекистане автор обобщает в *SWOT* анализе (см 2.3. таблицу).

2.3. таблица. *SWOT* анализ деятельности производителей пластиковых труб и фитингов в Узбекистане в 2019 году (Источник: обобщение автора)

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> • производство местного и импортного вида товаров из пластмассы • разумная ценовая политика • гибкая система скидок • скорость и уровень покупательского обслуживания • стабильная цена • профессионализм специалистов • техническая база • экологичное производство 	<ul style="list-style-type: none"> • низкий уровень маркетинга • плохая развитость альтернативных каналов продаж • производство не дифференцированно • узкая ассортиментная матрица продукции • низкое качество продуктов для внутреннего рынка • неэкологичная утилизация отходов
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • открытые новые строительные рынки в регионах • строительный бум в стране • иностранные инвестиции • новая государственная политика содействия бизнесу • демографический рост • появление новых застройщиков 	<ul style="list-style-type: none"> • стремление к монополизации лидера рынка • быстро устаревающие технологии • иностранные компании, постепенно входящие с более дешевой продукцией • рост цен на иностранное сырье из-за валютных операций • международные требования по экологичной утилизации отходов

Исходя из анализа, автор предлагает открывающиеся возможности использовать на устранение таких слабых сторон как маркетинг, каналы продаж и дифференциацию продаж. Например, иностранные инвестиции помогут в будущем обновлять технологии, которые дадут возможность на равных конкурировать с иностранными предприятиями. Также строительный бум даёт возможность развить каналы продаж и расширить границы рынка за счет смещения строительных рынков в регионы. Стоит больше внимания уделить строительству жилых и нежилых помещений, например, на территории *Tashkent City* и районах Сергели и Мирабад.

Производителям через несколько лет потребуются обновление технологической базы из-за увеличивающегося объёма производства. Иностранные инвестиции также могут быть использованы для развития отрасли, для внедрения более экологичной технологии

и методов производства и утилизации отходов, на которое сегодня обращается все больше внимания.

Усовершенствования в маркетинге нужны в основном не в рекламе или в хорошем представлении продукта, а в оптимизации каналов продаж. Использование новых методов дистрибьюции, открытие фирменных торговых точек в крупных рынках Узбекистана, вместо оптовой торговли с дилерами упрочит доверие потребителя к производителю. Также эти центры способствуют развитию обслуживания клиентов, что плодотворно повлияет на улучшение партнерских отношений с поставщиками, и крупными клиентами.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Основываясь на результатах исследования, автор пришёл к следующим выводам:

1. С 1970-ых годов в мировом производстве пластика отмечается резкий рост – от 100 млн. тонн продукции до 400 млн. тонн в 2017 году. Тенденция, рассчитанная при помощи линейной регрессии, показывает, что в ближайшие 20 лет производство пластика не должно сократиться, если влияющие на это факторы останутся неизменными.
2. Точка для введения инноваций в производстве пластика находится на стыке трёх тенденций:
 - рост потребления и производства пластика увеличивается с каждым годом;
 - различные рынки лучшего качества пластика;
 - организации по борьбе за природу настаивают на сокращении потребления и производстве пластика.
3. В 2018 – 2019 годах на строительном рынке Узбекистана наиболее востребованными строительными материалами являлись цемент, железобетонные конструкции, жжёный кирпич, а также пластиковые и алюминиевые профили, окна и витражи.
4. Хозяйственные товары из пластика – основной сегмент рынка пластиковых изделий (48%) в Узбекистане в 2019 году. Производство и продажа строительных материалов из пластика, куда входит и продукция компании «Royal Plast Industri», составляет только 19% рынка.
5. В Узбекистане на 2019 год большинство предприятий, специализирующихся на производстве пластиковых изделий, расположены в городе Ташкент (69%), Ташкентской (11%) и Самаркандской областях (5%).
6. Согласно линейному прогнозу объёма строительных работ в денежном выражении в Узбекистане достигнет 54438 миллиардов сумм, но по факту уже на момент января 2020 года известно, что этот показатель будет гораздо выше, если основные макроэкономические показатели резко не уменьшатся.
7. Главным драйвером развития производства строительных материалов в Узбекистане является стремительное развитие отрасли строительства, которое требует больших объёмов отечественных стройматериалов, так как импортная продукция дороже. Собственное производство делает экономику стабильнее и сбалансированнее.

8. Потенциалом развития производства строительных материалов является осуществление мер по модернизации, техническому и технологическому обновлению физически и морально устаревшего оборудования со снижением энергоёмкости производства, а также диверсификация выпуска продукции
9. Основным продуктом в отечественном сегменте производства стройматериалов является цемент – в Узбекистане в декабре 2019 года работало 18 цементных заводов суммарной годовой мощностью свыше 12 миллионов тонн. Крупнейшие заводы функционируют почти на 100% от имеющейся мощности.
10. По сырьевым запасам для производства строительных материалов Узбекистан занимает ведущее место среди республик Центральноазиатского региона.
11. Согласно прогнозам, ожидается увеличение сырьевой базы строительной индустрии на основе геологоразведки, добычи и переработки известняков на 13.1 миллионов тонн, гипсового камня на 1.8 миллионов тонн, глинистых компонентов, кирпичного сырья и кварцевых песков на 1 миллионов тонн. Это не коснётся напрямую производителей пластиковый стройматериалов, но косвенно поднимет спрос на эту продукцию.
12. Правительство Узбекистана собирается привлечь \$500 миллионов долларов долгосрочных льготных кредитных линий международных финансовых организаций для софинансирования и инвестирования в проекты в сфере промышленности строительных материалов до 2021 года.
13. Производители, входящие в ассоциацию «Узстройматериалы», собираются постепенно переходить на более энергоэффективный и экологичный процесс производства.
14. В 2018 году основными странами экспорта строительных материалов являлись Россия 29.7% и Казахстан 23.1%. Экспорт строительных материалов в основном составляли керамическая плитка (16.3%) и известь (11.3%).
15. На внутреннем строительном рынке Узбекистана в 2018-2019 годах наиболее востребованными строительными материалами были цемент, железобетонные конструкции, жжёный кирпич, а также пластиковые и алюминиевые профили, окна и витражи.
16. По мнению респондентов, наиболее влияющими внешними факторами на деятельность производителей строительных материалов в Узбекистане являются необходимость соответствовать госстандартам качества ($x=9.5$), положительный

рост отрасли строительства ($x=9.3$), стоимость сырья ($x=9.1$). Наименее влияющие внешние факторы – льготы на кредиты ($x=3.9$), льготы на импортируемое сырьё ($x=3.6$), пропорция неиспользуемой части сырья в производстве ($x=2.8$) и цена на утилизацию отходов ($x=2.2$).

17. По мнению респондентов, наиболее влияющими внутренними факторами на деятельность производителей строительных материалов в Узбекистане являются эффективная внутренняя коммуникация ($x=8.7$), уровень квалификации сотрудников ($x=8.6$), затраты рабочего времени на единицу продукции ($x=8.6$).
18. В среднем респонденты оценили необходимость усовершенствования деятельности производителя, у которого они работают, на 6.5 баллов из 10.
19. По мнению респондентов, аспект «расширение ассортимента выпускаемой продукции» требует усовершенствования больше всего.
20. Больше половины респондентов упомянуло, что усовершенствования требуют освоение экологичных технологий производства пластика (27 респондентов из 46), обеспечение переработки пластиковых отходов (26), повышение клиентоориентированности (24).
21. По мнению респондентов, основные проблемы производителей пластиковых труб и фитингов заключаются в маленьком объёме оборотных средств (41 респондент из 46), в отсутствие инвестиций (39), в неэкологичности утилизации пластиковых отходов (39), в ценах на электроэнергию (34), в неумении продвигать товар маркетинговым образом (31). Наименьшая проблема – это неэкологичность производства.

Основываясь на выводах, автор разработал предложения:

1. Руководству компаниям, производящим пластиковые трубы и фитинги, необходимо расширить деятельность за счёт новых производств в других развивающиеся регионах Узбекистана, например, в Самаркандской и Навойской областях. Это позволит занять большую территорию рынка, а также уменьшить расходы на транспортировку к местам строительства больших объектов.
2. Руководству компаниям, производящим пластиковые трубы и фитинги, до 2021 года необходимо ввести, а инвесторам поддержать, введение более экологичных методов утилизации пластиковых отходов согласно мировым трендам. Также необходимо стать более клиентоориентированными. Например, ввести в ассортимент новые

продукты и сократить срок поставок. Эти меры повлияют на экологию региона, увеличат доверие к бренду, а также уменьшат издержки на приобретение сырья.

3. Маркетинговым отделам производителей пластиковых труб и фитингов до 2021 года следует найти новые каналы продаж, например, заключить контракты с девелоперами новых жилых проектов на поставку и установку пластиковых стройматериалов. Так как на данный момент и в следующие пять лет в Узбекистане будет наблюдаться «строительный бум» – разработка жилых комплексов будет по-прежнему продолжаться. Также новыми каналами продаж могут стать строительные проекты в соседних странах – Казахстан, Киргизию и Таджикистан.
4. Иностранным инвесторам рекомендуется вкладывать ресурсы в компании, производящие стройматериалы (в том числе пластиковые), поскольку:
 - объёмы строительных работ будут расти в следующие пять лет;
 - в ближайшие 20 лет производство пластика не должно сократиться, если влияющие на это факторы останутся неизменными;
 - иностранным инвесторам гарантируется свободный перевод денежных средств в иностранной валюте в Республику Узбекистан и из нее без каких-либо ограничений (при условии уплаты ими налогов и других обязательных платежей в порядке, установленном законодательством Республики Узбекистан).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ

1. Азгальдов, Г.Г., Костин, А.В. (2009). К вопросу о термине «инновация». [дата обращения 10.12.2019]. Режим доступа: http://www.labrate.ru/articles/azgaldov-kostin_doklad_2009-2_about-innovation.htm
2. Баев, И. А., Горшенина, Д. А. (2015). Сущность, структура и функции рынка инноваций. Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент, 1. [дата обращения 28.11.2019]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-struktura-i-funksii-rynka-innovatsiy>
3. Балабанов, И. Т. (2009). *Инновационный менеджмент*. СПб.: Питер.
4. Безрукова, В.С. (2000). *Основы духовной культуры (энциклопедический словарь педагога)*. Екатеринбург: Издательство Дома учителя.
5. Бокарева, А.А., Соколова, Ю.Д. (2016). Внедрение инноваций: путь к успеху или банкротству фирмы? *Современные научные исследования и инновации*, 11. [дата обращения 28.11.2019] Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2016/11/74699>
6. Бондин, И., Баширова, Н., Бондина, Н. (2017). *Эффективность использования производственного потенциала в сельскохозяйственных организациях*. Москва: Litres.
7. Газета.uz, Новости для людей (2019). Президент поручил снизить цены на стройматериалы (14 мая 2019). [дата обращения 01.12.2019] Режим доступа: <https://www.gazeta.uz/ru/2019/05/14/stroy/>
8. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике (2018). Отчет о ходе строительства социальных объектов, включенных в адресную инвестиционную программу. [дата обращения 20.11.2019]. Режим доступа: <https://stat.uz/ru/526-2018/3122-statistika-investitsij-i-stroitelstva-2018>
9. Дашков, Л.П., Мирошниченко, В.В. (2016). Сущность инноваций и инновационных процессов, их роль в развитии экономики России. *Экономические системы*, 1, 34-40
10. Долуханов, Ф. (2018). Агентство международной информации Trend. Узбекистан переходит на производство «зелёных» стройматериалов (Эксклюзив) (20 октября 2018). [дата обращения 01.12.2019] Режим доступа: <https://www.trend.az/business/economy/2968474.html>
11. Зарипов, Б. (2019). Российская газета. За последние годы в Узбекистане налажен выпуск десятков новых видов строительных материалов (29 августа 2019). [дата

- обращения 01.12.2019] Режим доступа: <https://rg.ru/2019/08/29/v-uzbekistane-nalazhen-vypusk-desiatkov-novyh-vidov-strojmaterialov.html>
12. Ильенкова, С.Д., Гохберг, Л.М., Ягудин, С.Ю. (2007). *Инновационный менеджмент*. Москва: ЮНИТИ.
 13. Индикаторы инновационной деятельности (2017), Статистический сборник. [дата обращения 20.05.2019]. Режим доступа: <https://www.hse.ru/primarydata/ii2017>
 14. Колосова, О.В., Яшин, С.Н., Мурашова, Н.А. (2012). *Управление инновационной деятельностью*. Нижегород: Новгород.
 15. Короткий, С. (2019). *Инновационный менеджмент. Учебное пособие*. Москва: Litres
 16. Кривчанская, А.В. (2017). Особенности рынка инноваций. *Экономика и менеджмент инновационных технологий*, 11. [дата обращения 20.11.2019]. Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2017/11/15430>
 17. Кудрявцева, В.А., Лашкевич, О.Б. (2014). Основные факторы успешного развития производства строительных материалов в регионах Российской Федерации. *Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость*, 1(6), 21-26.
 18. Кудрявцева, В.А., Ямщикова, И.В. (2012). Особенности специализации и функционирования кластера промышленности строительных материалов на территории Иркутской области. *Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика*, 2(53), 343-346.
 19. Ломакин, А.Л., Нейман, В.Г. (2008). *Применение инноваций в высшем профессиональном образовании*. Научно-методическое пособие. Москва: МЭЛИ.
 20. Орлова, Л.Н. (2015). Инновационная экономика: факторы и противоречия развития, уровни формирования. *Наукоедение*, 7(3), 1-15. [дата обращения 10.12.2019]. Режим доступа: <https://naukovedenie.ru/PDF/83EVN315.pdf>
 21. Официальный сайт ассоциации «Узпромстройматериалы» (2019). База производителей строительных материалов. [дата обращения 28.11.2019]. <http://uzsm.uz/ru/about/organizations/prochie-stroitelnye-izdeliya-iz-plastmass/>
 22. Официальный сайт компании Royal Plast Industri 2019. [Дата обращения 05.12.2019] Режим доступа: <http://royalplast.uz>
 23. Постановление Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по ускоренному развитию промышленности строительных материалов», 23 мая 2019 года. [дата обращения 01.12.2019] Режим доступа: <http://uza.uz/ru/documents/o-dopolnitelnykh-merakh-po-uskorennomu-razvitiyu-promyshlenn-24-05-2019>

24. Резник, Н. (2014). Анализ факторов влияющих на развитие рынка строительных материалов. Интернет бизнес и Экономика. [дата обращения 10.12.2019]. Режим доступа: <http://8cent-emails.com/analiz-faktorov-vlijajushhih-na-razvitie-rynka-stroitelnyh-materialov/>
25. Романченко, С. В. (2012). Новшества, нововведения, инновации: определения и сущность. *Молодой ученый*, 4, 166-168 <https://moluch.ru/archive/39/4578/>
26. Сатторкулов, О. Т., Рахматов, К. У. (2017). Рынок инноваций и его структура. *Молодой ученый*, 14, 435-437.
27. Тредгольд, Г. (2018). Four Reasons you need to Focus on innovations. [дата обращения 01.11.2018] Режим доступа: <https://www.inc.com/gordon-tredgold/4-reasons-why-you-need-to-focus-on-innovation.html>
28. Удальцова, Н.Л. (2015). Инновационное предпринимательство как элемент национальной системы. *Инновационная наука*, 7, 158-161.
29. Удальцова, Н.Л. (2015). Условия, необходимые для развития инновационного бизнеса в России. *Инновационная наука*, 5, 299-301.
30. Шумпетер, Й. (1982). *Теория экономического развития*. Москва: Прогресс.
31. Chesbrough, H. (2011). Management innovations for the future of innovations. [дата обращения 01.11.2019] Режим доступа: <https://iveybusinessjournal.com/publication/management-innovations-for-the-future-of-innovation/>
32. Hahladakis, J.N., Iacovidou, E., (2018). Closing the loop on plastic packaging materials: what is quality and how does it affect their circularity? *Science of Total Environment*, 630, 1394–1400.
33. Iacovidou, E., Velenturf, A.P.M., Purnell, P. (2019). Quality of resources: A typology for supporting transitions towards resource efficiency using the single-use plastic bottle as an example. *Science of the Total Environment*, 647, 441–448.
34. Kuncoro, W., Suriani, W.O. (2018). Achieving sustainable competitive advantage through product innovation and market driving. *Asia Pacific Management Review*, 23, 186-192.
35. Marshal, G., Parram, Á. (2019). Innovation and competition: The role of the product market International. *Journal of Industrial Organization*, 65, 221–247.
36. Royal Plast. Golden Pages 2019. [дата обращения 05.12.2019] Режим доступа: <https://www.goldenpages.uz/en/company/?Id=78672&CatId=105028>

37. Simon, B. (2019). What are the most significant aspects of supporting the circular economy in the plastic industry? *Resources, Conservation & Recycling*, 141, 299–300.
38. Spot, Бизнес и технологии (2019). В Узбекистане в разы увеличится производство стройматериалов (24 мая 2019). [дата обращения 01.12.2019] Режим доступа: <https://www.spot.uz/ru/2019/05/24/building-materials/>
39. UzAFI – Государственный комитет Республики Узбекистан по инвестициям (2018). Строительная индустрия. [дата обращения 15.11.2019.]. Режим доступа: <https://invest.gov.uz/investor/stroitelstvo/>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Анкета для опроса респондентов – специалистов, задействованных в производстве строительных материалов

Возможности усовершенствования деятельности производителей пластиковых строительных материалов в Узбекистане [Загрузить логотип](#) [\(изменить\)](#)

Уважаемый специалист!

Просим вас принять участие в опросе, разработанном студентом Высшей школы экономики и культуры и вашим коллегой Умидом Саттаровым. Цель исследования выявить возможности усовершенствования деятельности производителей пластиковых строительных материалов в Узбекистане.

Некоторые вопросы будут касаться таких пластиковых строительных материалов, как трубы и фиттинги.

Ваше мнение очень важно. Анонимность гарантируется. Предоставленная вами информация будет использована только в обобщенном виде и ни в коем случае не будет передана третьим лицам или вашему руководству. Заполнение анкеты займёт около 10 минут.

Информация о респондентах: [\(изменить\)](#)

Пол

Возраст

Образование

Параметры опроса

Заполнить опрос: С одного компьютера возможно заполнить только 1 раз [\(изменить\)](#)





Дизайн опроса: Оранжевый [\(изменить\)](#)

Язык опроса: Русский [\(изменить\)](#)

Пароль опроса: Доступ без пароля [\(изменить\)](#)

Создать вопросы






[Добавить вопрос здесь](#)

1. Работаете ли вы в сфере производства строительных материалов?    

да

нет (направить на вопрос №: 14)

[Добавить вопрос здесь](#)

2. Как долго вы работаете в сфере производства строительных материалов?     

до 2 лет

3-5 лет






5-10 лет

10-20 лет

более 20 лет






условия закупщиков из строительных сетей	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
условия клиентов-застройщиков	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
затраты рабочего времени на единицу продукции	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
географическая доступность минерального сырья	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
экологичность утилизации отходов	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
количество отходов от производства	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
опыт руководства	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
уровень квалификации сотрудников	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
современность техники	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
мотивированность сотрудников	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
уровень маркетинга	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
эффективная внутренняя коммуникация	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
сменяемость персонала	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
психологическая атмосфера на производстве	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
психологическая атмосфера в офисе	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
желание руководства производства соответствовать международным стандартам качества	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
затраты рабочего времени на единицу продукции	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[Добавить вопрос здесь](#)





4. Как вам кажется, насколько остра необходимость усовершенствовать деятельность производителя, у которого вы работаете     

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10






не нужны никакие срочно нужны множественные
усовершенствования улучшения

5. Считаете ли вы себя компетентным, чтобы ответить на несложные вопросы об усовершенствовании деятельности производителей пластиковых труб и фиттингов в Узбекистане?     






- да
- нет (направить на вопрос №: 9)

6. Как вам кажется, в чём необходимо усовершенствовать деятельность производителей пластиковых труб и фиттингов в Узбекистане? (много возможных ответов)     

- открыть производство в других регионах Узбекистана
- освоить экологичные технологии производства пластика
- обеспечить переработку пластиковых отходов
- научиться лучше управлять продажами
- освоить маркетинговые инструменты
- заняться брэндингом
- повысить качество до уровня импортной продукции
- снизить расходы на сырьё
- поднять квалификацию работников
- улучшить систему мотивирования работников
- освоить привлечение иностранных инвестиций
- увеличить энергоэффективность
- активнее заключать контракты с застройщиками
- активнее заключать контракты с закупщиками из розничных сетей
- стать более клиентоориентированными
- повысить использование имеющихся мощностей
- обновить (модернизировать) оборудование
- оптимизировать технологические процессы
- расширить ассортимент выпускаемой продукции






7. Как вам кажется, в чём главная проблема производителей пластиковых труб и фиттингов в Узбекистане?     

- в низком спросе
- в отсутствии качественного сырья
- в неумении продвигать товар маркетинговым образом
- в бюрократических барьерах
- в устаревшем производстве
- в ценах на электроэнергию
- в некомпетентности работников
- в неоптимизированности производства
- в отсутствие инвестиций

8. Как вам кажется, в чём основные проблемы производителей пластиковых труб и фитингов в Узбекистане? (много возможных ответов)     






- в низком спросе
- в отсутствии качественного сырья
- в неумении продвигать товар маркетинговым образом
- в бюрократических барьерах
- в устаревшем производстве
- в ценах на электроэнергию
- в некомпетентности работников
- в неоптимизированности производства
- в отсутствие инвестиций
- в энергонеэффективности
- в маленьком объёме оборотных средств
- в неэкологичности производства
- в неэкологичности утилизации пластиковых отходов

[Добавить вопрос здесь](#)






9. Оцените, насколько вы готовы рекомендовать продукцию того производителя, у которого работаете, своим знакомым и друзьям     

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
точно не порекомендую с удовольствием порекомендую

[Добавить вопрос здесь](#)






10. Оцените, пожалуйста, насколько вы в целом довольны развитием компании, в которой работаете?     

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
очень не доволен очень доволен






11. Как вы оцениваете развитие той компании, в которой вы работаете, в последующие 5 лет?     

- Останемся на рынке на тех же позициях
- Увеличим долю рынка
- Уменьшим долю рынка

[Добавить вопрос здесь](#)




12. Что на ваш взгляд, включает в себя понятие «усовершенствование бизнеса»? (ответ не обязателен)     

[Добавить вопрос здесь](#)

13. В чём вы видите перспективы рынка строительных материалов?     

(ответ не обязателен)

[Добавить вопрос здесь](#)

14. Мы вам очень благодарны! Спасибо за участие!    

Пожалуйста, нажмите кнопку "продолжить", чтобы закончить участие в опросе.

Подтверждение

Настоящим подтверждаю, что бакалаврская работа «Возможности усовершенствования деятельности производителей строительных материалов в Узбекистане» разработана самостоятельно, в ней не допущено нарушение прав интеллектуального имущества иных лиц или плагиат – использование результатов творческой деятельности другого лица от своего имени. В работе указаны ссылки на источники использованных других работ, определений и цитат. Результаты использованных в работе исследований других авторов и источники данных указаны в ссылках. Работа никогда не публиковалась и первый раз подана на защиту комиссии по защите дипломных работ.

Удостоверяю, что в системе ЕКА *Moodle* текст загруженной работы является идентичным поданному тексту бумажного формата.

_____ / _____ /

(подпись студента)

(имя, фамилия)

_____ 2020 года