Рахимжонов Умиджон Комилжон угли
магистрант
Ташкентский государственный экономический университет
г. Ташкент, Республика Узбекистан

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ ДВЕРЯМИ И МЕБЕЛЬЮ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Аннотация: *в статье рассматриваются особенности бизнес-планирования деятельности организаций, осуществляющих оптовую торговлю дверями и мебелью в Республике Узбекистан. Анализируются основные направления планирования закупок, товарных запасов, объёмов продаж и финансовых результатов.*

Ключевые слова: *бизнес-планирование, оптовая торговля, товарооборот, прогнозирование, прибыль, рентабельность.*

Введение. В современных условиях развития рыночной экономики бизнес-планирование является важным инструментом управления деятельностью организаций. Оно позволяет определять перспективные направления развития предприятия, рационально распределять ресурсы, оценивать возможные риски и формировать обоснованные финансово-экономические показатели [3].

Особую актуальность бизнес-планирование приобретает в сфере оптовой торговли дверями и мебелью. Деятельность организаций данного направления зависит от изменения потребительского спроса, состояния строительного рынка, уровня закупочных цен, условий поставок и конкурентной среды. Поэтому эффективное управление требует комплексного подхода к планированию закупочной, складской, сбытовой и финансовой деятельности.

В Республике Узбекистан наблюдается развитие внутренней торговли и предпринимательской деятельности. Согласно данным Национального комитета Республики Узбекистан по статистике, в 2025 году объем оптового товарооборота достиг 543,3 трлн сумов, увеличившись на 12,5% по сравнению с 2024 годом

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

[2]. Кроме того, за январь-октябрь 2025 года крупными предприятиями страны было произведено мебельной продукции почти на 6 трлн сумов [1]. Данные тенденции свидетельствуют о наличии возможностей для развития торговых организаций, специализирующихся на реализации дверей и мебели.

Цель статьи – исследовать особенности бизнес-планирования деятельности организаций в сфере оптовой торговли дверями и мебелью в Республике Узбекистан, определить основные факторы, влияющие на эффективность планирования, и предложить направления его совершенствования.

Методы исследования – анализ и обобщение научной литературы, статистический и сравнительный анализ, системный подход, методы экономической оценки и прогнозирования.

Объектом исследования является деятельность организаций ООО «THE ONE», осуществляющих оптовую торговлю дверями и мебелью в Республике Узбекистан. *Предмет исследования* – организационно-экономические отношения и управленческие процессы, возникающие при разработке и реализации системы бизнес-планирования в торговых организациях.

Бизнес-планирование представляет собой процесс определения целей организации, оценки необходимых ресурсов и разработки мероприятий, направленных на достижение запланированных экономических результатов. В торговой деятельности оно обеспечивает взаимосвязь между закупками, реализацией товаров, управлением финансовыми ресурсами и развитием предприятия.

В научной литературе бизнес-планирование рассматривается как важный элемент стратегического и оперативного управления [3]. Для организаций, специализирующихся на оптовой торговле дверями и мебелью, бизнес-планирование имеет определённую специфику. В отличие от производственных предприятий, основное внимание здесь уделяется формированию товарного ассортимента, выбору поставщиков, определению объёмов закупок, организации хранения и планированию реализации продукции.

Особенность рассматриваемой сферы заключается в разнообразии товарных категорий. Двери могут различаться по материалам изготовления, размерам,

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

конструкции и назначению, а мебель – по функциональному назначению, качеству, дизайну и ценовой категории. Это требует более детального подхода к планированию товарного ассортимента и оценке потребительского спроса.

Основные направления бизнес-планирования организаций оптовой торговли дверями и мебелью. В процессе разработки бизнес-плана необходимо учитывать несколько взаимосвязанных направлений деятельности торговой организации.

Первым направлением является анализ рынка и оценка потребительского спроса. При планировании деятельности необходимо исследовать состояние строительного рынка, развитие жилищного строительства, изменение доходов населения и предпочтения покупателей. Данные факторы оказывают влияние на формирование спроса на входные и межкомнатные двери, корпусную и бытовую мебель.

Вторым направлением выступает планирование закупочной деятельности. Организации необходимо определять оптимальные объёмы приобретения продукции, анализировать предложения поставщиков, оценивать закупочные цены и условия доставки. Особое значение имеет выбор надежных поставщиков, поскольку нарушение сроков поставки может привести к снижению объёмов реализации и потере покупателей.

Третьим направлением является управление товарными запасами. В оптовой торговле дверями и мебелью значительная часть финансовых ресурсов может быть связана с приобретением и хранением товаров. Избыточные запасы увеличивают расходы на складское обслуживание и замораживают оборотные средства, тогда как недостаток продукции ограничивает возможности своевременного выполнения заказов.

Четвертым направлением является финансовое планирование. Оно предусматривает расчёт ожидаемой выручки, закупочной стоимости продукции, транспортных и складских расходов, расходов на оплату труда и других затрат. На основе полученных показателей определяются планируемая прибыль и рентабельность деятельности организации.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Представленные направления показывают, что бизнес-планирование представляет собой комплексный процесс, объединяющий основные функциональные области деятельности торговой организации.

Эффективность бизнес-планирования организаций оптовой торговли дверями и мебелью зависит от совокупности внешних и внутренних факторов.

К внешним факторам относятся состояние строительного рынка, изменение потребительского спроса, уровень конкуренции, изменение закупочных цен, условия импортных поставок и валютные колебания. Например, повышение стоимости импортируемой мебельной фурнитуры или готовой продукции может привести к увеличению закупочных расходов и необходимости пересмотра ценовой политики.

К внутренним факторам относятся финансовое состояние организации, качество управления товарными запасами, эффективность взаимодействия с поставщиками, квалификация персонала и уровень организации складской логистики.

Одной из проблем торговых организаций является недостаточная взаимосвязь между планированием закупок и прогнозированием продаж. В результате предприятие может приобретать избыточное количество продукции, которая реализуется медленно, одновременно испытывая недостаток наиболее востребованных моделей дверей и мебели.

Кроме того, при разработке бизнес-плана необходимо учитывать сезонность спроса. Например, активизация строительных и ремонтных работ может сопровождаться увеличением потребности в дверях и мебели. Поэтому организациям необходимо заранее оценивать предполагаемые изменения спроса и корректировать объемы закупок.

На основе проведенного исследования можно выделить несколько направлений совершенствования бизнес-планирования организаций оптовой торговли дверями и мебелью в Республике Узбекистан.

Во-первых, необходимо совершенствовать систему анализа рынка и прогнозирования спроса. Для этого рекомендуется регулярно изучать динамику продаж

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

отдельных товарных категорий, анализировать ценовые изменения и учитывать состояние строительного сектора.

Во-вторых, следует повысить эффективность управления товарными запасами. Применение ABC- и XYZ-анализа позволит определить наиболее востребованные товарные позиции, выявить продукцию с низкой оборачиваемостью и оптимизировать объёмы закупок.

В-третьих, необходимо развивать систему финансового планирования. Составление бюджетов доходов и расходов, планирование денежных потоков и регулярное сравнение фактических результатов с плановыми показателями позволят своевременно выявлять отклонения и принимать корректирующие решения.

В-четвертых, целесообразно внедрять цифровые инструменты управления торговыми процессами. Использование специализированных программ позволит автоматизировать учёт закупок, складских остатков, продаж и финансовых операций.

В-пятых, необходимо применять сценарное планирование, предусматривающее разработку нескольких вариантов развития деятельности организации: оптимистического, базового и пессимистического. Это позволит учитывать возможные изменения рыночной конъюнктуры, закупочных цен и потребительского спроса.

По мнению автора, наиболее перспективным направлением является интеграция бизнес-планирования с системой прогнозирования товарооборота. Такой подход позволит согласовать закупочную, складскую и финансовую деятельность организации, а также повысить обоснованность управленческих решений.

Проведенное исследование показало, что бизнес-планирование является важным инструментом обеспечения устойчивой и эффективной деятельности организаций, осуществляющих оптовую торговлю дверями и мебелью в Республике Узбекистан.

Следовательно, совершенствование бизнес-планирования в сфере оптовой торговли дверями и мебелью должно рассматриваться как необходимое условие

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

повышения эффективности деятельности организаций и обеспечения их конкурентоспособности на внутреннем рынке Узбекистана.

Список литературы

1. Национальный комитет Республики Узбекистан по статистике. За 10 месяцев произведено мебельной продукции на 6 трлн сумов. – 01.12.2025. – URL: https://stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/65500–10-ojda-6-trln-s-mlik-mebel-ma-sulotlari-ishlab-chi-arilgan-3 (дата обращения: 05.11.2026). – Текст : электронный.

2. Национальный комитет Республики Узбекистан по статистике. Объём оптового товарооборота достиг 543,3 трлн сумов. – 22.01.2026. – URL: https://stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/66439-ulgurzhi-savdo-tovar-ajlanmasi-azhmi-543–3-trln-s-mga-etdi-3 (дата обращения: 05.11.2026). – Текст : электронный.

3. Особенности функционирования и развития технопарковых структур в Российской Федерации / В. В. Маслаков, А. Н. Семин, А. В. Курдюмов, Е. А. Ляшенко. – Екатеринбург : Уральский государственный экономический университет, 2017. – 445 с. – ISBN 978-5-9656-0258-2. – EDN YSGYGV.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)