

economic benefit from banking chatbots worldwide was \$7.3 billion.

The well-known online service “SberBusinessBot” allows you to organize the exchange of text messages between chat users and a chatbot using Partner software. Using the Jivo platform, operators process customer requests from the website, instant messengers and social networks in a single workspace.

The use of digital technologies enables a more flexible and dynamic financial management process and allows you to quickly and timely provide useful information to decision makers.

The main directions for the development of the digital infrastructure of the financial sector for the coming period (2024–2025) include:

- updating the operating model to promote the use of new digital technologies and increased efficiency of business processes;

- new methods and technologies of interaction with clients in order to increase the efficiency of interaction with clients to obtain more reliable information about their needs;

- updating cybersecurity technologies, because Over the past few decades, information security risks have changed significantly and this requires the improvement of relevant technologies.

Considering the directions of modernization of financial technologies for 2024–2025, the following can be noted:

- Blockchain will become an integral part of the technology and operational infrastructure of financial institutions;

- FinTech will develop new business models;

- digital technology is becoming mainstream in payments, retail banking, insurance and wealth management, as well as in institutional areas such as capital markets and commercial banking;

- advances in robotics and artificial intelligence necessary to address key issues of cost reduction and risk reduction;

- the public cloud will become the dominant infrastructure model, because cloud applications (SaaS) are used for business processes such as CRM, HR and financial accounting, core service infrastructures in areas such as consumer payments, credit ratings, etc. also use cloud technologies;

- cybersecurity will become one of the main areas of financial institutions in the fight against risks;

- Regulators will turn to technology – Using sophisticated analytical tools on large volumes of data, regulators can compare scenarios and address potential problems before they become full-blown market problems.

#### References

1. Markova, V. D. digital economy. – Moscow : INFRA-M, 2023. – 186 p.
2. Main trends in the development of the digital economy in the financial sector – Access mode: <http://duma.gov.ru/>. – Access date: 03/12/2024.
3. Project of the main directions of digitalization of the financial market for the period 2022–2024. – Access mode: [https://cbr.ru/content/document/file/131360/oncfr\\_2022-2024.pdf/](https://cbr.ru/content/document/file/131360/oncfr_2022-2024.pdf/). – Access date: 03/14/2024.

УДК 658

## ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВЛЕЙ В УЗБЕКИСТАНЕ

*Солиева Г.А., PhD, доц.*

*Наманганский инженерно-технологический институт,  
г. Наманган, Республика Узбекистан*

Реферат. В статье рассматривается сущность и значение торговли, нормативно-правовая база, регулирующая деятельность в сфере торговли в Узбекистане, сделаны выводы и предложены рекомендации по эффективному управлению деятельностью торгового предприятия.

Ключевые слова: торговля, торговая организация, эффективность торгово-экономических процессов, управленческие решения.

Торговля является источником жизненной силы процессов производства, распределения, обмена и потребления в стране. Торговля связывает производство с потреблением, дает новые заказы производству с учетом изменения потребностей населения и побуждает его принять новый ассортимент товаров – обновить технологию и модернизировать предприятие. В результате эффективной работы торговых сетей материальные и духовные потребности населения страны полностью удовлетворяются, необходимо, чтобы отрасли экономики адаптировались к конкурентной среде на местном и мировом рынках. Поэтому торговля является залогом развития экономики страны, адаптации производства и сферы услуг к изменениям мирового рынка (спроса, предложения и цен), предотвращения финансовых кризисов, полного удовлетворения потребностей населения в товары и услуги как важный социально-экономический процесс.

Управление торговлей, основанное на теории общего управления предприятием, сочетает в себе приемы и методы многих функциональных видов управления в связи со спецификой деятельности торгового предприятия. В частности, в управлении торговлей используются управление производством, инновациями, персоналом, финансами и другие виды функционального управления, которые могут быть использованы на предприятиях сбыта.

Важной особенностью управления торговлей является комплексный характер формирования всех управленческих решений, касающихся различных сторон деятельности торгового предприятия. Все эти управленческие решения тесно связаны друг с другом и прямо или косвенно влияют на конечную эффективность хозяйственной деятельности торгового предприятия.

Управление торговлей рассматривается как сложная система действий, состоящая из выработки взаимосвязанных управленческих решений, каждое из которых способствует конечной эффективности хозяйственной деятельности торгового предприятия.

Хотя все торговые предприятия как экономические субъекты сети имеют много общих черт торгово-технологических и торгово-экономических процессов, их конкретные организационные формы, применяемые технологии и условия ведения бизнеса различны, как характеристики бизнеса, процесс управления его деятельностью, так и конечные результаты этой деятельности.

В мире в целях повышения конкурентоспособности и экономической эффективности торговых предприятий, развития оптово-распределительных центров и эффективных логистических систем на мировом пространстве, формирования единого национального центра по организации дополнительной обработки, упаковки, хранения, транспортировки и реализации исследуются процессы межрегионального перераспределения товаров. Использование инновационных подходов в организации торговых предприятий, моделирование морально-духовного состояния современного покупателя, внедрение новых форм взаимодействия участников торговых отношений и бизнес-модели, сближение каналов продаж для укрепления отношений с покупателями, укрепление сотрудничества с поставщиками, журналами и интернет-сайтами, демонстрирующими процессы конвергенции, является одним из приоритетных направлений исследований.

В результате увеличения объемов и качества торговых услуг населению в Новом Узбекистане, развития торговой инфраструктуры, внедрения электронной коммерции и цифровых платформ повышается конкурентоспособность и экономическая эффективность торговых предприятий. В связи с этим совершенствование методологии оценки конкурентоспособности торговых предприятий, эффективной организации экономических отношений в рамках кластерной системы, совершенствования взаимовыгодных социально-экономических отношений по принципу «бизнес-потребитель», прогнозирования параметров торговли, услуг в разрезе валового внутреннего продукта, услуг и торговли необходимо провести исследования в направлении обоснования с учетом показателей скорости изменения услуг.

В Указе Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № УП-60 «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы» [1] в Указе Президента Республики Узбекистан №УП-5813 от 6 сентября 2019 года «О мерах по внедрению современных информационных технологий в систему расчетов в сфере торговли и оказания услуг, а также усилению общественного контроля в данной сфере» [2], в Постановлении Президента Республики Узбекистан ПП-104 от 27 января 2022 года «О дополнительных мерах по развитию сферы услуг» [3] и других нормативных актов, связанных с этой деятельностью определены важные задачи дальнейшего развития торговли.

В процессе управления своей деятельностью торговое предприятие должно придавать большое значение следующему:

1. Обеспечить высокий уровень обслуживания продаж. Данная задача реализуется путем удовлетворения всех основных требований клиентов к уровню торгового обслуживания, суть которых заключается в том, чтобы с наименьшими затратами времени и наибольшим удобством купить необходимые товары в торговом предприятии с учетом специфических особенностей определенного сегмента потребительского рынка. Эти требования обеспечиваются целым комплексом организационных и технологических мероприятий, которые в совокупности формируют необходимый уровень торгового обслуживания.

2. Обеспечение достаточной экономической эффективности торгово-технологических и торгово-экономических процессов на предприятии. Данная задача решается путем минимизации затрат трудовых, материальных и финансовых ресурсов на организацию отдельных технологических процессов и операций, связанных с движением товаров и обслуживанием клиентов; осуществлять отдельные коммерческие сделки и коммерческую деятельность в целом; выполнять функции управления торговым предприятием.

3. Минимизация уровня экономических рисков, связанных с деятельностью торгового предприятия. Эта задача решается путем эффективного управления различными коммерческими, финансовыми, инвестиционными и другими рисками, связанными с хозяйственной деятельностью торговых предприятий. Минимизация уровня экономических рисков обеспечивает предсказуемость финансовых результатов предприятия и стабильность его развития.

4. Обеспечение постоянного роста рыночной стоимости торгового предприятия. Эта задача реализуется, прежде всего, за счет эффективной способности сбора собственных финансовых ресурсов для высокой инвестиционной активности и повышения финансовой стабильности предприятия.

#### Список использованных источников

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года №УП-60 «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022–2026 годы».
2. Указ Президента Республики Узбекистан от 6 сентября 2019 года №УП-5813 «О мерах по внедрению современных информационных технологий в систему расчетов в сфере торговли и оказания услуг, а также усилению общественного контроля в данной сфере».
3. Постановление Президента Республики Узбекистан от 27 января 2022 года № ПП-104 «О дополнительных мерах по развитию сферы услуг».
4. Нормуродов, У. Абстрактный. Повышение конкурентоспособности и экономической эффективности торговых предприятий Узбекистана. 2022 год.

UDC 658

## FUNDAMENTALS OF MARKETING STRATEGY DEVELOPMENT IN ENTERPRISE DEVELOPMENT

*Karimzhanova Ranokhon Makhmudovna, Senior Lecturer*

*Namangan Institute of Engineering and Technology,  
Namangan, Uzbekistan*

**Abstract.** *The article discusses the relevance and significance of developing an organization's marketing strategy, its goals and objectives. An algorithm of actions for the development of strategic marketing planning is proposed.*

**Keywords:** marketing strategy of the organization, algorithm, market analysis, demand, competitive advantages.

Special attention is being paid to the rapid development of service industries in the context of the deepening process of globalization in the world and the increasing digitization of the economy. "While the weight of this sector in the world gross domestic product is on average 65 percent, this figure is 80 percent in the USA and 70–75 percent in the European Union countries."

According to the practice of the developed countries of the world, such as the USA, Germany,