



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Базарова Гульнора Гуламовна

*Научный руководитель: Андижанский государственный технический институт
Доцент кафедры “Экономика”*

Махамматжонов Оматилло

*Андижанский государственный технический институт Студент 1 курса
направления “Экономика”*

Сервисные предприятия являются важной частью экономики и играют важную роль во многих областях: здравоохранении, образовании, транспорте, сфере услуг и других. Для этих предприятий особенно важен стратегический менеджмент, то есть процесс долгосрочного планирования и принятия решений.

Стратегическое управление развивалось с момента принятия передовых технологий и экономической динамики в начале 21 века. В современном сложном мире каждый день появляются новые бизнес-модели. [1]

В скором времени на смену традиционным управляемым методам придут эффективные методы стратегического управления. Вопрос в том, существует ли конкретная формула стратегического управления для победы в каждом случае? На самом деле процесс стратегического управления не является новой концепцией, но то, как он на самом деле реализуется, зависит от многих факторов. Менеджеры могут использовать инновационные подходы, чтобы сначала понять важные элементы процесса стратегического управления и то, как он работает, а затем адаптировать стратегию к различным контекстам.

Процесс стратегического управления – это непрерывный и повторяющийся процесс, который помогает организации выявлять и использовать свои сильные стороны, реагировать на вызовы, использовать возможности для достижения своих целей и задач. Эффективный процесс стратегического управления может помочь организациям сохранить конкурентное преимущество, повысить прибыльность и добиться долгосрочного успеха [2]. В стратегическом управлении процесс относится к систематическим и систематическим шагам или действиям, которые организации предпринимают для разработки и реализации своих стратегий. Он включает в себя определение целей и задач, анализ внутренней и внешней среды, разработку стратегий, реализацию планов, постоянный мониторинг и оценку для обеспечения стратегического соответствия и эффективности.

Стратегическое управление в основном включает процессы планирования, реализации и контроля для достижения долгосрочных целей предприятия. Этот процесс в основном состоит из следующих этапов:



1. Видение и миссия: определение долгосрочных целей и задач предприятия. Видение - это будущее состояние предприятия, а миссия представляет его основные цели и задачи.

2. Стратегический анализ: выявление сильных и слабых сторон, возможностей и угроз предприятия путем оценки внутренних и внешних факторов.

3. Формулировка стратегии: разработка конкретных стратегий на основе результатов анализа, таких как расширение рынка, внедрение новых услуг или выбор конкурентных стратегий.

4. Реализация стратегии: обеспечение ресурсов, необходимых для реализации определенных стратегий, и соответствующее оперативное планирование.

5. Контроль и оценка: систематическая оценка эффективности стратегии и внесение необходимых изменений. [3]

Сектор услуг, в отношении продуктов, сталкивается с большей неопределенностью и волатильностью. Высокий уровень качества обслуживания, адаптация к потребностям и желаниям клиентов требует от предприятий постоянной гибкости. Поэтому в процессе стратегического управления ключевое значение имеет способность повышать качество обслуживания и обеспечивать высокий уровень обслуживания клиентов. [4]

Удовлетворение потребностей клиентов и повышение их удовлетворенности лежит в основе стратегического управления сервисными предприятиями. Хорошее обслуживание клиентов и эффективные отношения с клиентами повышают проникновение предприятия на рынок и конкурентоспособность. Таким образом, построение прочных отношений с клиентами и постоянное совершенствование процессов обслуживания являются неотъемлемой частью стратегического управления.

В сервисных компаниях персонал напрямую обслуживает клиентов, и они являются важным фактором, определяющим качество обслуживания [5]. Поэтому в процессе стратегического управления особое внимание уделяется таким вопросам, как кадровая политика, повышение их квалификации и обеспечение мотивации.

Технологические инновации важны для сектора услуг. Новые технологии обеспечивают более эффективное и быстрое предоставление услуг, предоставляя клиентам лучший опыт. Внедрение и эффективное использование технологических инноваций в процессе стратегического управления повышает конкурентоспособность предприятия. [6]

Глобализация и интеграция мирового рынка создают новые возможности и конкуренцию для сферы услуг. В стратегическом управлении анализ



конкуренции и учет тенденций мирового рынка важны для обеспечения роста предприятия.

Стратегическое управление на предприятиях сферы услуг является ключевым фактором долгосрочного успеха. Учет таких характеристик, как потребности клиентов, управление персоналом, технологии, и анализ конкуренции, повышает эффективность процесса стратегического управления. Поэтому предприятиям сферы услуг необходимо осветить все аспекты стратегического управления и сосредоточиться на их успешной реализации.

В современных условиях глобализации, цифровой трансформации и быстрого изменения потребительских предпочтений сектор услуг становится одним из ключевых направлений экономики. Конкуренция усиливается, требования клиентов становятся более разнообразными и динамичными, а устойчивое функционирование предприятий сферы услуг напрямую зависит от эффективности стратегического менеджмента. Поэтому изучение сущности, принципов и особенностей стратегического управления в данной отрасли приобретает особую актуальность.

Стратегический менеджмент представляет собой процесс определения долгосрочных целей организации, анализа внешней и внутренней среды, а также разработки и реализации стратегий, обеспечивающих конкурентные преимущества. В сфере услуг данный процесс существенно отличается от промышленного производства. Услуги нематериальны, их невозможно хранить или протестировать заранее, а качество услуг в значительной степени зависит от человеческого фактора.

В настоящее время одной из ключевых особенностей стратегического менеджмента в предприятиях сферы услуг является цифровизация управления. Информационные технологии, искусственный интеллект, большие данные и автоматизированные системы управления становятся основными инструментами принятия стратегических решений. Цифровые технологии позволяют более точно прогнозировать потребности клиентов, оптимизировать процессы оказания услуг и оперативно реагировать на изменения рыночного спроса. Это повышает качество обслуживания и скорость предоставления услуг, создавая конкурентное преимущество.

Еще одной важной особенностью стратегического менеджмента в сфере услуг является ориентация на клиента. Современный потребитель ищет не только доступную цену, но и удобство, скорость обслуживания, индивидуальный подход и высокое качество. Поэтому стратегический менеджмент включает формирование долгосрочных отношений с клиентами, повышение их лояльности и создание положительного имиджа компании. Удовлетворенность клиентов является одним из ключевых показателей устойчивого развития предприятия.



Человеческие ресурсы являются центральным элементом стратегического управления в сфере услуг. Профессиональная квалификация сотрудников, коммуникативные навыки и культура обслуживания напрямую влияют на восприятие качества услуг клиентами. Поэтому управление кадрами, их обучение, мотивация и вовлечение в процесс принятия решений рассматриваются как приоритетные задачи стратегического менеджмента. Многие современные компании рассматривают постоянное развитие персонала как важную часть долгосрочной стратегии.

Гибкость и оперативность также стали неотъемлемой частью стратегического менеджмента в сфере услуг. Быстро меняющиеся рыночные условия, появление новых конкурентов и нестабильность потребительского спроса требуют регулярного пересмотра стратегий. В этом контексте традиционное жесткое планирование заменяется динамическим и адаптивным подходом, позволяющим предприятиям эффективно функционировать в условиях неопределенности.

В последние годы экологическая и социальная ответственность также становятся важными аспектами стратегического управления в сфере услуг. Соблюдение принципов устойчивого развития, рациональное использование ресурсов и внедрение экологически безопасных практик повышают репутацию компании и доверие общества. Стратегии, учитывающие интересы общества и экологии, способствуют долгосрочному успеху и конкурентоспособности предприятия.

Инновационный подход играет ключевую роль в повышении эффективности стратегического менеджмента в сфере услуг. Внедрение новых услуг, оптимизация бизнес-процессов и использование современных методов управления позволяют компаниям быстро адаптироваться к изменениям на рынке. Инновации важны не только с технологической точки зрения, но и с точки зрения организации и управления.

Исходя из вышеизложенного, рекомендуется следующее:

1. Для усиления стратегического менеджмента в предприятиях сферы услуг рекомендуется широкое внедрение цифровых технологий и автоматизированных систем управления, обеспечивающих принятие решений на основе данных.
2. При разработке клиент-ориентированных стратегий следует уделять первоочередное внимание качеству обслуживания и индивидуальному подходу.
3. Профессиональное развитие и мотивация персонала должны быть интегрированы в стратегические цели компании.
4. Адаптивное стратегическое планирование необходимо для быстрой реакции на изменения рыночной конъюнктуры.



5. Экологическая и социальная ответственность должны быть включены в стратегическое управление для обеспечения долгосрочной устойчивости и конкурентоспособности.

Таким образом, стратегический менеджмент в предприятиях сферы услуг является комплексным инструментом, который позволяет не только достигать финансовых результатов, но и повышать качество обслуживания, укреплять лояльность клиентов, развивать персонал и поддерживать устойчивое развитие бизнеса в современных условиях. Интеграция инноваций, цифровых технологий и социально-экологических аспектов делает управление стратегией более эффективным и адаптивным к современным вызовам рынка.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. G.Yu.Xo'djamuratova. Strategik boshqarish. Darslik. –Т.: “IQTISODIYOT”, 2019. – 177 b.
2. В. Kattakishiyev, I.Mamayusupov. Strategik menejment fanidan praktikum. - Т., “Fan va texnologiya”, 2008, 232 bet.
3. Керцнер Г. Стратегическое управление в компании. Модель зрелого управления проектами.- М., 2019.- с. 51.
4. Соколова М.И., Зайцев Л.Г. Стратегический менеджмент. - М., 2013. –20 с.
5. Kim S.K. (2019) “Developing the Strategies for AI Products based on the Technology Decomposition Framework,” in IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management.
6. Родионова В.Н. (2013) Стратегический менеджмент: учеб. пособие / В. Н.Родионова. – 2- е изд., испр. и перераб. – М.: РИОР: ИНФРА, – 78 с.