



КУРСОВА РАБОТА

ПО СТРАТЕГИЧЕСКИ МЕНИДЖМЪНТ

НА ТЕМА:

**ПРИЛАГАНЕ НА МЕТОДИТЕ PEST И SWOT ПРИ АНАЛИЗ НА
ВЪТРЕШНАТА И ВЪНШНАТА СРЕДА И СТРАТЕГИЧЕСКИ НАСОКИ ЗА
РАЗВИТИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА**

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

УВОД

Когато се говори за стратегия в бизнеса, това означава да се „печели“. Стратегията е тема, която води до действия и решения в рамките на една организация, група или дори отделен човек. Като цяло стратегията е планът за това как организацията ще постигне своите цели и как организацията ще оцелее и ще просперира.

В настоящата разработка ще се анализира средата на хотелска верига Хилтън.

1. SWOT АНАЛИЗ

SWOT е съкращение, което означава силни страни, слабости, възможности и заплахи. Силни страни на Хилтън

1. Опит и голям обхват на бизнеса
2. Ефективни схеми за стимули за задържане на клиенти
3. Силен портфейл от имоти
4. Силно и ефективно лидерство
5. Високо ниво на персонализация на услугите постигнато чрез

технологична интеграция

Слабости

1. Прекалена зависимост от американския пазар
2. Високи нива на дълг
3. Малък световен пазарен дял, въпреки голямото портфолио от марки
4. Липса на гъвкавост, поради големия размер на компанията

Възможности

1. По-нататъшно разширяване на международния пазар
2. Създаване на стратегически съюзи
3. Фокусиране върху научните изследвания и развойната дейност
4. Установяване на присъствие в хотелския сектор на бюджетните хотели

Заплахи

1. Заплаха от тероризъм и политически нестабилност
2. Неблагоприятни промени в макроикономическия климат

3. Проблеми, свързани с етиката

4. Загуба на ключов персонал

➤ **Силни страни**

1. Поради големия обхват на своите бизнес операции, компанията се възползва в значителна степен от икономииите от мащаба, като създава потенциал за по-нататъшен растеж на бизнеса.

2. Хилтън предлага една от най-добрите схеми за лоялност на клиентите в индустрията. Широката гама от предимства, предлагани от програмата включва отстъпка от цените, дигитален чек-ин, безплатен достъп до интернет, късно напускане и др. Тези ползите са много високо оценявани от клиентите и има повече от 50 милиона члена на HHonors в световен мащаб

3. Хилтън притежава 4610 имоти по целия свят¹. Обширната собственост на имоти е основна сила от финансова гледна точка. Собствеността намалява оперативните разходи, като премахва необходимостта от плащане на наем или лизинг върху земя и имоти. Освен това, имотите могат да се използват като обезпечение, а също така компанията може да продаде част от своето имущество, за да остане платежоспособна по време на кризи и така да се защити от икономическа несигурност.

4. Силното и ефективно ръководство на президента и главен изпълнителен директор на Хилтън Кристоф Насет е основна силна страна на бранда. Насет изгражда набор от инициативи, които включват засилване на корпоративната култура, намаляване на разходите, постигане на синергия чрез интегриране на отделни бизнеси в портфейла на Хилтън и други. Важното е, че идеите на Nassetta не са изпълнени в голяма степен, което е предпоставка да се счита, че Хилтън има голям потенциала за бъдещ растеж.

5. Хилтън ефективно постига високо ниво на персонализация на услугите чрез технологична интеграция. Това, например, включва партньорство с Uber за създаване на безпроблемно пътуване за клиентите, въвеждането на цифрови хотелски ключове, интегрирани в смартфоните на клиентите, възможност за избор на стаи и персонализиране на опита посредством смартфони и други.

¹ Annual Report (2015) Hilton Worldwide