

## КОРРЕКТИРОВКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЯ ООО «АТТАШЕ-ПРЕМИУМ»

**А. А. Варданян**

*аспирант, Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия,  
vardanian@sfedu.ru*

Научный руководитель: **Н. П. Кетова**

*доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации,  
г. Ростов-на-Дону, Россия, nketova@sfedu.ru*

В настоящей статье проведен анализ внутренней и внешней среды предприятия, а также анализ ключевых направлений стратегического развития предприятия ООО «Атташе-Премиум». Полученные выводы позволили сформулировать ряд рекомендаций, применение которых позволит скорректировать стратегию с учетом зон стратегии развития компании и цепочки целей, и в конечном итоге повысить лояльность целевой аудитории, расширить рынок сбыта и в целом повысить эффективность деятельности.

**Ключевые слова:** стратегическое развитие; стратегическое управление; бизнес-планирование; устойчивое развитие; маркетинг.

## ADJUSTMENT OF THE STRATEGIC MANAGMENT OF THE ENTERPRISE BY THE EXAMPLE OF THE HOTEL LLC «ATTACHE-PREMIUM»

**A. A. Vardanian**

*PhD student, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia, vardanian@sfedu.ru*

Scientific advisor: **N. P. Ketova**

*doctor of economics, professor, honored scientist of the Russian Federation, Rostov-on-Don, Russia  
nketova@sfedu.ru*

This article contains an analysis of the internal and external environment of the enterprise, as well as an analysis of the key directions of strategic development of the enterprise Attache-Premium LLC. The findings made it possible to formulate a number of recommendations, the application of which will allow us to adjust the strategy taking into account the areas of the company's development strategy and chain of goals, and ultimately increase the loyalty of the target audience, expand the sales market and generally improve business efficiency.

**Keywords:** strategic development; strategic management; business planning; sustainable development; marketing.

Отель Атташе представляет собой четырехзвездочный отель, расположенный в центре г. Ростов-на-Дону по адресу 344006, г. Ростов-на-Дону, пр. Соколова, д. 19/22.

Полное наименование классифицированного объекта: Отель «Атташе» ООО «Атташе-Премиум». Организации присвоены следующие ИНН, ОГРН/ОГРНИП: ИНН: 6163127614.

Стратегическое развитие предприятия в первую очередь формируется исходя из ее миссии и целей. На сегодняшний день стратегия развития гостиницы включает в себя следующие зоны деятельности компании.



Рис. 1. Зоны стратегии развития компании до 2030 года

Корпоративная стратегия направлена на долгосрочное устойчивое развитие и расширение доля занимаемой ниши. Политика устойчивого роста компании основана на высоком уровне корпоративной социальной ответственности, промышленной и экологической безопасности, стремления сохранить баланс окружающей среды в рамках производственно-хозяйственной деятельности. Важное частью стратегии развития компании является открытие новых гостиниц и отелей на территории города.

С целью определения ключевых видов деятельности, которые определяют наибольший процент доходности компании, составим цепочку ценностей ООО «Атташе» (рис. 2).

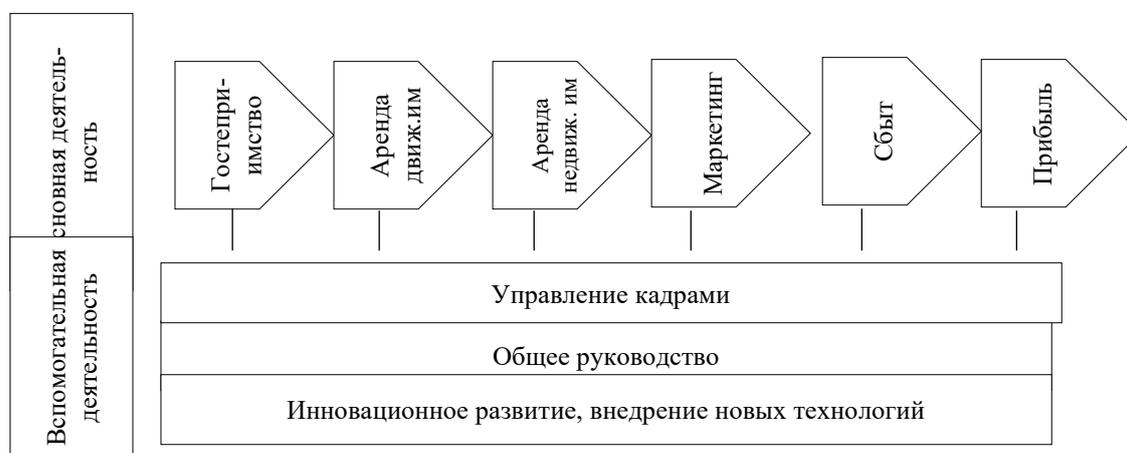


Рис. 2. Цепочка ценностей компании

Анализ цепочки ценностей компании показывает, что процесс создания продукта имеет пять этапов. Важно отметить, что каждый из этих пяти этапов сопровождаются инновационными процессами развития компании, что является несомненным преимуществом развития компании.

Анализ внешней среды позволяет определить ключевые направления развития стратегического менеджмента, которые будут целесообразны для реализации исходя из влияния внешней среды. Анализ и оценка внешней среды позволяет понять, какие факторы оказывают наиболее негативное влияние на деятельность предприятия и определить, какие действия позволят снизить их негативное влияние.

Для анализа внешней среды компании был использован SWOT-анализ (таблица).

### SWOT-анализ

	<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
	1) расширение услуг, внедрение цифровых технологий 2) повышение лояльности потребителя 3) уровень экономического развития Ростовской области 4) активизация менеджмента	1) ограничения и санкции со стороны зарубежных стран 2) законодательные ограничения в области рекламы в социальной сети Instagram 3) налоговая политика 4) изменение курсов валют 5) уровень инфляции 6) конкуренция 7) уровень платежеспособного спроса
<b>Сильные стороны:</b> 1) высокий уровень квалификации персонала 2) ориентация на платежеспособность клиентов 3) высокие показатели эффективности деятельности 4) эффективная маркетинговая деятельность	Внедрение цифровых технологий позволит увеличить обороты компании Расширение услуг позволит привлечь новую платежеспособную аудиторию	ориентироваться на конкурентные преимущества Постоянное повышение квалификации собственных сотрудников позволит поддерживать надлежащий уровень качества Снижения реальных доходов населения избежать нельзя, но за счет большого объема залежей и продаж возможно сохранить уровень цен, снизить затраты на оказание услуг возможно путем укрепления связей с поставщиками Ориентация на качество бюджетных услуг
<b>Слабые стороны:</b> 1) уровень информационного обеспечения 2) отсутствуют сопутствующие услуги 4) слабый уровень проникновения на региональный рынок, 5.слабая маркетинговая стратегия, 6) отсутствуют инновации, послепродажное обслуживание 7) узкая целевая аудитория	Необходимо расширение сопутствующих услуги для потребителей с высоким уровнем дохода Необходимо развитие скидочной и акционной систем	Пересмотр услуг позволит снизить конкуренцию посредством привлечения новых клиентов Внедрение эффективной системы скидок а также введение системы акций позволит обеспечить повышение спроса, привлечение новых клиентов, повышение конкурентоспособности

Таким образом, выявленные слабые стороны могут позволили сформировать потенциальные решения, которые можно использовать в целях укрепления рыночных позиций. Важнейшая задача организации в настоящее время – расширение сбыта. При этом расширение сбыта возможно за счет внедрения новых услуг, а также цифровых технологий в деятельность отеля.

Другая важная задача – активизация менеджмента. Поскольку на рынке жесткая конкуренция, а отель имеет недостаточно сильные конкурентные позиции необходима активизация системы принятия решений, которая позволит управлять отелем в режиме реального времени в целях увеличения спроса и следовательно, прибыли. Активизация маркетинга целесообразна через использование интегрированных маркетинговых коммуникаций, которые на сегодняшний день демонстрируют высокую эффективность.

По результатам SWOT-анализа организации целесообразно откорректировать выбранную стратегию и внедрить в нее элементы стратегии дифференциации что существенно усилит ее и позволит сформировать ключевые факторы успеха (КФУ). Основная цель корректировки стратегии заключается в том, чтобы адаптировать услуги отеля под нужды различных групп покупателей, в частности:

- под нужды и интересы эмоционально лояльной аудитории;
- под нужды и интересы рационально лояльной аудитории;
- под поколения Z и Y в пропорциях, соответствующих тенденциям изменения портрета потребителя;
- для целевую аудиторию, в зависимости от уровня финансовой обеспеченности и т. д.

Таким образом, в результате анализа внутренней и внешней среды организации были выявлены сильные и слабые стороны компании, возможности и угрозы, которые открываются на рынке и предложены основные направления стратегического развития по результатам SWOT-анализа, которые заключаются в расширении услуг, расширение сбыта и активизации маркетинга и менеджмента в аспекте формирования лояльности посредством совершенствования использования инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Адаптация стратегии под различные категории спроса в пропорциональной зависимости от объема спроса позволит получить дополнительные конкурентные преимущества, больший спрос, тем самым у организации появится возможность захватить большую долю рынка.

#### **Библиографические ссылки**

1. *Абаева Ю. М., Аверина Ю. М., Субчева В. С.* Формулирование миссии и ключевых целей предприятия как инструмент стратегического менеджмента // *Успехи в химии и химической технологии.* 2021. Т. 35, № 1(236). С. 13–15.

2. *Бермус А. Г.* Стратегический менеджмент и гибкие методологии управления реализацией стандартов подготовки по педагогическим направлениям // *Известия Волгоградского государственного педагогического университета.* 2018. № 9(132). С. 16–23.

3. *Лановая В. М.* Понятие и сущностные характеристики стратегического менеджмента // *Инновационная наука.* 2019. № 11. С. 80.

4. Официальный сайт отеля ООО «Атташе-Премиум» [Электронный ресурс]. URL: <https://hotel-attache.ru/> (дата обращения 18.02.2024).