**Гостиница** *«KAUNIS»*

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны:**   * Адекватные финансовые ресурсы. * Хорошая репутация у постоянных клиентов. * Наличие собственного помещения (здание гостиницы) * Расположение в центре города на берегу залива. * Развиты доп.услуги. | **Слабые стороны:**   * Отсутствие технологического оборудования. * Отсутствие рекламы. * Низкий уровень профессиональной подготовки обслуживающего персонала. * Сезонность загруженности гостиницы. * Ценовой сегмент выше чем у конкурентов. |
| **Возможности:**   * Расширение комплекса услуг. * Использование интернет ресурсов. * Создание новых категорий номеров. * Создание и оборудование собственной пляжной территории. | **Угрозы:**   * Возрастающая конкуренция. * Утечка кадров в гостиницы-конкуренты. * Нестабильная экономическая ситуация в стране. * Изменение цен на услуги и товары, используемые гостиницей. |

**Сильные стороны.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Описание сильной стороны.** | **Как удовлетворяет потребителя.** | **Отличие от конкурентов** |
| 1. Адекватные финансовые ресурсы. | Использование финансирования для улучшения качества услуги (новое оборудование номеров). | Отсутствие у конкурентов достаточного финансирования для модернизации. |
| 1. Хорошая репутация у постоянных клиентов | Имидж, заслуживающий доверия. | Отсутствие негативных отзывов |
| 1. Наличие собственного помещения. | Служит повышением репутации. | Нет арендной платы. При модернизации, ремонте или проведении мероприятий не надо согласовывать с собственниками помещения. |
| 1. Расположение в центре города на берегу залива. | Близко к достопримечательностям и инфраструктуре. Эстетическое удовлетворение от открывающегося вида из окна. | Близость к транспортным узлам и инфраструктуре. |
| 1. Развиты дополнительные услуги (экскурсионное обслуживание). | Организация экскурсий непосредственно в гостинице. Сувенирная продукция. Не надо обращаться к другим фирмам. | Быстрота организации экскурсий. |

**Слабые стороны.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Описание слабых сторон.** | **Снижение удовлетворенности потребителей.** | **Отличи от конкурентов.** |
| 1. Отсутствие технологического оборудования. | Не удовлетворяет всех потребностей гостей. | Полностью оборудованные, укомплектованные номера. |
| 1. Отсутствие рекламы. | Потребитель не знает о продукте. | Активная рекламная политика в сети. |
| 1. Низкий уровень профессиональной подготовки обслуживающего персонала | Гость может остаться не доволен общением с персоналом. | Уровень обслуживания ниже, чем у конкурентов. |
| 1. Сезонность загруженности гостиницы. | Не влияет на уровень удовлетворенности потребителя. | Сезонная загруженность свойственна всем предприятиям гостиничной индустрии в городе. |
| 1. Ценовой сегмент выше, чем у конкурентов | Клиент может отказаться от пользования услугой из-за отсутствия денежных средств. | Более выгодная для клиентов ценовая политика. |

**Возможности.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Описание возможности.** | **Как могут повысить уровень удовлетворенности клиентов.** | **Сроки реализации.** |
| 1. Расширение комплекса услуг. | Удовлетворение более широкого спектра потребностей. | Краткосрочные. |
| 1. Использование интернет ресурсов. | Информирование потребителя. | Среднесрочные. |
| 1. Создание новых категорий номеров. | Привлечение новых категорий потребителей. | Долгосрочные. |
| 1. Создание и оборудование собственной пляжной территории. | Улучшение качества летнего отдыха. | Долгосрочные. |

**Угрозы.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Описание угрозы.** | **Как могут снизить уровень удовлетворенности клиентов.** | **Сроки возникновения.** |
| 1. Возрастающая конкуренция. | Появление новых гостиниц. Отток части менее лояльных клиентов. | Краткосрочные |
| 1. Утечка кадров в гостиницы-конкуренты. | Снижение уровня обслуживания. | Среднесрочные. |
| 1. Нестабильная экономическая ситуация. | Снижение платежеспособности потребителей. Уменьшение финансирования гостиницы за счет увеличения налогов. | Долгосрочные. |
| 1. Изменение цен на услуги и товары, используемые гостиницей. | Увеличение цен на услуги. Уменьшение спектра услуг. | Долгосрочные. |

Краткосрочные сроки - менее шести месяцев; Среднесрочные сроки - от 6 месяцев до 1,5 года; Долгосрочные сроки - более 1,5 года;

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Внешние факторы.**  **Внутренние факторы.** | **Возможности. О.**  1.Расширение комплекса услуг.  2.Использование интернет ресурсов.  3.Создание новых категорий номеров.  4.Создание и оборудование собственной пляжной территории. | **Угрозы. Т.**  1.Возрастающая конкуренция.  2.Утечка кадров в гостиницы-конкуренты.  3.Нестабильная экономическая ситуация в стране.  4.Изменение цен на услуги и товары, используемые гостиницей. |
| **Сильные стороны. S.**  1.Адекватные финансовые ресурсы.  2.Хорошая репутация у постоянных клиентов.  3.Наличие собственного помещения (здание гостиницы)  4.Расположение в центре города на берегу залива.  5.Развиты доп.услуги. | SO  1-2. Позволит гостинице выйти на качественно новый уровень обслуживания, позволит использовать системы бронирования.  1,2,4-4. Будет способствовать увеличению загрузки гостиницы.  1,4-4. Улучшит спектр услуг, за счет летнего отдыха на берегу.  5-1. Благодаря имеющемуся опыту – эффективность и высокое качество. | ST  1-2. Позволит стимулировать работников по средствам выплат и премий.  1-4. Избегание резкого скачка в ценовой политике.  2-1. Позволит избежать конкурентной угрозы.  3-3. Не завышается затраты на арендную плату. |
| **Слабые стороны. W.**  1.Отсутствие технологического оборудования.  2.Отсутствие рекламы.  3.Низкий уровень профессиональной подготовки обслуживающего персонала.  4.Сезонность загруженности гостиницы.  5.Ценовой сегмент выше чем у конкурентов. | WO  2-2. Использование рекламы в интернете.  3-1. Повышение профессионализма.  4-1,4. Увеличение загруженности во все сезоны.  5-3. Улучшение имиджа, привлечение новых платежеспособных клиентов. | WT  1,5-1. Может привести к оттоку потенциальных клиентов.  4-2. Может спровоцировать уход персонала. |

|  |  |
| --- | --- |
| SO | Проведение тренингов и обучающих программ для персонала;  Разработка плана пляжной территории. Ее оборудование;  Проектирование номеров люкс;  Разработка сайта гостиницы; |
| ST | Введение новых систем премирования персонала;  Улучшить стандарты гостиницы;  Введение униформы персонала; |
| WO | Регистрация гостиницы на сайтах бронирования;  Улучшение спектра доп.услуг, сотрудничество с турфирмами; |
| WT | Разработка новых должностных инструкций;  Модернизация номеров для повышения конкурентоспособности; |