**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. | SO1-2. 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. | ST1-2. 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. | WO2-2. Использование рекламы в интернете.3-1. Повышение профессионализма.4-1,4. Увеличение загруженности во все сезоны.5-3. Улучшение имиджа, привлечение новых платежеспособных клиентов. | WT1,5-1. 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; |