

Конкуренция



Цели

- Планируемая доля рынка – 8%
- Создание марки, известной на уровне РФ, за счет высокого качества предоставляемых услуг и постоянного информирования потенциальных клиентов

Угрозы

- Сильные конкуренты, которые занимают твердые позиции на рынке и постараются удержать свою долю рынка
- Открытость рынка – возможен вход на рынок новых конкурентов
- Отсутствие возможности влиять на поставщиков – навязывание жесткой ценовой политики, которая может привести к вертикальной интеграции

Оценка конкурентоспособности

№	Показатель	Г-ца “КОЛОМЕНСКАЯ ”	Гостиница 1	Гостиница 2
1	Месторасположение	Рядом с парком, близко к центру	Рядом с офисным центром	На окраине Москвы
2	Наличие автостоянки	Есть	Есть	Нет
3	Оборудование номеров	Новое	2-летней давности	Новое
4	Питание	Ресторан + кафе	Ресторан + бар	Ресторан
5	Качество услуг	Высокое	Среднее	Высокое
6	Уровень шума	Низкий	Высокий	Средний

Итоги

Проведя анализ конкурентов и оценку конкурентоспособности можно сделать вывод - выходя на рынок с данными условиями, цель занять 8% рынка вполне достижима, за счет предоставления более широкого спектра услуг чем у прямых конкурентов и месторасположения гостиницы.

