



Организационно-правовая форма

- ▣ Marriott International – публичное акционерное общество.
- ▣ Публичное акционерное общество Публичное акционерное общество в России – форма организации акционерного общества, при котором его акционеры пользуются правом отчуждать свои акции. Организация и деятельность публичных акционерных обществ регулируется федеральным законом Российской Федерации.
- ▣ Ценные бумаги включены в Нью-Йоркскую фондовую биржу (NYSE)

- Собственный капитал ▲ \$5,357 млрд (2016)
- Оборот ▲ \$17,072 млрд (2016)
- Операционная прибыль ▲ \$1,368 млрд (2016)
- Чистая прибыль ▼ \$780 млн (2016)
- Активы ▲ \$24,14 млрд (2016)
- Капитализация \$33 млрд (05.03.2016)
- Число сотрудников 226 500 (2016)

Структура предприятия

Арне Соренсон
президент и
исп.директор

Джон
Уиллард
Марриотт мл.
исп.
Председатель

Совет
директор
ов

Marriott
Hotels

Courtyard

The
Ritz-Carlto
n

Sheraton

Residence
Inn

Кортъярд Марриотт Санкт-Петербург Васильевский Отель



Отели Marriott в мире

Marriott International*

Отели и здания: **3801**

Номера: **660 394**

Северная Америка
и Южная Америка

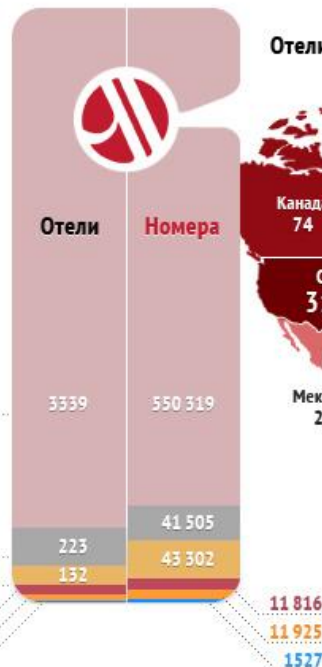
Континентальная Европа

Азия

Великобритания и Ирландия

Ближний Восток и Африка

Австралия



Отели компании Marriott есть в 74 странах



9 отелей:

Турция
ОАЭ

8 отелей:

Австрия

7 отелей:

Египет
Малайзия
Пуэрто-Рико

6 отелей:

Катар
Коста-Рика
Португалия
Саудовская
Аравия
Чехия
Швейцария

5 отелей:

Австралия
Американские
Виргинские
острова
Бельгия
Бразилия
Каймановы
острова
Панама
Южная Корея

3 отеля:

Бахрейн
Венесуэла
Иордания
Казахстан
Нидерланды
Сингапур

4 отеля:

Аруба
Венгрия

2 отеля:

Армения
Грузия
Доминиканская
Республика
Ирландия
Колумбия
Кувейт
Кюрасао
Оман
Пакистан
Перу
Польша
Сент-Китс
и Невис
Филиппины
Чили
Швеция
Эквадор

1 отеля:

Азербайджан
Алжир
Аргентина
Багамские
острова
Барбадос
Британские
Виргинские
острова
Вьетнам
Гондурас
Греция
Гуам
Дания
Израиль
Румыния
Сальвадор
Суринам
Тринидад
и Тобаго
Ямайка

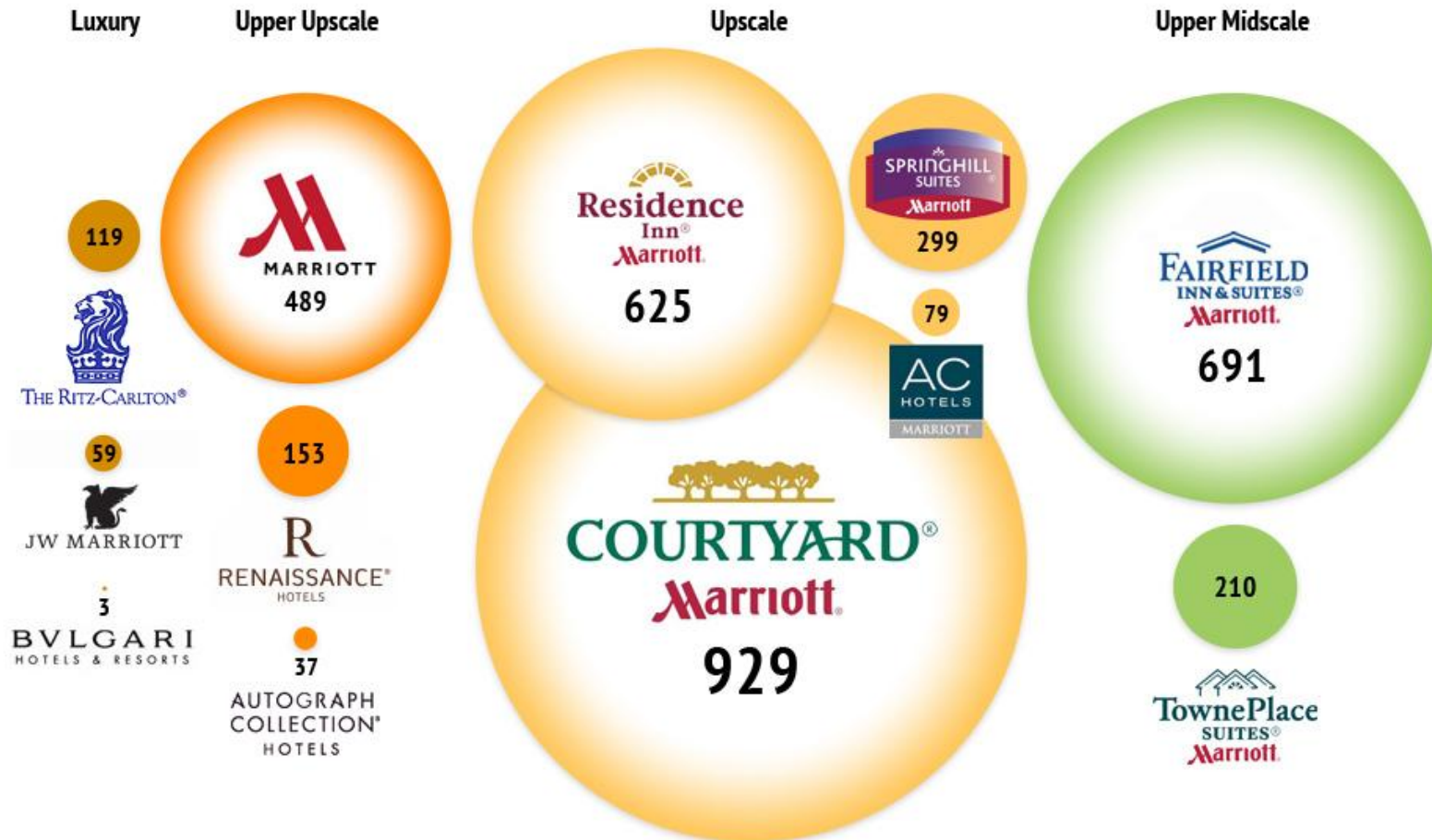
Marriott International – компания-оператор,
она управляет отелями.

Только 10 отелей принадлежат компании

* Отели и номера, которыми управляют компания Marriott International и ее франчайзи

Основные бренды Marriott

Бренды, класс и количество отелей



SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none">1. Месторасположение (на берегу Невы, недалеко от Дворцовой площади и Эрмитажа)2. Развитая инфраструктура отеля3. Долгий срок работы в сфере гостиничного бизнеса4. Широкий перечень предоставляемых услуг5. Возможность проведения выставочных мероприятий и конференций международного уровня, банкетов, встреч и т.д.6. Гибкая ценовая политика7. Постоянное повышение уровня квалификации персонала	<ol style="list-style-type: none">1. Ориентированность политики отеля только на иностранных клиентов2. Недостаточная осведомленность об отеле среди россиян3. Зависимость загрузки гостиницы от сезонов года4. Не определены критерии постоянного клиента (по данным мировой статистики и накопленному опыту лучших гостиниц мира 80% дохода приносят 20% постоянных клиентов). [4]

SWOT-анализ

Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none">1. Изменение политики отеля (с учетом мнения сотрудников и российских граждан)2. Расширение ассортимента предоставляемых услуг3. Повышение уровня квалификации всего персонала4. Поощрение постоянных клиентов гибкой ценовой политикой, предоставлением дополнительных услуг, нацеленное на налаживание и развитие взаимоотношения с клиентом.	<ol style="list-style-type: none">1. Возможность прихода на рынок новых конкурентоспособных компаний, активизация существующих конкурентов (инвестиции в курортную сферу).2. Макроэкономические показатели деятельности государства, способные неблагоприятным образом повлиять на деятельность гостиницы.3. Политические факторы (таможенные и пограничные формальности).

