COURTYARD

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

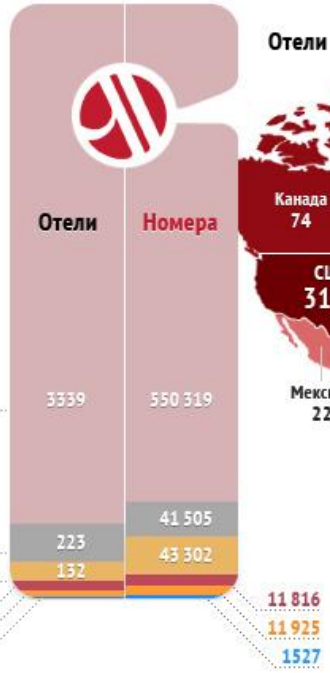
Кортъярд Марриотт Санкт-Петербург Васильевский Отель

Отели Marriott в мире

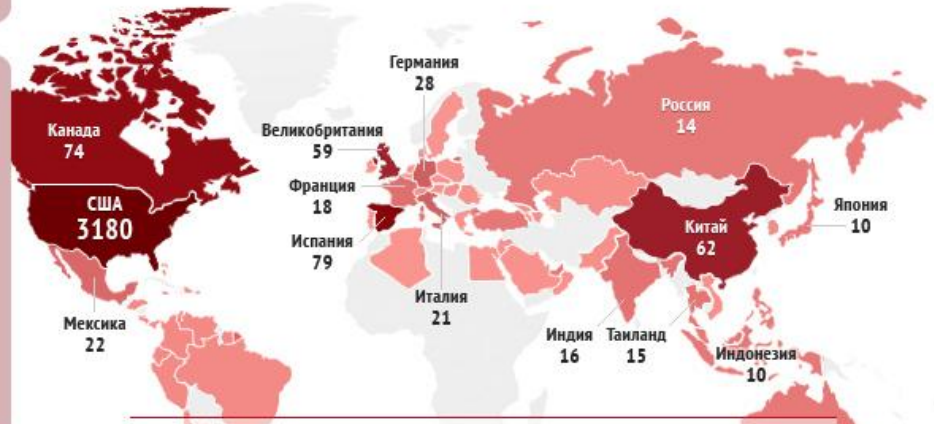
Marriott International*

Отели и здания: **3801**

Номера: **660 394**



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 отель:
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

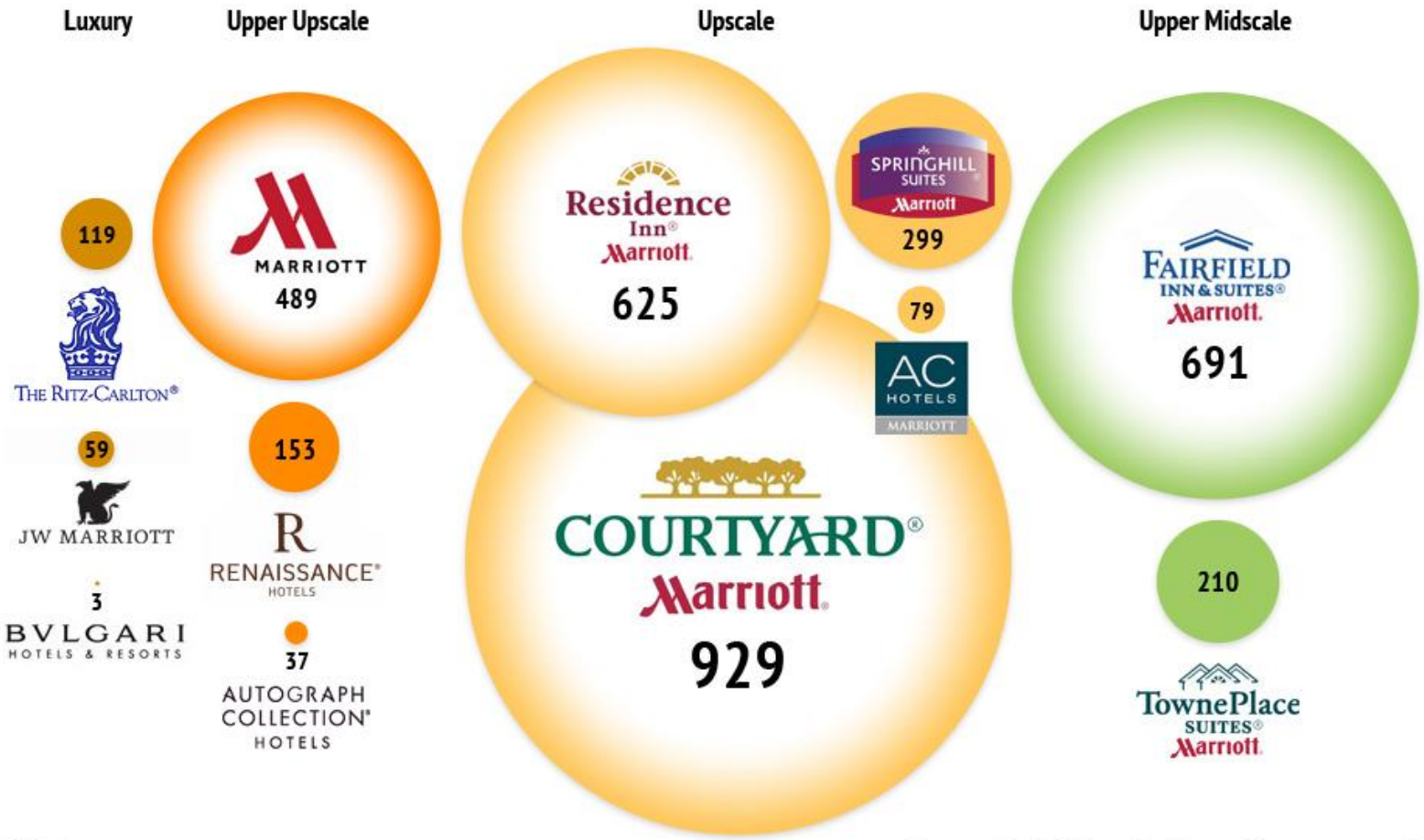
* Отели и номера, которыми управляют компания Marriott International и ее франчайзи

© Forbes, 2013

Данные: Marriott International (годовой отчет за 2012 год)

Основные бренды Marriott

Бренды, класс и количество отелей



© Forbes, 2013

Данные: Marriott International (годовой отчет за 2012 год)

SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Месторасположение (на берегу Невы, недалеко от Дворцовой площади и Эрмитажа) 2. Развитая инфраструктура отеля 3. Долгий срок работы в сфере гостиничного бизнеса 4. Широкий перечень предоставляемых услуг 5. Возможность проведения выставочных мероприятий и конференций международного уровня, банкетов, встреч и т.д. 6. Гибкая ценовая политика 7. Постоянное повышение уровня квалификации персонала	1. Ориентированность политики отела только на иностранных клиентов 2. Недостаточная осведомленность об отеле среди россиян 3. Зависимость загрузки гостиницы от сезонов года 4. 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
1. Изменение политики отеля (с учетом мнения сотрудников и российских граждан) 2. Расширение ассортимента предоставляемых услуг 3. Повышение уровня квалификации всего персонала 4. Поощрение постоянных клиентов гибкой ценовой политикой, предоставлением дополнительных услуг, нацеленное на налаживание и развитие взаимоотношения с клиентом.	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).