

# Анализ управления гостиничной сети Marriott International



Выполнили:  
Аблаева Адиле  
Савчинская Мария  
Гончаренко Ольга  
Парфенюк Юлия

# Организационно-правовая форма

- ▣ Marriott International – 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

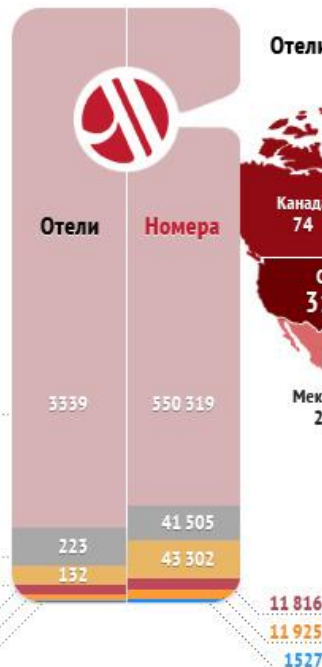
Континентальная Европа

Азия

Великобритания и Ирландия

Ближний Восток и Африка

Австралия



Отели компании Marriott есть в 74 странах



- |                                   |   |  |  |   |
|-----------------------------------|---|--|--|---|
| <b>9 отелей:</b><br>Турция<br>ОАЭ | <b>6 отелей:</b><br>Катар<br>Коста-Рика<br>Португалия<br>Саудовская Аравия<br>Чехия<br>Швейцария                                      | <b>3 отеля:</b><br>Бахрейн<br>Венесуэла<br>Иордания<br>Казахстан<br>Нидерланды<br>Сингапур | <b>2 отеля:</b><br>Армения<br>Грузия<br>Доминиканская Республика<br>Ирландия<br>Колумбия<br>Кувейт<br>Кюрасао<br>Оман<br>Пакистан<br>Перу<br>Польша<br>Сент-Китс и Невис<br>Филиппины<br>Чили<br>Швеция<br>Эквадор | <b>1 отеля:</b><br>Азербайджан<br>Алжир<br>Аргентина<br>Багамские острова<br>Барбадос<br>Британские Виргинские острова<br>Вьетнам<br>Гондурас<br>Греция<br>Гуам<br>Дания<br>Израиль<br>Румыния<br>Сальвадор<br>Суринам<br>Тринидад и Тобаго<br>Ямайка |
| <b>8 отелей:</b><br>Австрия       | <b>7 отелей:</b><br>Египет<br>Малайзия<br>Пуэрто-Рико   | <b>4 отеля:</b><br>Аруба<br>Венгрия  |  |   |
|                                   | <b>5 отелей:</b><br>Австралия<br>Американские Виргинские острова<br>Бельгия<br>Бразилия<br>Каймановы острова<br>Панама<br>Южная Корея |  |  |   |

Marriott International – компания-оператор,  
она управляет отелями.

Только 10 отелей принадлежат компании

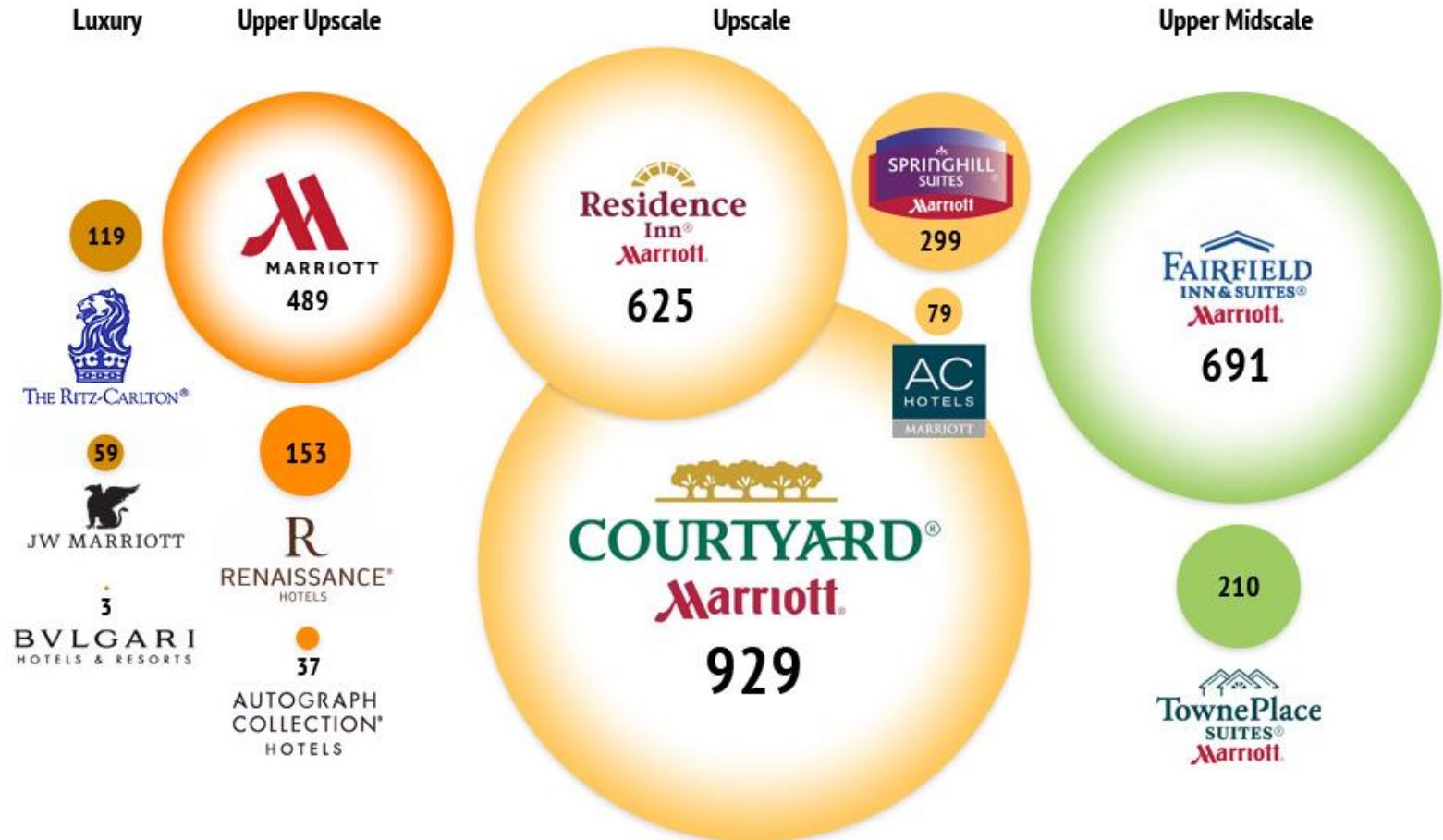
\* Отели и номера, которыми управляют компания Marriott International и ее франчайзи

© Forbes, 2013

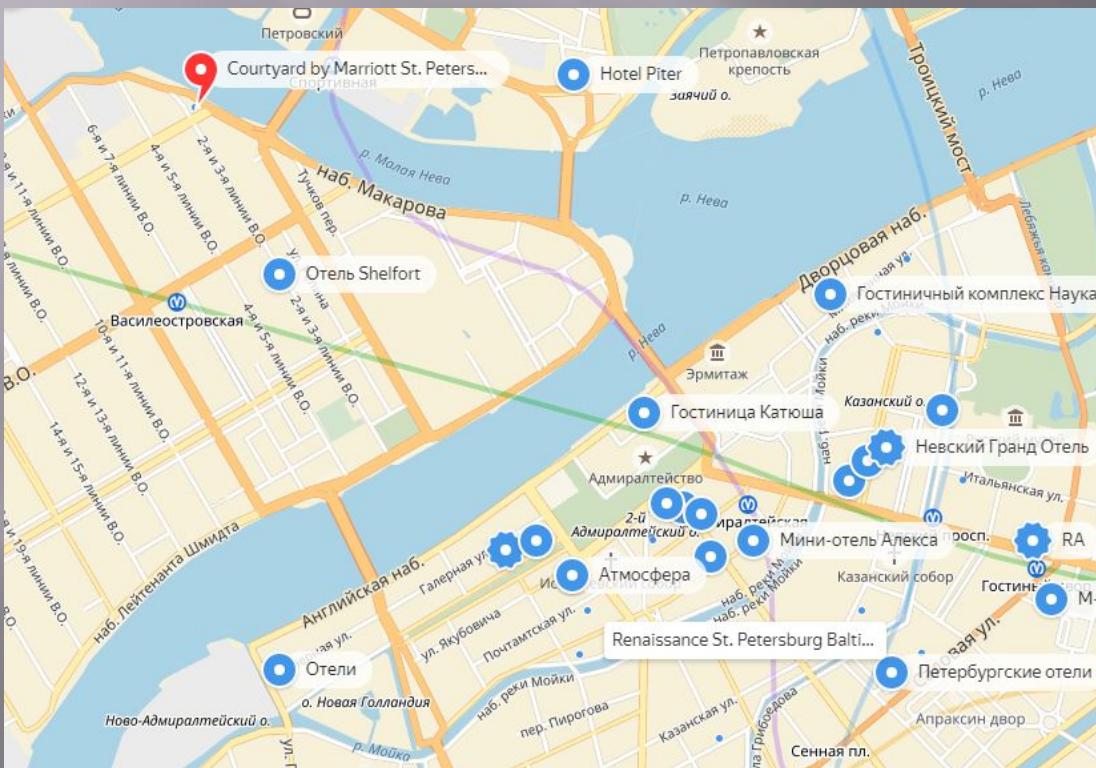
Данные: Marriott International (годовой отчет за 2012 год)

# Основные бренды Marriott

Бренды, класс и количество отелей



# Кортъярд Марриотт Васильевский, Санкт-Петербург





# Внешняя среда

## Факторы прямого воздействия

- Поставщики ресурсов
- потребители
- конкуренты
- трудовые ресурсы
- государство
- профсоюзы
- акционеры

## Факторы косвенного воздействия

- Политические
- экономические
- социальные
- технические

# Внутренняя среда

Производство

Финансы

Маркетинг

Управление персоналом

Имидж

# SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Месторасположение (на берегу Невы, недалеко от Дворцовой площади и Эрмитажа)</li><li>2. Развитая инфраструктура отеля</li><li>3. Долгий срок работы в сфере гостиничного бизнеса</li><li>4. Широкий перечень предоставляемых услуг</li><li>5. Возможность проведения выставочных мероприятий и конференций международного уровня, банкетов, встреч и т.д.</li><li>6. Гибкая ценовая политика</li><li>7. Постоянное повышение уровня квалификации персонала</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ориентированность политики отеля только на иностранных клиентов</li><li>2. Недостаточная осведомленность об отеле среди россиян</li><li>3. Зависимость загрузки гостиницы от сезонов года</li><li>4. Не определены критерии постоянного клиента (по данным мировой статистики и накопленному опыту лучших гостиниц мира 80% дохода приносят 20% постоянных клиентов). [4]</li></ol>

# SWOT-анализ

Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Изменение политики отеля (с учетом мнения сотрудников и российских граждан)</li><li>2. Расширение ассортимента предоставляемых услуг</li><li>3. Повышение уровня квалификации всего персонала</li><li>4. Поощрение постоянных клиентов гибкой ценовой политикой, предоставлением дополнительных услуг, нацеленное на налаживание и развитие взаимоотношения с клиентом.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Возможность прихода на рынок новых конкурентоспособных компаний, активизация существующих конкурентов (инвестиции в курортную сферу).</li><li>2. Макроэкономические показатели деятельности государства, способные неблагоприятным образом повлиять на деятельность гостиницы.</li><li>3. Политические факторы (таможенные и пограничные формальности).</li></ol>

Спасибо за внимание!