

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

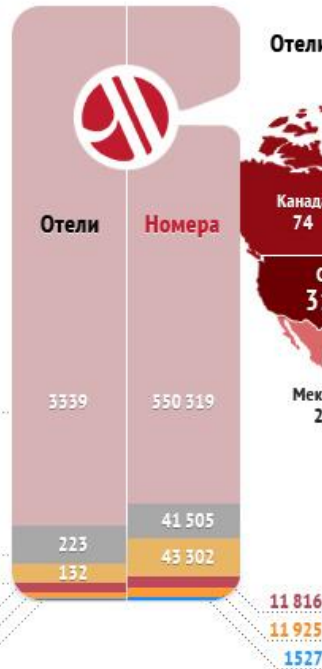
Континентальная Европа

Азия

Великобритания и Ирландия

Ближний Восток и Африка

Австралия



Отели компании Marriott есть в 74 странах



- | | | | | |
|-----------------------------------|---|--|--|---|
| 9 отелей:
Турция
ОАЭ | 6 отелей:
Катар
Коста-Рика
Португалия
Саудовская Аравия
Чехия
Швейцария | 3 отеля:
Бахрейн
Венесуэла
Иордания
Казахстан
Нидерланды
Сингапур | 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 |
| 8 отелей:
Австрия | 5 отелей:
Австралия
Американские Виргинские острова
Бельгия
Бразилия
Каймановы острова
Панама
Южная Корея | 4 отеля:
Аруба
Венгрия | | |

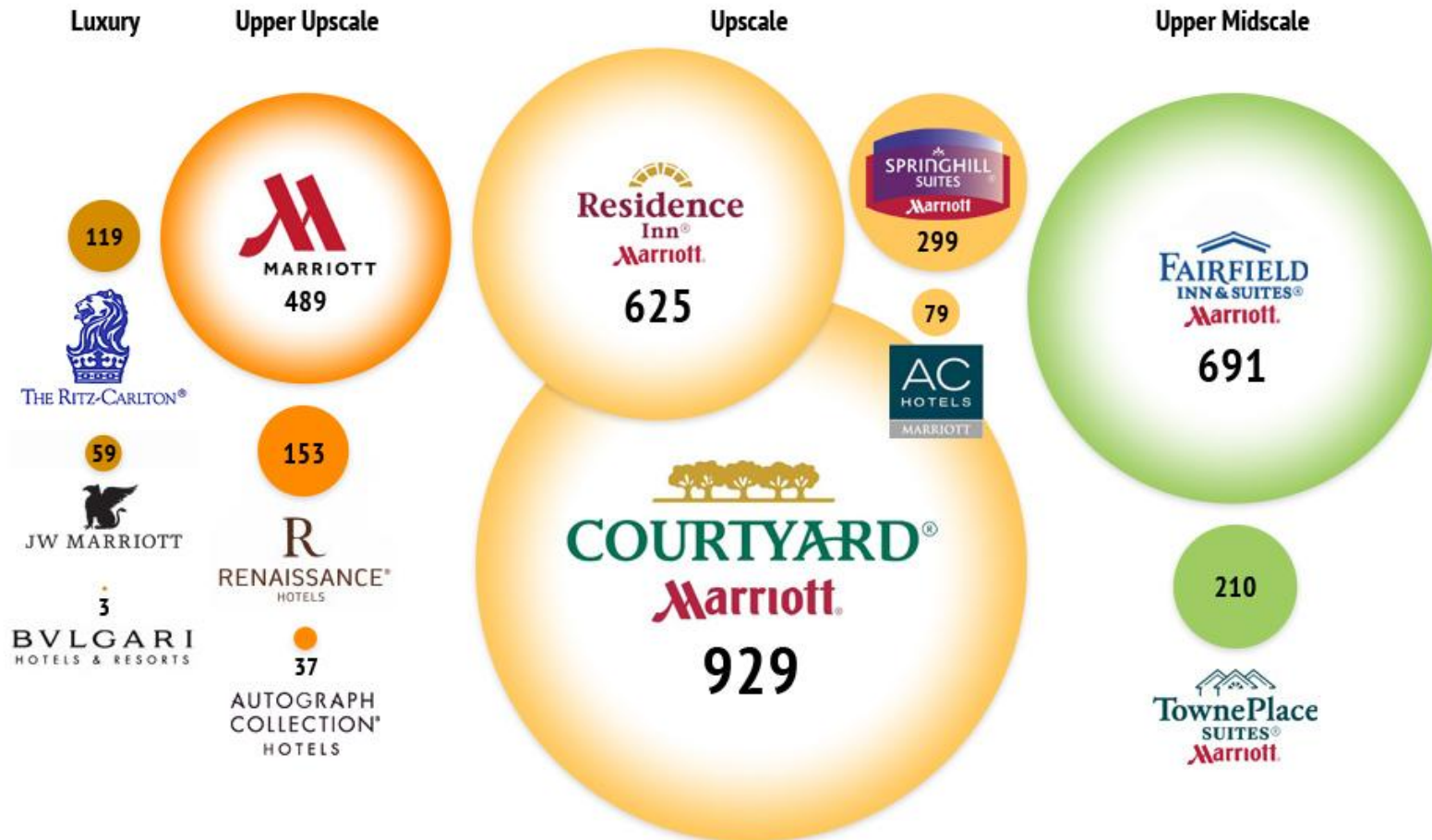
Marriott International – компания-оператор, она управляет отелями.

Только 10 отелей принадлежат компании

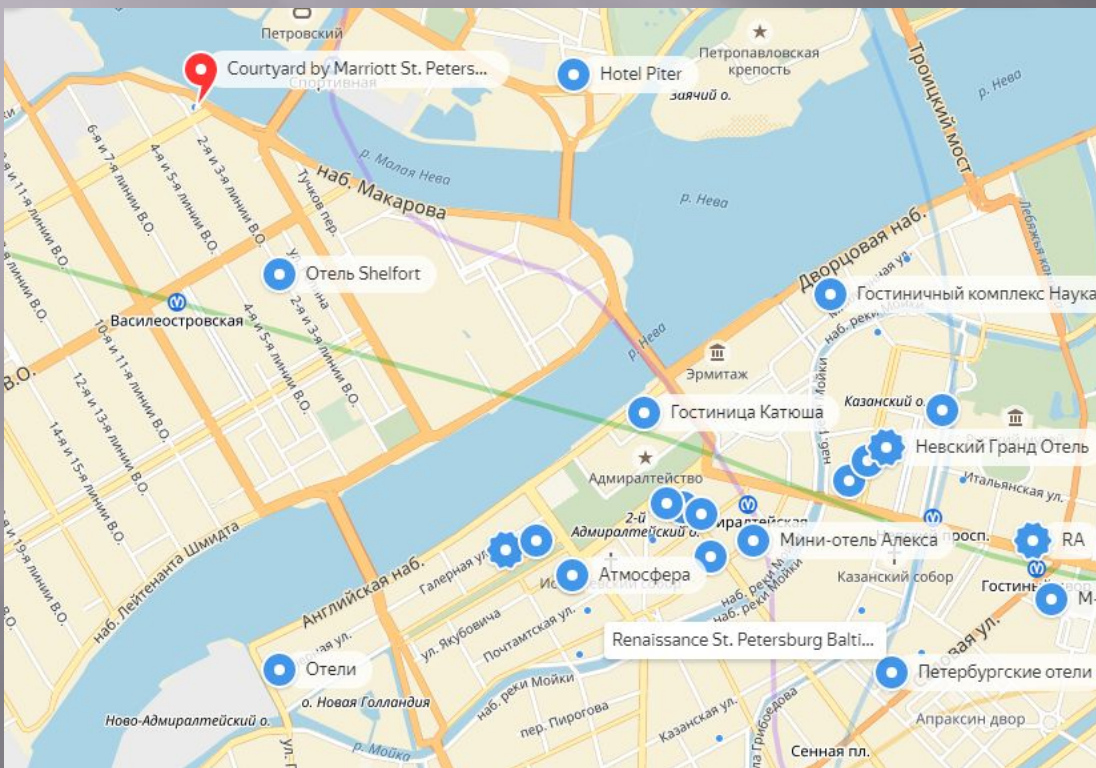
* Отели и номера, которыми управляют компания Marriott International и ее франчайзи

Основные бренды Marriott

Бренды, класс и количество отелей



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">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).

Спасибо за внимание!