

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МИРОВЫХ ГОСТИНИЧНЫХ СЕТЕЙ

Выполнила: Шеломенцева
Анастасия
Группа ТРМ-1,2-2016

Гостиничная сеть - это группа отелей, имеющих общее руководство. Ее базовый принцип - использование имиджа торговой марки для продвижения гостиничного продукта на внутреннем и зарубежном рынках. Концепция международной гостиничной цепи возникла в Северной Америке в конце 50-х гг.

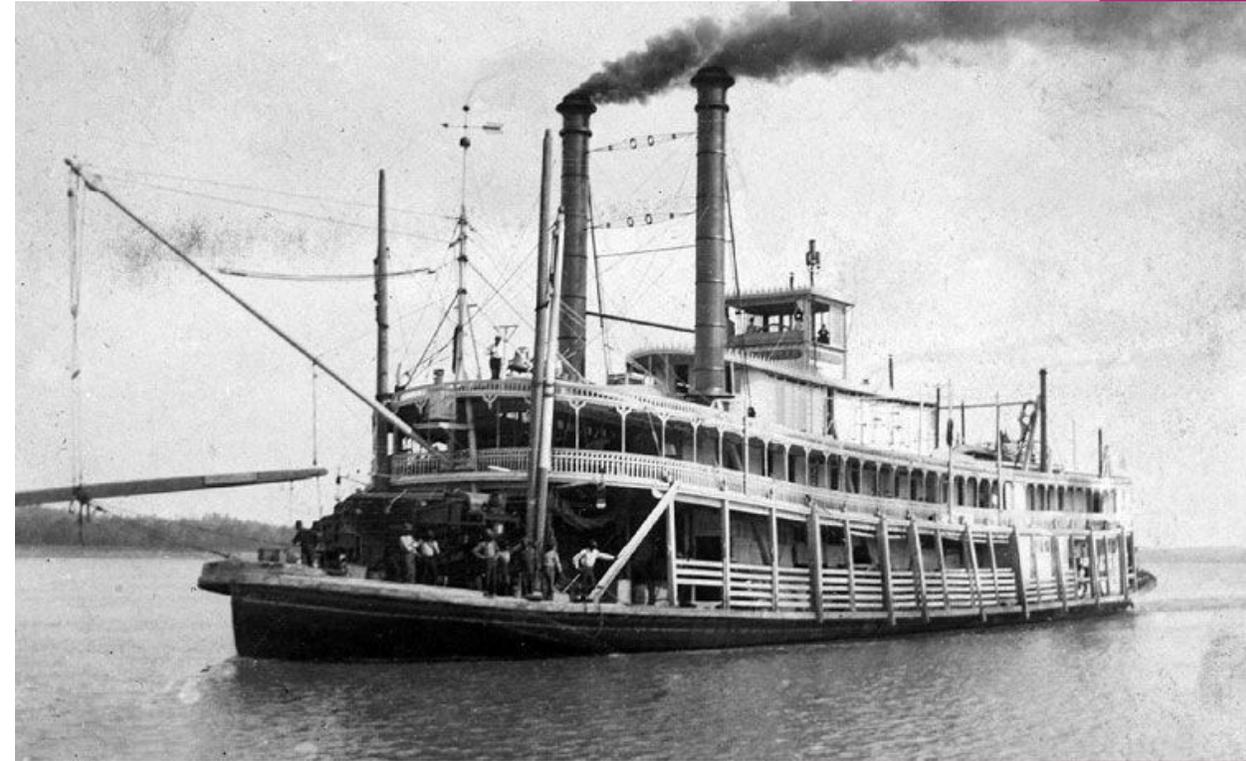
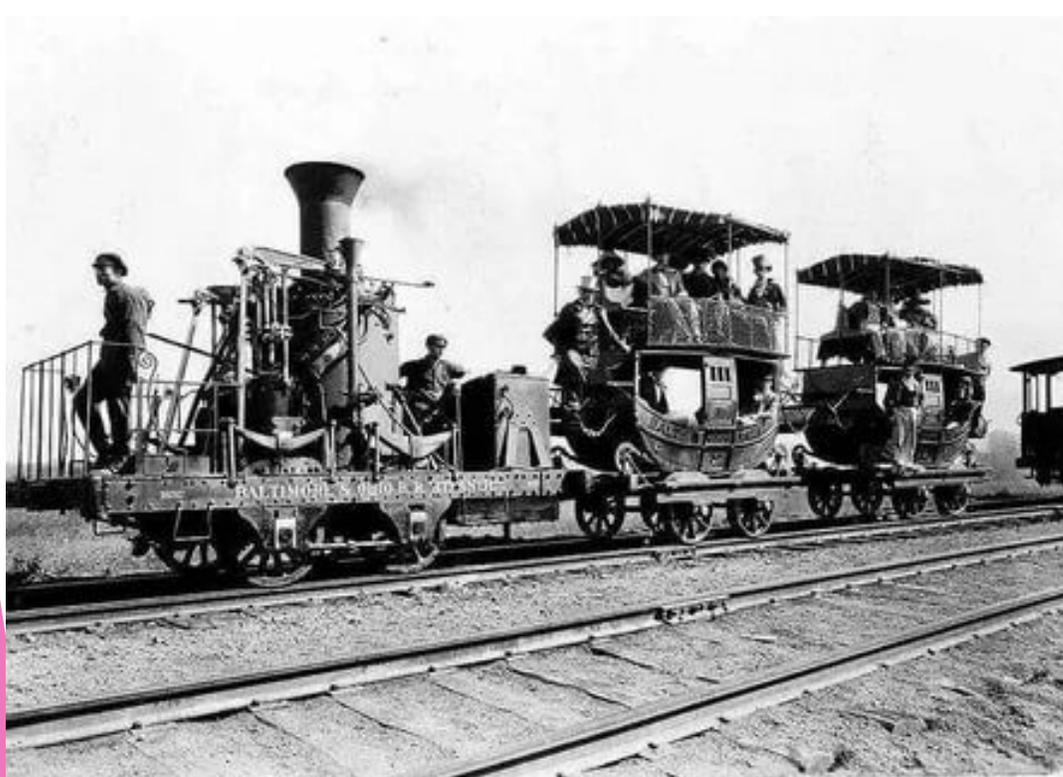
The logo for Hyatt, featuring the word "HYATT" in a blue, serif font with a red and blue arc underneath.The logo for Radisson, featuring the word "Radisson" in a black, cursive script font with a green underline.The logo for Hilton, featuring a blue circle with a white "H" inside, above the word "Hilton" in a blue, sans-serif font.The logo for Mercure Hotels, featuring a stylized "M" in a light purple color above the word "Mercure" in a purple, serif font and "HOTELS" in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for Holiday Inn, featuring a green square with a white "H" inside, above the words "Holiday Inn" in a green, sans-serif font.The logo for Novotel, featuring a blue square with a white and orange swoosh, above the word "NOVOTEL" in a white, sans-serif font.The logo for Kempinski, featuring the word "Kempinski" in a black, cursive script font.The logo for Ibis, featuring a red square with a white "I" inside, above the word "ibis" in a white, sans-serif font.The logo for The Luxury Collection, featuring a gold crown icon above the words "THE LUXURY COLLECTION" in a gold, serif font and "Forward Hotels & Resorts" in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for Adagio Aparthotel, featuring a red square with a white "O" inside, above the words "adagio" and "aparthotel" in a white, sans-serif font.The logo for Sokos Hotels, featuring the word "SOKOS" in a black, sans-serif font, a red circle with a white "S" inside, and the word "HOTELS" in a black, sans-serif font.The logo for DoubleTree by Hilton, featuring a green and white stylized "D" icon above the words "DOUBLE TREE" in a black, sans-serif font and "by Hilton" in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for Swissotel Hotels & Resorts, featuring the word "swissôtel" in a black, sans-serif font with a red accent over the "o", and "Hotels & Resorts" in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for Azimut Hotels, featuring a red and white stylized "A" icon above the word "azimut" in a black, sans-serif font and "HOTELS" in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for Lotte Hotels & Resorts, featuring the word "LOTTE" in a large, black, sans-serif font above the words "HOTELS & RESORTS" in a smaller, black, sans-serif font.The logo for Park Inn by Radisson, featuring the words "park inn" in a blue, sans-serif font with a colorful bar below "park", and "by Radisson" in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for Heliopark Group, featuring a red star icon above the word "HELIOPARK" in a black, sans-serif font and "GROUP" in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for Intourist Hotel Group, featuring a blue square with a white globe icon, above the word "Intourist" in a blue, sans-serif font and "Hotel Group" in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for The Savoy Moscow, featuring a gold crown icon above the word "SAVOY" in a gold, serif font and "MOSCOW" in a smaller, black, sans-serif font below it.The logo for RosEuroOtel, featuring a black and white stylized "R" icon above the word "RosEuroOtel" in a black, sans-serif font.The logo for FOCT Hotel Management, featuring a red and black stylized "F" icon above the word "FOCT" in a red, sans-serif font and "ОТЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ" in a smaller, black, sans-serif font below it.

4 основных этапа развития гостиничных сетей:

1. Формирование первых национальных гостиничных сетей (конец XIX в. — до начало II Мировой войны);
2. Экспансия американских компаний на международный рынок гостиничных услуг в тесном сотрудничестве с авиакомпаниями (после окончания II Мировой войны — до 70-х гг. XX в.)
3. Выход европейских компаний на международный уровень (70-е и 80-е годы XX в.)
4. Постепенное снижение доли американских гостиничных сетей на мировом рынке гостиничных услуг и появление на международной арене азиатских, австралийских и латиноамериканских компаний (90-е годы XX в. по настоящее время).

Начало первого этапа относится к концу XIX в. и обусловлено следующими факторами:

1. Индустриализация общества
2. Появление новых видов транспорта (пароходов и железных дорог)
3. Рост доходов населения
4. Развитие массового туризма



Отели, принадлежащие
железнодорожной компании «Canadian
Pacific»

Royal York в Торонто



**Шато-Фронтенак
в Квебеке**



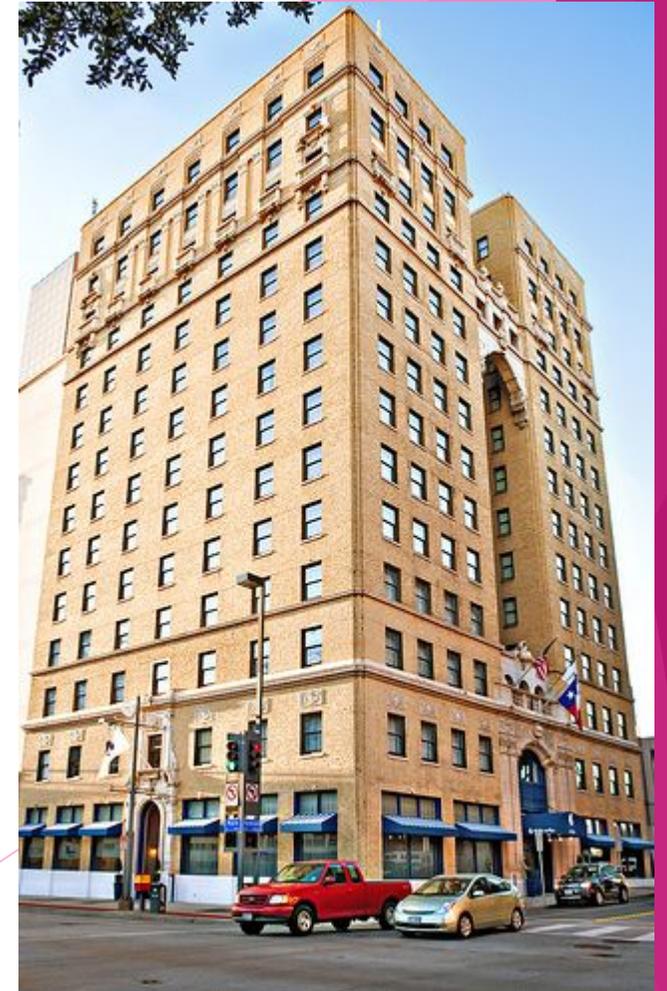
**The Algonquin
в Сент-Эндрюс**

На рубеже веков постепенно создавались сетевые формы гостиничных объединений, цель которых заключалась в повышении эффективности функционирования отелей за счет преимуществ, получаемых от стратегического сотрудничества

«Hilton», г. Сиско, штат Техас. Основан в 1919 году



Отель в Далласе, 1925 год





Ritz-Carlton, Париж

Ritz-Carlton, Москва



Ritz-Carlton, Лондон



Второй этап развития сетей начинается после окончания Второй Мировой войны начинается. Отмечался невероятный скачок в объеме пассажирских авиаперевозок и начало регулярных трансатлантических полетов. В этот период американскими компаниями были впервые внедрены основные концепции функционирования сетевыми отелями. Крупнейшие гостиничные сети из США, получив достаточный опыт работы на внутреннем рынке, стали открывать свои первые отели в других странах мира.





**Отель Caribe Hilton Hotel в городе Сан-Хуан
в Пуэрто-Рико**



В 1964 г. авиакомпания «American Airlines» совместно с «IBM» запустила программу «Ciber». Теперь процедура бронирования занимала несколько секунд, а ошибка составляла менее 1%. Данная программа позволяла оформить до 20 тыс. продаж в день.

SELLING PLATFORM

Окно Конф-ция Помощь ** UP HTL MARGNAN CHAMPS ELYSEES ** WE RATE FM 230EUR BB
 ** BETWEEN CHPS ELYSEES/AV MONTAIGNE*COM 10% >HAUIPARMGN

Наличие мест Расписание Информ. о рейсе Другие сегменты

Одинарный Нейтральный экран наличия мест

** AMADEUS AVAILABILITY - AN ** PAR PARIS.FR 19 TU 31MAR 0000

Рейс	Выл.	Время	Прил.	Время	П	Прод.	S	Тип	У	Классы
SU 445	SVO	07:15	CDG	09:10		3:55	321	●	↔	Y4 S4 B4 M4 H4 K4 V4 T4 Q4 W4 L4 U4 G4 N4
AF 2545	SVO	07:15	CDG	09:10		3:55	319	●		C9 D6 Z5 F1 O5 Y3 S3 B2 R2 K2 GR
SU 253	SVO	08:45	CDG	10:45		4:00	320	●	↔	J2 C2 D2 Y4 S4 B4 M4 H4 K4 V4 T4 Q4 W4 L4 U0 G0 N0
AF 2045	SVO	08:45	CDG	10:45		4:00	320	●		Y8 S8 B8 R7 K7 U5 M5 H2 Q2 GR
SU 443	SVO	09:20	CDG	11:15		3:55	320	●	↔	Y0 S4 B0 M0 H0 K0 V0 T4 Q4 W4 L4 U0 G0 N0
AF 2345	SVO	09:20	CDG	11:15		3:55	320	●		C9 D9 Z9 F1 O9 Y9 S9 B9 R9 K9 U9 M9 H9 Q9 V9 L9 A9 X9 W9 T9 E9 N9 GR
SU 259	SVO	10:20	CDG	12:30		4:10	320	●	↔	J2 C2 D2 Y4 S4 B4 M4 H4 K4 V4 T4 Q4 W4 L4 U0 G0 N0
AF 2745	SVO	10:20	CDG	12:30		4:10	320	●		C4 D4 Z3 F1 O2 Y9 S9 B9 R9 K9 U8

Количество мест: 1 Пассажир:

PNR

A B C D E F

Офис: MOW1A0980

Календарь:

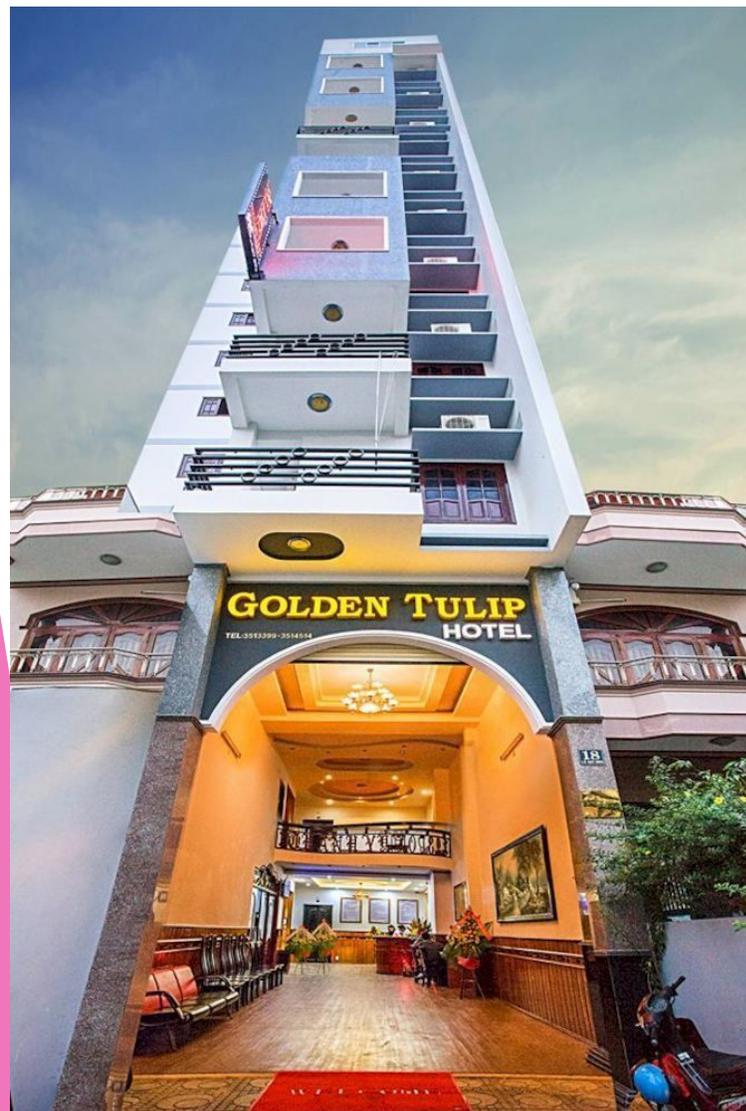
Февраль 2009
 В П В С Ч П С
 1 2 3 4 5 6 7
 8 9 10 11 12 13 14
 15 16 17 18 19 20 21
 22 23 24 25 26 27 28

Март 2009
 В П В С Ч П С
 1 2 3 4 5 6 7
 8 9 10 11 12 13 14
 15 16 17 18 19 20 21
 22 23 24 25 26 27 28
 29 30 31

Апрель 2009
 В П В С Ч П С
 1 2 3 4
 5 6 7 8 9 10 11
 12 13 14 15 16 17 18
 19 20 21 22 23 24 25
 26 27 28 29 30

Май 2009
 В П В С Ч П С
 1 2
 3 4 5 6 7 8 9
 10 11 12 13 14 15 16
 17 18 19 20 21 22 23

Начало третьего этапа развития гостиничных сетей можно отнести к 1970 году. Стал активно развиваться международный туризм и в европейских странах. Если в 1950 г. США занимали первое место по числу иностранных туристических прибытий, то уже к 1970 году они были смещены европейскими странами на 5 место. Однако по-прежнему гостиничные сети из США имели огромное влияние на мировом рынке



Французская компания «Ассор». В 1978 г. она управляла 45 отелями, а в 2010 г. — уже 4200 в 90 странах мира.



Четвертый этап развития гостиничных сетей относится к 1990-м годам. В связи с быстрым экономическим ростом Восточной Азии происходило значительное увеличение пассажиропотока из Китая. Также стали появляться первые азиатские гостиничные сети.



Jin Jiang Int'l Hotel Mgmt. Corp.

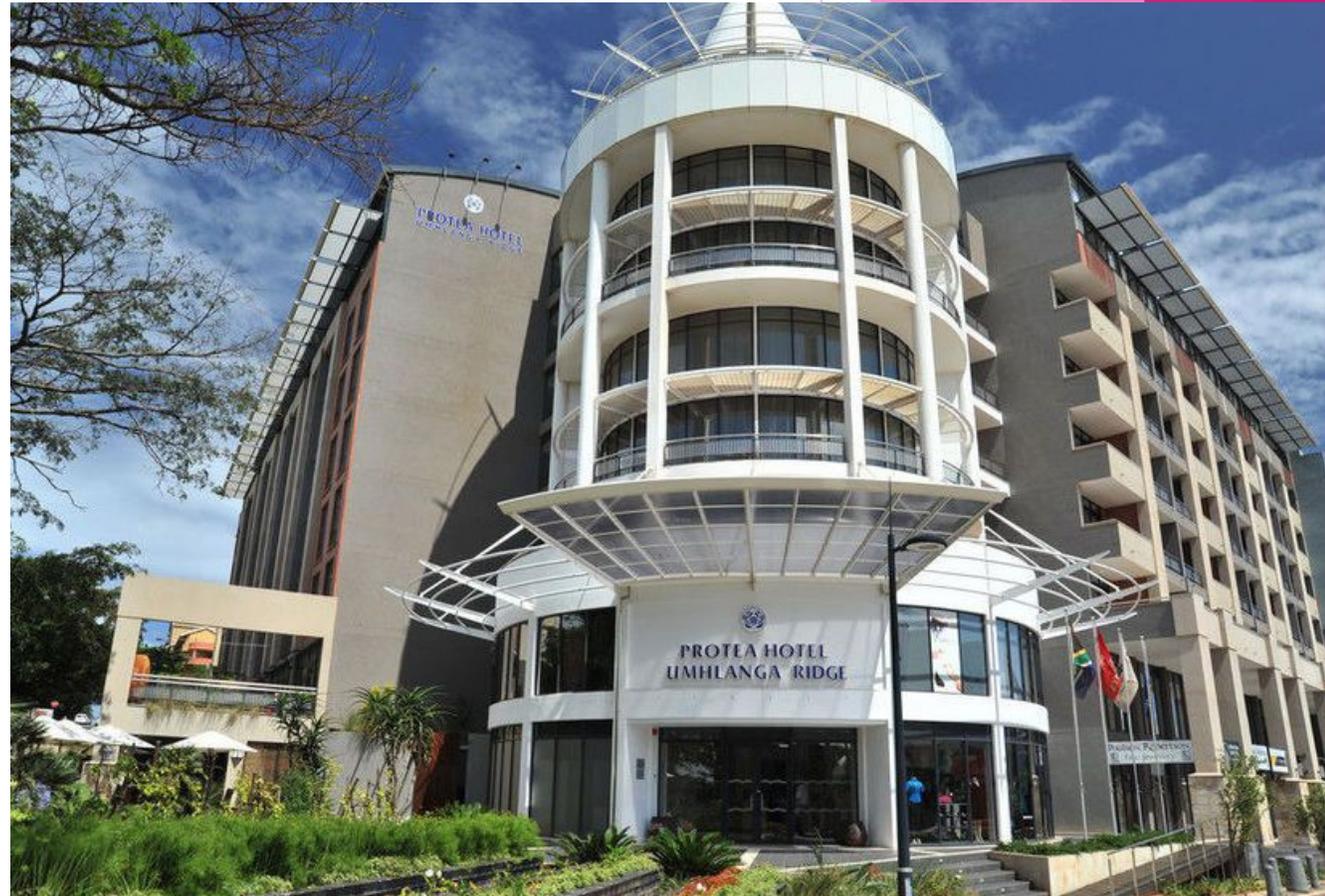


Tokyu Hotel Management Co.

На 2009 год, согласно специальному докладу журнала «Hotels», на долю американских гостиничных сетей приходилось 49,5% мирового рынка. Их ближайшие конкуренты — это компании из Европы, их доля составляла 25%. Далее следуют международные гостиничные сети из Азии. А затем с большим отставанием расположились компании из Латинской Америки, Австралии и Африки соответственно.



Австралия, Rydges Hotel



Protea Hotel, Африка

Важнейшие аспекты функционирования гостиничных сетей.

1. Необходимость накопления опыта присутствия на внутреннем рынке до международной экспансии
2. Стремление к наибольшей географической репрезентативности
3. Разработка и внедрение стандартов предоставляемых услуг для наилучшего удовлетворения потребностей клиентов.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**