

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)
Институт спорта, туризма и сервиса
Кафедра туризма и социально-культурного сервиса

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент,

_____/ _____ /
« ____ » _____ 2020 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,

д.п.н., профессор

_____/Т.Н. Третьякова/
« ____ » _____ 2020 г.

Тенденции развития индустрии гостеприимства в Латинской Америке

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ–43.03.03.2020.276.ПЗ ВКР

Руководитель ВКР, д.п.н., профессор

_____/Т.Н. Третьякова
« ____ » _____ 2020 г.

Автор ВКР,

студент группы СТ-453

_____/А.М. Матвеева
« ____ » _____ 2020 г.

Нормоконтролер, ст.преподаватель

_____/М.Н. Малыженко
« ____ » _____ 2020 г.

АННОТАЦИЯ

Матвеева А.М. Тенденции развития индустрии гостеприимства в Латинской Америке – Челябинск: ЮУрГУ, СТ-453, 2020. – 92 с., 2 ил., 35 табл., библиогр. список – 62 наим., 2 прил., 1 презентация – CD-RW.

Целью выпускной квалификационной работы было выявить состояние гостиничной индустрии в Латинской Америке. Для достижения поставленной цели были рассмотрены основные подходы к изучению рынка гостеприимства, изучена история международных гостиничных цепей, присутствующих в странах региона и изложена информация о системах классификации.

На основе комплексного подхода к изучению состояния индустрии гостеприимства стран Латинской Америки проведена оценка географического распространения международных гостиничных цепей в странах латиноамериканского региона.

В контексте исследования была разработана модель формирования гостиничной индустрии в странах Латинской Америки.

В работе приводятся таблицы и графики, отражающие гостиничную индустрию латиноамериканского региона.

В качестве иллюстративного материала была составлена презентация по теме ВКР на CD-RW.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ РЫНКА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ	
1.1 Основные подходы к изучению рынка индустрии гостеприимства.....	9
1.2 История развития гостиничных цепей, присутствующих в странах Латинской Америки.....	16
1.3 Системы классификации индустрии гостеприимства в странах Латинской Америки.....	22
Выводы по главе один.....	28
2 АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ СТРАН ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ	
2.1 Модель формирования гостиничной индустрии в странах Латинской Америки.....	30
2.2 Характеристика рынка гостиничных услуг в странах Латинской Америки.....	38
2.3 География рынка международных гостиничных цепей в странах Латинской Америки.....	50
Выводы по главе два.....	68
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	70
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	73
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Ранжирование отелей по классу.....	79
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Международные гостиничные цепи	85
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Индустрия гостиничных услуг Латинской Америки....	92
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Презентация на CD-RW	
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Электронная версия ВКР	

ВВЕДЕНИЕ

Индустрия гостеприимства и туризма тесно связаны между собой, и каждый из них играет важную роль в развитии и росте другой отрасли. Туризм приносит доход, рост и развитие для гостеприимства. С другой стороны, индустрия гостеприимства увеличивает общую ценность и важность туризма. Это создает большой спрос на туризм, делает его более привлекательным, добавляет необходимый уровень комфорта для туристов и путешественников.

Первоначальная концепция гостеприимства осталась в значительной степени неизменной с момента ее возникновения. Идея строительства гостиниц с единственной целью приема гостей возникла наряду с технологическими достижениями и появлением более совершенных транспортных средств к концу XVIII века. С тех пор в этом секторе наблюдается непрерывный рост, который в частности выражается в гостиничном объединении. Объединение средств размещения в гостиничные цепи является сегодня наиболее распространенной в мировой практике формой управления гостиничными предприятиями.

Данная тема весьма актуальна в настоящее время, в связи с тем, что гостиничная индустрия является быстроразвивающейся отраслью.

Исследований в области изучения индустрии гостеприимства латиноамериканского региона выявлено мало, что делает актуальным определение проблемы исследования, которая заключается в изучении и анализе гостиничной отрасли в данном регионе.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что для целостного понимания гостиничной индустрии в мире, необходимо более углубленное изучение по отдельным регионам.

Все это обусловило проблему исследования, которая заключается в поиске путей активизации мирового туризма, а также туризма в странах Латинской Америки, что позволило сформулировать тему выпускной квалификационной работы «Тенденции развития индустрии гостеприимства в Латинской Америке».

Цель выпускной квалификационной работы – выявить состояние гостиничной индустрии в Латинской Америке.

Объект выпускной квалификационной работы – особенности индустрии гостеприимства стран Латинской Америки.

Предмет выпускной квалификационной работы – анализ состояния гостиничной индустрии в странах Латинской Америки.

Задачи выпускной квалификационной работы:

- изучить нормативно-правовую базу гостиничной индустрии стран Латинской Америки;
- определить этапы развития гостиничных цепей, представленных в странах Латинской Америки;
- провести анализ рынка индустрии гостеприимства в странах Латинской Америки;
- разработать модель формирования гостиничной индустрии в странах Латинской Америки.

При выполнении работы использовались следующие методы:

- анализ и синтез информации о деятельности предприятий индустрии гостеприимства региона;
- сравнительный анализ международных и национальных гостиничных цепей региона.

Для обработки статистического материала применились возможности программного пакета MS Excel.

Теоретической базой выпускной квалификационной работы являются публикации по вопросам индустрии гостеприимства в странах Латинской Америки, включая публикации зарубежных исследователей и российских ученых, а также справочно-информационная литература, включая интернет источники.

Понятие и сущность индустрии гостеприимства были рассмотрены в работах С.С. Скобкина, Р.А. Браймера [2, 6].

Вопросам истории гостиничного дела и индустрии гостеприимства посвящена публикация Г.М. Амосовой [27].

Гостиничной индустрии в странах Латинской Америки посвящены работы Ю.Л. Кужель, К.С. Артамонова и Л.И. Тихоновой [4, 34].

Изучению понятия гостиничных цепей посвящены работы А.Л. Лесника, И.П. Мащицкого, А.В. Чернышева [5].

Новизна выпускной квалификационной работы заключается в том, что:

– впервые на основе комплексного подхода к изучению состояния индустрии гостеприимства стран Латинской Америки проведена оценка географического распространения международных гостиничных цепей в странах латиноамериканского региона;

– впервые представлен анализ рынка национальных гостиничных цепей в странах Латинской Америки;

– впервые для анализа состояния рынка гостиничных услуг стран Латинской Америки использовались данные международной базы данных Free Hotel Guide, что позволило проанализировать состояние рынка гостиничных услуг во всех странах Латинской Америки;

– впервые была разработана модель формирования гостиничной индустрии в странах латиноамериканского региона.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы при разработке стратегических планов развития индустрии гостеприимства в странах Латинской Америки.

Базой исследования являются объекты индустрии гостеприимства в странах Латинской Америки, представленных в структуре международных или национальных гостиничных цепей, а также независимых отелей.

Апробация материалов исследовательской работы осуществлялась путем написания и публикации статей в сборниках:

– IX Международной студенческой научно-практической конференции в Улан-Удэ на тему «Система классификации гостиниц в странах Латинской Америки» в июне 2020 года;

– Всероссийской молодежной научно-практической конференции: «МОЛОДЕЖЬ-НАУКЕ – X. Актуальные проблемы туризма, гостеприимства, общественного питания и технического сервиса» в Сочи на тему «Характеристика брендов гостиничной цепи Intercontinental Hotels Group (IHG)» в апреле 2019 года.

Подготовка выпускной квалификационной работы осуществлялась в три этапа.

На первом этапе (декабрь – март 2020 год) осуществлялся подбор и анализ библиографических источников и интернет-ресурсов по теме выпускной квалификационной работы.

На втором этапе (март – май 2020 год) проведен анализ гостиничной индустрии региона.

На третьем этапе (май – июнь 2020 год) проводилось оформление пояснительной записки выпускной квалификационной работы, техническое редактирование.

Логика и содержание выпускной квалификационной работы определили ее структуру, которая состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка из шестидесяти двух источников, тридцати пяти таблиц, двух иллюстраций, трёх приложений.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ РЫНКА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ

1.1 Основные подходы к изучению мирового рынка индустрии гостеприимства

Мировой рынок гостиничных услуг формировался на протяжении длительного этапа. Гостеприимство относится к одному из фундаментальных понятий. Особенность рынка гостиничных услуг заключается в том, что в отличие от других рынков мировой экономики здесь велика роль трудового и культурно-исторического ресурса, а также существует привязка к конкретной территории. Гостиничное хозяйство имеет дело с таким явлением, как индивидуальный профиль места туристского назначения, которое определяет привлекательность туристской услуги и создает туристскую мотивацию. Он формируется под влиянием таких факторов, как географическое положение, ландшафт, биоклиматические и экологические характеристики территориальных единиц и историко-культурные параметры.

Институциональная структура мирового рынка гостиничных услуг формируется из элементов: гостиниц и аналогичных им средств коллективного размещения. Согласно Кембриджскому словарю, индустрия гостеприимства – это такие предприятия, как отели, бары и рестораны, которые предлагают людям еду, напитки и место для сна [43].

Мировое гостиничное хозяйство исторически развивалось на протяжении длительного этапа, и характеризуется высокой степенью конкуренции. На современном этапе мировое гостиничное хозяйство неуклонно растет, поддерживая развитие международного туризма [12].

На сегодняшний день индустрия гостеприимства – это одна из крупных и быстро развивающихся систем сектора экономики. Скобкин С.С. рассматривает данное понятие следующим образом: Индустрия гостеприимства выступает как самостоятельная, сложная и относительно обособленная социально-

экономическая система, привлекающая значительные материальные, финансовые и трудовые ресурсы [6].

С точки зрения Р.А. Браймера, индустрия гостеприимства является собирательным понятием для разнообразных и многочисленных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанном с приемом и обслуживанием гостей [2].

За последние несколько лет проводилось множество исследований и анализов по вопросам гостиничной индустрии. Различные подходы в изучении рынка гостеприимства и гостиничных цепей отражены в работах многих авторов (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Публикации по исследованию гостиничной индустрии

№	Автор	Описание
1	Амосова Г.М. [27].	Тема научной статьи «Основные этапы развития международных гостиничных сетей». Исследуются основные тенденции развития международных гостиничных цепей. Особое внимание уделено американской компании «Hilton», как одной из первых международных гостиничных цепей.
2	Артамонов К.С., Тихонова Л.И. [34].	Тема научной статьи «Современное состояние гостиничной индустрии в странах Латинской Америки». В статье исследуется индустрия гостеприимства крупных стран Латинской Америки, а также рассматривается потенциал стран в туристическом плане.
3	Сафронова А.А., Данилова А.М. [20].	Тема научной статьи «Международные гостиничные цепи, как эффективная форма управления гостиничным бизнесом». В статье дано подробное описание международных гостиничных цепей и механизмы управления ими, исследуются факторы, влияющие на развитие международных гостиничных цепей.
4	Арифиллин М.В. [26].	Тема научной статьи «Отличительные черты североамериканских, азиатских, южноамериканских, африканских и восточноевропейских гостиничных объединений». В статье рассмотрены вопросы функционирования международных гостиничных объединений на разных регионах.

Окончание таблицы 1

№	Автор	Описание
5	Мачалкин С.Е. [35]	Тема научной статьи «Современные тенденции развития и модели организации гостиничного бизнеса: зарубежный опыт» В статье рассматриваются модели организации гостиничного бизнеса, международные гостиничные прибытия по регионам, а также организация гостиничной индустрии за рубежом в целом.

В перечисленных работах гостиничные цепи представлены не в целом, поэтому для глобального изучения гостиничного рынка Латинской Америки за основу был взят официальный иностранный сайт Free Hotel Guide [45], в котором отельная база представлена в полном объеме, где содержатся сведения по национальным и международным гостиничным цепям, в том числе и независимым гостиницам, что в конечном итоге позволит нам произвести оценку и узнать как количественное, так и процентное соотношение международных гостиничных цепей (МГЦ) к национальным цепям по каждой стране, а также выделить наиболее крупные и малочисленные гостиничные цепи.

В настоящее время в странах Латинской Америки идет бурное развитие туризма, что, в свою очередь, обуславливает развитие гостиничной индустрии. Латинская Америка привлекательна для туристов благодаря определенным факторам: уникальная природа, большое количество культурно-исторических памятников, развитие международных связей стран Латинской Америки, самобытность культуры ее народов. В таблице 2 представлены государства и зависимые территории Латинской Америки.

Таблица 2 – Государства и зависимые территории Латинской Америки

Государства		Зависимые территории
Аргентина	Куба	Пуэрто-Рико
Бразилия	Мексика	Гваделупа
Боливия	Никарагуа	Мартиника
Венесуэла	Панама	Сен-Бартельми

Окончание таблицы 2

Государства		Зависимые территории
Гаити	Парагвай	Сен-Мартен
Гватемала	Перу	Французская Гвиана
Гондурас	Сальвадор	
Доминиканская Республика	Уругвай	
Колумбия	Чили	
Коста-Рика	Эквадор	

Из таблицы видно, что к странам Латинской Америки относятся 20 государств и 6 зависимых территорий [32]. Согласно данным Всемирной туристической организации (UNWTO), в 2019 году было совершено 1,5 млрд международных туристических поездок. Мексика входит в «топ-10 самых посещаемых стран мира» (44,9 млн туристов), по данным UNWTO. Вследствие увеличивающегося спроса на гостиничные услуги в данном регионе строятся новые гостиничные комплексы. Среди самых развитых стран в туристическом плане в латиноамериканском регионе можно выделить Мексику, Бразилию, Кубу, Доминиканскую Республику, Колумбию, Сальвадор и Аргентину [34]. В Латинской Америке при создании и строительстве гостиниц делают акцент на уникальные природные условия районов. Поэтому отели качественного, высокого сервиса стремятся сделать свои зоны отдыха не только имеющими весь основной функционал, зоны отдыха, дополнительные услуги, но и расположить их в местах, где есть уникальные памятники истории, а также редкие природные ландшафты, горы, побережья, водопады, леса, сафари.

Для того чтобы провести исследование по гостиничным цепям в Латинской Америке была сделана таблица на основании сайта Free Hotel Guide и отчёта Horwath NTL [45, 61]. На рисунке 1 представлен график, где показано сравнение отельной базы международных и национальных гостиничных цепей.

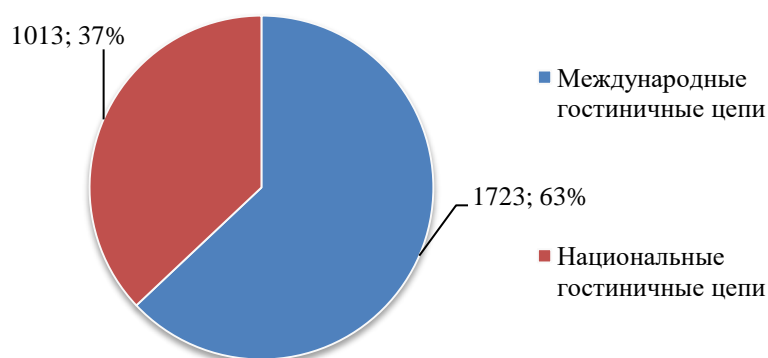


Рисунок 1 – Доля отельной базы международных и национальных гостиничных цепей

Исходя из данных мы видим, что общее количество отелей всех гостиничных цепей в Латинской Америке составляет 2736, где международные гостиничные цепи лидируют по отношению к национальным и составляют 63%, т.е. 1723 отеля относятся к той или иной международной гостиничной цепи, в то время как остальные 37 % или 1013 отелей относятся к национальным. Для более наглядной разницы представлена гистограмма в рисунке 2.

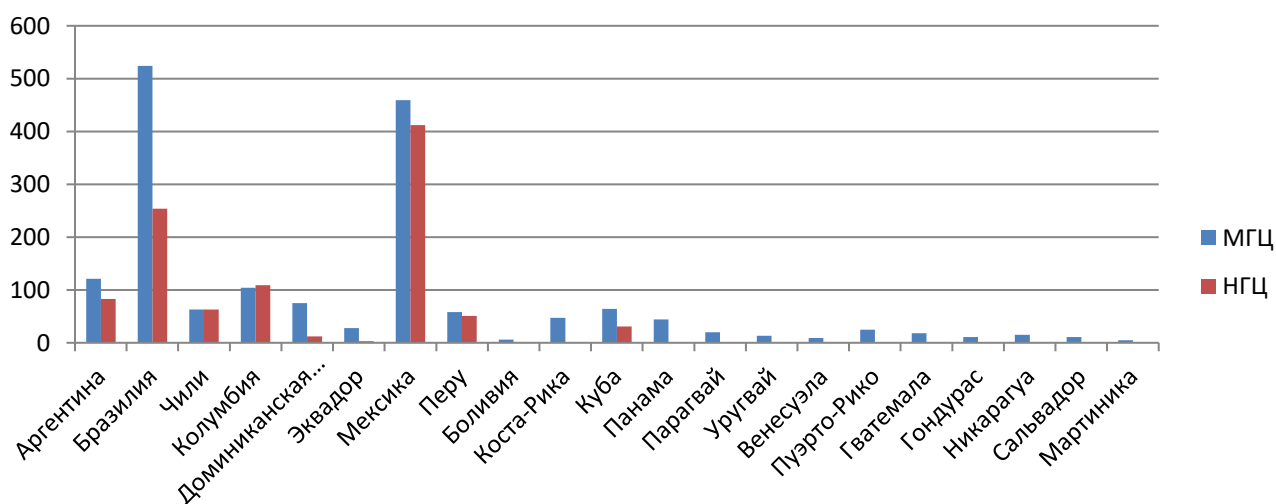


Рисунок 2 – Разница отельной базы международных и национальных гостиничных цепей

Опираясь на составленную нами базу, следует рассмотреть международные и национальные гостиничные цепи по отдельности, что позволит увидеть картину ведущих стран по наличию гостиничных цепей, а также узнать, какие страны располагают гостиничными цепями в меньшем объеме (см. рисунок 3).

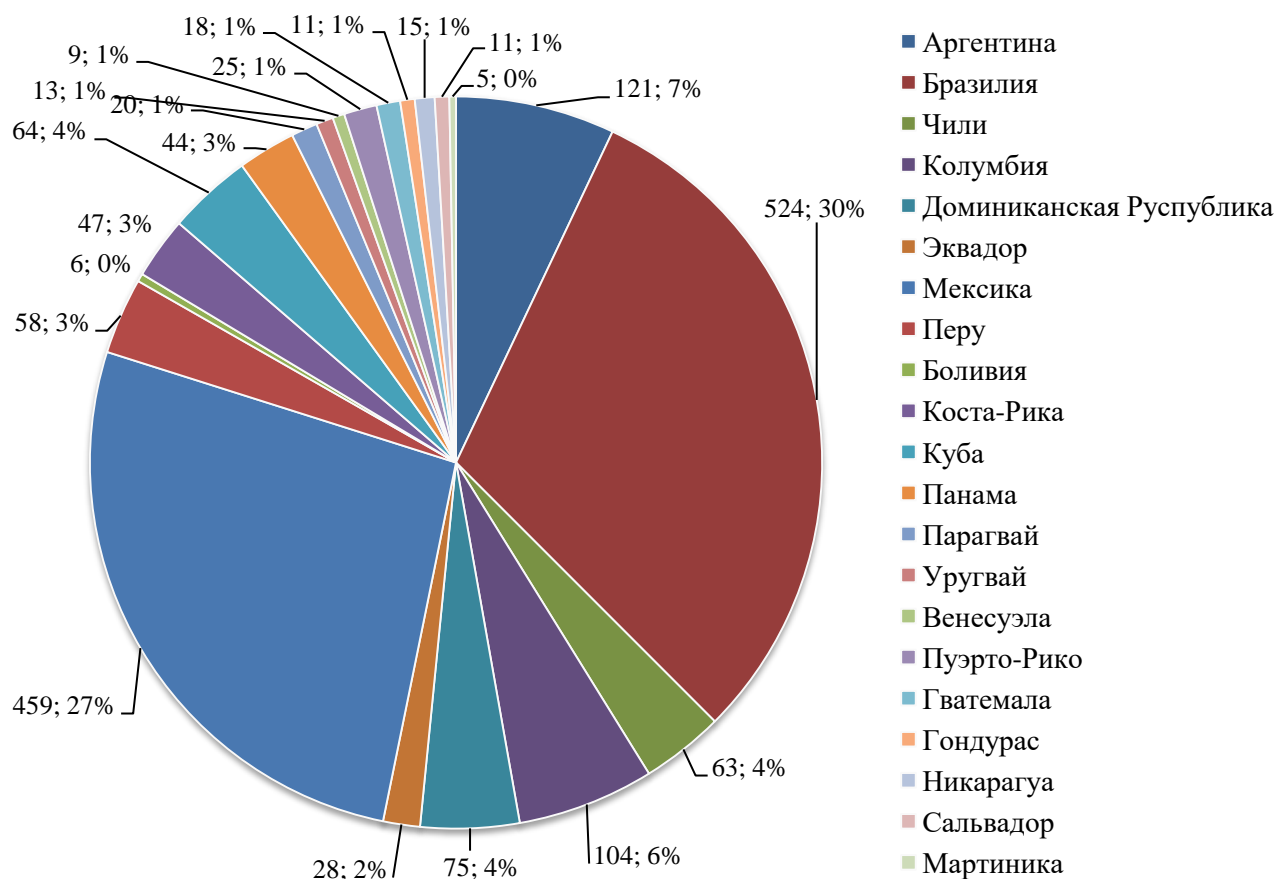


Рисунок 3 – Доля отельной базы международных гостиничных цепей в странах Латинской Америки

Исходя из данных графика видно, что в основном международные гостиничные цепи сосредоточены в Бразилии (30%) и Мексике (27%), в остальных странах представлено небольшое количество международных гостиничных цепей (до 10%). Последние десять лет правительство Бразилии уделяет большое внимание развитию туристической индустрии как важнейшей отрасли экономики. Среди латиноамериканских стран Мексика является самой популярной для иностранных туристов.

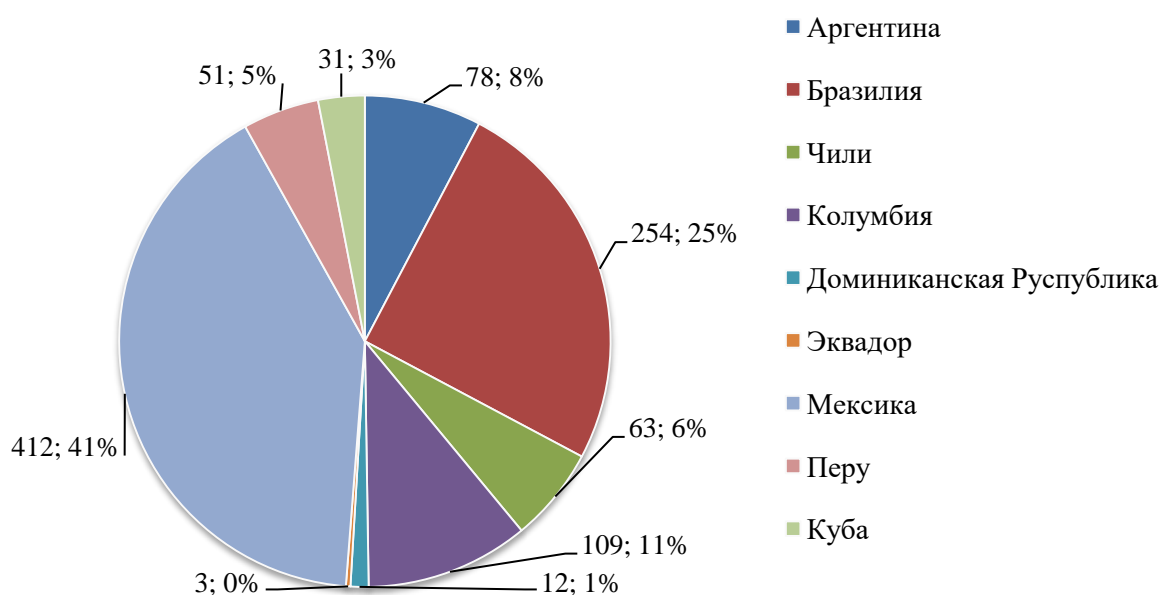


Рисунок 4 – Доля отельной базы национальных гостиничных цепей

Исходя из данных, представленных на графике, мы видим, что лидирующие позиции занимают также Мексика и Бразилия. В остальных странах отельная база национальных гостиничных цепей присутствует в меньшем соотношении.

Для простоты понимания все представленные на рисунке страны можем представить в виде таблицы 3.

Таблица 3 – Гостиничные цепи в странах Латинской Америки

Страна	Кол-во отелей	Доля (%)
Международные гостиничные цепи		
Бразилия	524	30%
Мексика	459	27%
Аргентина	121	7%
Колумбия	104	6%
Чили	63	4%
Доминиканская Республика	75	4%
Куба	64	4%
Перу	58	3%
Коста-Рика	47	3%
Панама	44	3%
Эквадор	28	2%
Парагвай	20	1%
Уругвай	13	1%
Венесуэла	9	1%

Окончание таблицы 3

Страна	Кол-во отелей	Доля (%)
Пуэрто-Рико	25	1%
Гондурас	11	1%
Никарагуа	15	1%
Сальвадор	11	1%
Боливия	6	0%
Мартиника	5	0%
Национальные гостиничные цепи		
Мексика	3	41%
Бразилия	254	25%
Колумбия	109	11%
Аргентина	78	8%
Чили	63	6%
Перу	51	5%
Куба	31	3%
Доминиканская республика	12	1%
Эквадор	412	0%

Таким образом, в странах Латинской Америки доминируют отели международных гостиничных цепей, но национальные гостиничные цепи также представлены в большом количестве. Самое большое количество отелей международных и национальных гостиничных цепей представлено в Бразилии и Мексике, их отельная база представляет более 25% от общего количества.

1.2 История гостиничных цепей, присутствующих в странах Латинской Америки

Впервые индустрия гостеприимства появилась еще во времена Античности. Первое документальное подтверждение существования индустрии гостеприимства зафиксировано в эпоху Древней Греции и Древнего Рима.

С тех пор облик средств размещения сильно изменился и спектр предлагаемых услуг в них значительно расширился. Прототипы глобальных гостиничных объединений появились в Европе еще в конце XIX – начале XX века. Основной особенностью развития гостиничного бизнеса стало активное распространение сетевых форм. Особая роль в развитии гостиничных цепей принадлежит США,

так как именно здесь они получили популярность и начали распространение по всему миру [27].

На основании интернет источника List of chained-brand hotels [50] была составлена таблица международных гостиничных цепей (МГЦ), присутствующих в странах Латинской Америки (см. таблицу 4).

Таблица 4 – МГЦ в странах Латинской Америки

№	Гостиничная цепь	Страна основания	Год основания	Локация
1	Kempinski	Мюнхен (Германия), Женева (Швейцария)	1897	По всему миру, включая страны Латинской Америки
2	Hilton Worldwide	Маклин (США)	1919	По всему миру, включая страны Латинской Америки
3	Marriott International	Бетесда (США)	1927	По всему миру, включая страны Латинской Америки
4	Choice Hotels International	Роквилл (США)	1939	По всему миру, включая страны Латинской Америки
5	Best Western International	Феникс (США)	1946	По всему миру, включая страны Латинской Америки
6	RIU Hotels & Resorts	Пальма (Испания)	1953	По всему миру
7	Meliá Hotels International	Пальма (Испания)	1956	По всему миру, включая страны Латинской Америки
8	Hyatt Hotels Corporation	Чикаго (США)	1957	По всему миру, включая страны Латинской Америки
9	Omni Hotels & Resorts	Даллас (США)	1958	Соединенные Штаты Америки, Канада, Мексика
10	Four Seasons Hotels and Resorts	Торонто (Канада)	1960	По всему миру, включая страны Латинской Америки
11	Blackstone Group	Кэрролтон (США)	1962	США, Канада, Латинская Америка
12	Radisson Hotel Group	Миннеаполис (США) Брюссель (Бельгия)	1962 (Карлсон) 1960 (Резидор)	По всему миру, включая страны Латинской Америки

Окончание таблицы 4

№	Гостиничная цепь	Страна основания	Год основания	Локация
13	Mandarin Oriental Hotel Group	Гонконг	1963	По всему миру, включая страны Латинской Америки
14	Wyndham Hotels and Resorts	Парсиппани-Трой Хиллз (США)	1963	По всему миру, включая страны Латинской Америки
15	Accor	Париж (Франция)	1967	По всему миру, включая страны Латинской Америки
16	Red Roof Inn	Чикаго (США)	1973	США, Бразилия, Канада, Таиланд, Япония
17	Belmond Limited	Гамильтон, Бермудские острова	1976	По всему миру, включая страны Латинской Америки (Бразилия, Перу)
18	NH Hotel Group	Мадрид (Испания)	1978	Европа, Америка, Африка (в т.ч. Латинская Америка), Китай
19	Aman Resorts	Сингапур	1988	20 стран, включая страны Латинской Америки
20	Banyan Tree Holdings	Сингапур	1994	28 стран, включая страны Латинской Америки (Куба, Мексика)
21	Lifestyle Holidays Group	Доминиканская Республика	2002	Карибский бассейн
22	InterContinental Hotels Group (IHG)	Денхем (Великобритания)	2003	По всему миру, включая страны Латинской Америки
23	Rosewood Hotel Group	Гонконг	2005	По всему миру, включая страны Латинской Америки
24	OYO	Гургаон (Индия)	2013	Во всем мире

Из приведенной таблицы можем рассмотреть периоды возникновения международных гостиничных цепей.

В XIX веке появилась одна из старейших гостиничных цепей Kempinski, которая берет свое начало в Берлине. В странах Латинской Америки представлены отели класса люкс на Кубе.

В начале XX века образовывается международная гостиничная цепь Hilton, которая обязана своим созданием американской авиатранспортной компании «Pan American». В 1949 году в городе Сан-Хуан в Пуэрто-Рико открылась первая

заграничная гостиница сети – Caribe Hilton Hotel. С этого момента Hilton стала первой в мире международной сетью отелей. В Латинской Америке отели цепи находятся в 14 странах [46].

В 1920–1930-х годах возникли 2 международных гостиничные цепи – Marriot International и Choice International. Международная гостиничная цепь Marriot International управляет отелями в 18 странах Латинской Америки [52].

В 1940-х годах появилась международная гостиничная цепь Best Western International в США. В Латинской Америке отели представлены в 10 странах.

В 1950-х годах появляются 3 международных гостиничных цепи: Meliá Hotels International в Испании, Hyatt Hotels Corporation и Omni Hotels & Resorts в США. В странах Латинской Америки отели гостиничной цепи Meliá Hotels International представлены в 6 странах, отели Hyatt Hotels Corporation находятся в 16 странах, отель Omni Hotels & Resorts в Мексике [48, 54, 59].

1960-е годы характеризуются появлением 6 международных цепей: Four Seasons Hotels and Resorts в Канаде, Blackstone Group, Radisson Hotel Group и Wyndham Hotels and Resorts в США, Mandarin Oriental Hotel Group в Китае, Accor во Франции.

В 1970-х на гостиничный рынок выходят 2 международных гостиничные цепи: Red Roof Inn в США, Belmond Limited на Бермудских островах, NH Hotel Group в Испании. В Латинской Америке отели Red Roof Inn представлены в 4 странах, Belmond Limited в 3 странах, NH Hotel Group в 9 странах [55, 57].

В 1980–1990-х годах появляются гостиничные цепи: Aman Resorts и Banyan Tree Holdings в Сингапуре. Отель гостиничной цепи Aman Resorts находится только в Доминиканской Республике, а отели Banyan Tree Holdings расположены на Кубе и в Мексике.

В 2000-х годах появляются 4 гостиничных цепи: Lifestyle Holidays Group в Доминиканской Республике, InterContinental Hotels Group в Великобритании, Rosewood Hotels Group в Китае, OYO в Индии. В Латинской Америке отели гостиничной цепи InterContinental Hotels Group

находятся в 19 странах, Rosewood Hotels Group представлены в 2 странах – Бразилии и Мексике [49, 58].

Целесообразно будет рассмотреть долю каждого этапа развития в процентном соотношении (см. рисунок 5).

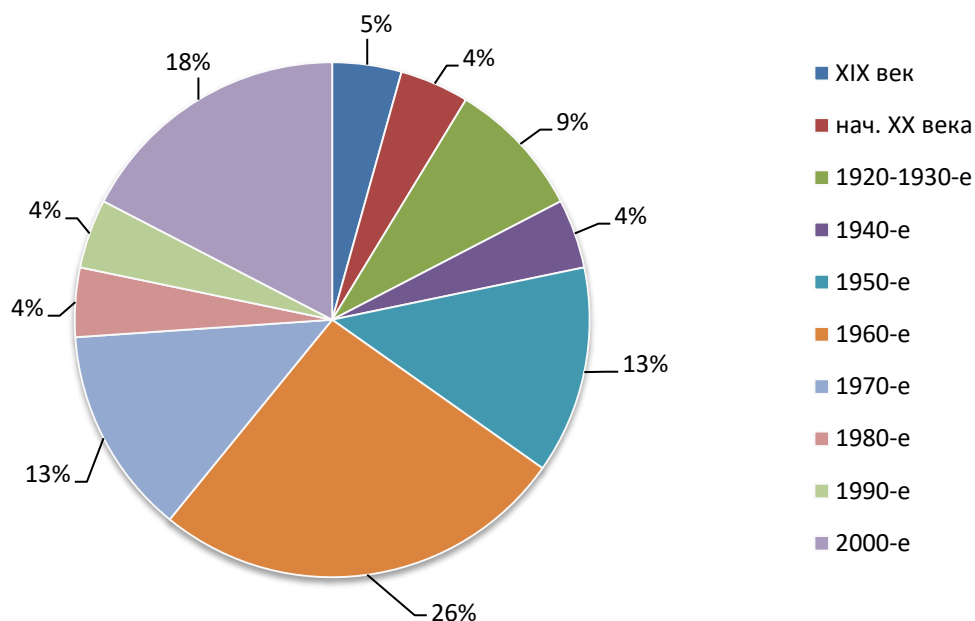


Рисунок 5 – Этапы развития международных гостиничных цепей, присутствующих в странах Латинской Америки

Опираясь на рисунок, мы видим, что пик появления международных гостиничных цепей приходится на 1960-е и составляет 26% от общего числа гостиничных цепей.

На 1920–1930-е годы приходится 9% (2 гостиничные цепи), на остальные периоды приходится по 4%.

1950-е и 1970-е годы характеризуются появлением 3х гостиничных цепей на каждом этапе, что составляет 13% от общего числа.

В 2000-е годы происходит появление 4 гостиничных цепей, на долю которых приходится 18%.

На основании классификации, представленной Г.М. Амосовой [27], историю международных гостиничных цепей, которые впоследствии пришли на рынок

Латинской Америки, можно разбить на несколько этапов. Основные этапы и характеристика указаны в таблице 5.

Таблица 5 – Периоды развития гостиничных цепей по Г.М. Амосовой

Этап	Период	Характеристика этапа
I	конец XIX в. – до начало II Мировой войны	Формирование первых национальных гостиничных сетей
II	после окончания II Мировой войны – до 70-х гг. XX в	Экспансия американских компаний на международный рынок гостиничных услуг в тесном сотрудничестве с авиакомпаниями
III	70-е и 80-е годы XX в.	Выход европейских компаний на международный уровень
IV	90-е годы XX в. по настоящее время	Постепенное снижение доли американских гостиничных сетей на мировом рынке гостиничных услуг и появление на международной арене азиатских, австралийских и латиноамериканских компаний

Сравним этапы, приведенные Г.М. Амосовой и составленные на основе официальных сайтов гостиничных цепей. Гостиницы, управляющиеся из единого центра, появились еще в конце XIX века. Однако в начале этот феномен управления не получил широкого распространения. На первом этапе развития в Европе появляется старейшая гостиничная цепь Kempinski. Более активное распространение гостиничных цепей происходит после окончания II Мировой войны. Второй период характеризуется тем, что на гостиничный рынок выходят американские гостиничные цепи, такие как Best Western International, Hyatt Hotels Corporation, Omni Hotels&Resorts, Blackstone Group, Radisson Hotels Group, Wyndham Hotels&Resorts. С тех пор США удерживают лидирующие позиции по количеству отелей, которые принадлежат к определенной гостиничной сети. Выход европейских гостиничных цепей приходится на третий этап, возникновение таких компаний, как NH Hotel Group, Aman Resorts. В начале 1980-х годов возникла необходимость в новой рыночной стратегии в гостиничном бизнесе. Четвертый этап характеризуется выходом на рынок азиатских, австралийский и латиноамериканских компаний, в этот период происходит

появление гостиничных цепей Lifestyle Holidays Group, Rosewood Hotel Group, OYO.

Таким образом, по мере развития гостиничные цепи претерпели значительные изменения, выражающиеся в различиях размеров цепей и сложности их структур. Особенно бурно процесс развития цепей проходил в 1950-1960-х годах. В настоящее время для гостиничной индустрии характерно все большее укрупнение ведущих международных гостиничных сетей. Компании хотят создавать портфели брендов гостиничных сетей, чтобы удовлетворять потребности разных категорий потребителей.

1.3 Системы классификации индустрии гостеприимства в странах Латинской Америки

Исторически сложилось, что системы классификации отелей были разработаны для обеспечения безопасного и надежного проживания и питания путешественников. С беспрецедентным ростом международного туризма за последние пятьдесят лет, когда гостиничный бизнес приобрел статус зрелой индустрии, акцент сместился с защиты потребителей (как правило, гарантируется национальными правилами и законодательством) на информацию для потребителей. Сегодня стандартизация и конкурентоспособный маркетинг гостиничных услуг для иностранных клиентов и профессионалов в сфере туризма стали движущей силой для создания местной или национальной системы классификации гостиниц.

В практике международного гостиничного бизнеса на сегодняшний день существуют различные подходы к проведению классификации гостиниц и аналогичных средств размещения. Несмотря на многообразие различных систем классификации, в целом, любая из них направлена на обеспечение качества предоставляемых услуг.

С развитием гостиничной отрасли в ней происходили соответствующие институциональные изменения. Постепенно появлялись институты, которые

содействовали классификации гостиниц и стандартизации предлагаемого ими набора услуг, который уже в начале XX века рассматривались, как экономическая необходимость. Так при увеличении числа гостиниц, принадлежащих одной компании для повышения эффективности работы, было просто необходимо стандартизировать процессы, чтобы осуществить передачу наиболее удачных решений [37].

Собственный подход к классификации гостиниц имеют гостиничные цепи (сети). Обычно в них выделяются не категории, а марки, распространяющиеся на все гостиницы конкретной цепи. В каждой марке может учитываться не только уровень комфорта, но и назначение, месторасположение и некоторые другие критерии.

Классификация отелей – это ранжирование отелей, обычно с использованием номенклатуры, например звезд (или бриллиантов), где одна звезда обозначает основные удобства и стандарты комфорта, а пять звезд – роскошь в сфере услуг и услуг. Цель состоит в том, чтобы заранее проинформировать будущих гостей о том, что можно ожидать, чтобы сократить разрыв между ожиданием и реальностью. Термины «оценка», «рейтинг», «классификация» и «звездный рейтинг» используются для обозначения одной и той же концепции, то есть для ранжирования отелей по их оснащению и стандартам [60].

Также, классификация отелей может предоставить полезные маркетинговые платформы для отдельных отелей и мест назначения, желающих повысить качество гостиничного продукта.

В разных странах предусмотрены разнообразные механизмы проведения аттестации гостиниц, по результатам которой определяется класс гостиницы. Это объясняется рядом факторов, связанных, прежде всего с различиями экономического, культурного, исторического уровней развития государств, осуществляющих туристскую деятельность, их национальными особенностями; различиями в подходах к оценке качества обслуживания. Например, в англо-американской правовой семье классификация гостиниц осуществляется посредством добровольной аттестации, которую либо поощряет, либо

не поощряет правительство, и которая в свою очередь контролируется профессиональными организациями сферы гостеприимства.

По данным Международной Ассоциации Гостиниц и Ресторанов (IH&RA), официальные системы классификации гостиниц по критерию «качество оказываемых услуг» приняты только в 64 странах, в 11 странах – находятся на стадии разработки, а в 58 странах нет единой системы классификации. В мире действует более 30 различных систем классификации по критерию «ассортимент и качество» предоставляемых гостиничных услуг [14].

Рассмотри системы классификации гостиниц в самых крупных странах Латинской Америки.

Мексика является одной из главных туристских дестинаций в мире. В 2011 году Генеральная дирекция по совершенствованию регулирования Министерства туризма (Direccion General de Mejora Regulatoria de la Secretaria de Turismo) совместно с Национальным советом по науке и технике (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnologia, Conacyt) и Центром высших исследований в области туризма (Centro de Estudios Superiores en Turismo, Cesur) создали систему классификации гостиниц (Sistema de Clasificacion Hotelera, SHC), которая регулируется Министерством туризма. Система направлена на продвижение и повышение производительности труда, а также улучшение доступности и устойчивости гостиничных услуг. Благодаря ей гостиничные услуги были упорядочены и стандартизированы. До ее появления отельеры сами определяли свою категорию, при этом не существовало единых критериев, не учитывалось качество и количество предоставляемых услуг. Система предусматривает категории от половины звезды до пяти звёзд (от 30 до 130 баллов – половина звезды; максимальное количество баллов от 1171 до 1300 – пять звёзд).

Средства размещения категория «половина звезды», «одна звезда», и «полторы звезды» предлагают своим гостям только самое необходимое, маленькие и простые комнаты, кровать, стол, стул и ванная, без услуг развлечения. Средства размещения категорий «две звезды» и «две с половиной звезды» располагают более просторными комнатами, предприятиями питания

с базовым меню и ограниченным временем работы, а также базовые услуги. Средства размещения категорий «три звезды» и «три с половиной звезды» имеют большие комнаты, которые могут включать кресло, стол, телевизор, телефон и удобную ванную комнату. Средства размещения «четыре звезды» и «четыре с половиной звезды» имеют большие комнаты с хорошим оформлением (в том числе номера люкс), предлагают такие аксессуары, как уют, фен, шкаф, телевизор с платными программами, услуги обслуживания номеров, прачечную, бизнес-центры, магазины и развлекательные заведения. Средства размещения категории «пять звезд» предполагают исключительные удобства и услуги, наличие высококвалифицированного персонала. В них есть один или несколько бассейнов, тренажерный зал, иногда с инструкторами, различные рестораны с изысканной кухней и живой музыкой, детские развлекательные заведения и другие услуги [4, 33].

В Бразилии имеется более 18 тыс. средств размещения, большая часть которых расположена в юго-восточных районах страны. Система классификации гостиниц в Бразилии, которой дали название SBClass, была принята в рамках подготовки к Олимпийским играм 2016 года и Чемпионату мира по футболу 2014 года. Система классификации средств размещения (SBClass) была разработана путем широкого сотрудничества между Министерством Туризма, Inmetro, Бразильское Общество Метрология – SBM и гражданского общества, и принят в качестве стратегии для страны, повышения конкурентоспособности отрасли.

SBClass установил определенные категории для каждого типа. Система выделяет семь видов гостиниц в Бразилии: отель (hotel) – от 1 до 5 звезд, ранчо-отель (hotel-fazenda) – от 1 до 5 звезд, исторический отель (hotel historico) – от 3 до 5 звезд, гостиница (pousada) – от 1 до 5 звезд; апартаменты (apart hotel) – от 3 до 5 звезд, курорт (resort) – от 4 до 5 звезд, хостел (casa&cafe) – от 1 до 5 звезд. Традиционная классификация по шкале от одной до пяти звезд при этом сохраняется, однако новая система определяет более строгие критерии оценки четырех- и пятизвездочных отелей [38].

Куба является лучшим местом для отдыха во всем Карибском бассейне. Уровень сервиса на Кубе определяется по международной системе классификации, согласно которой отели подразделяются на 5 категорий: от 1 до 5 звезд. На сегодняшний день 72% всех гостиничных мест относятся к категориям 4 и 5 звезд (из них $\frac{3}{4}$ пляжные отели). Трех- и двухзвездочные отели почти не пользуются спросом у туристов. Однако стоит отметить, что в гостиницах 4 и 5 звёзд уровень сервиса ниже, чем в гостиницах такой же категории соседних стран Карибского бассейна.

Гостиничный сектор Аргентины достаточно разнообразен и представлен практически всеми типами средств размещения – от общежитий и молодёжных гостиниц до пятизвёздочных отелей. В Аргентине действует государственная система классификации, регулируемая Национальным законом № 18828/70, который отражает основные нормы и Постановлением № 1818/76, которое содержит минимальные требования к средствам размещения всех типов. Эти нормативные документы действуют на территории всей страны и предусматривают необходимость прохождения обязательной классификации всеми средствами размещения и внесения их в Национальный реестр. Средствам размещения, не прошедшим процедуру классификации, запрещается именоваться отелями, хостелами и т.д. Согласно Постановлению № 1818/76, средства размещения делятся на три категории: хостел – от 1 до 3 звёзд, мотель – от 1 до 3 звёзд, отель – от 1 до 5 звёзд. Гостиничное предприятие любого типа может занимать целое здание или его часть с отдельным входом. Для каждого класса предусмотрены свои особые требования.

В Колумбии из-за последнего правительственного закона о реформе туризма в 1996 году, нет официальной системы классификации отелей. Некоторые отели имеют классификацию по европейской системе оценки. Качество сервиса в них соответствует заявленному уровню, за чем следит официальная колумбийская ассоциация гостиниц (COTELCO).

Коста-риканский совет по туризму ICT классифицирует средства размещения по 5-балльной системе («звезды»), которая была разработана в 1998 году

в сотрудничестве с «Menlo Consulting Group» из США. Классификация используется для определения уровня качества и конкуренции на региональных рынках. Они заинтересованы в реформировании действующей системы классификации гостиниц, внедрении норм ISO 9001–2000 для детальной оценки качества обслуживания гостей, а также качественной документации, разработанной предприятием.

В Чили национальная система классификации гостиниц, утвержденная Советом по туризму [4].

Процедуру классификации проводят аккредитованные организации, либо правительственные органы. В таблице 6 представлены страны, категория средств размещения и профессиональные организации [60].

Таблица 6 – Классификация средств размещения

Страна	Отели	Апарт-отели	Мотели	Другие средства размещения	Профессиональная организация
Аргентина	+	+	+		Местное правительство
Бразилия	+				Национальный Консалтинг и региональные комитеты
Чили	+	+	+		Национальная туристическая служба
Коста-Рика	+	+		+	Институт туризма Коста-Рики
Куба	+	+	+	+	Министерство туризма
Перу	+	+		+	Национальный совет по туризму
Мексика	+	+	+	+	Министерство туризма

Таким образом, активизация процесса классификации гостиничных предприятий должна способствовать развитию и дальнейшему совершенствованию туристской инфраструктуры региона, поскольку является одним из главных инструментов обеспечения повышения качества предоставляемых услуг и привлекательности региона.

Выводы по главе один

В ходе работы были изучены основные подходы к изучению мирового гостиничного рынка, а также был проведен анализ присутствия международных и национальных гостиничных цепей в странах латиноамериканского региона. Теоретическая база по вопросам изучения гостиничной индустрии представлена достаточным количеством различных научных работ. На сегодняшний день исследованием отельной базы, а именно национальных и международных гостиничных цепей в странах Латинской Америки занимались лишь поверхностно и именно поэтому, на основании официальных сайтов гостиничных цепей, а также Интернет-источников Free Hotel Guide и List of chained brand hotels, нами была разработана база данных в Excel, благодаря которой нам удалось узнать количественную и процентную характеристику национальных и международных гостиничных цепей. Опираясь на базу данных, мы выявили, что на сегодняшний день в странах Латинской Америки представлено в общей сложности 2736 отелей гостиничных цепей. На долю международных приходится 63%, т.е. 1723 отеля, в то время как на национальные гостиничные цепи приходится 37% и составляет 1013 отелей. Международные и гостиничные цепи представлены в основном в таких странах, как Бразилия, Мексика, Аргентина, Колумбия.

Гостиничные сети играют важную роль в развитии индустрии гостеприимства. Они позволяют продвигать высокие стандарты обслуживания на мировом рынке, а также способствуют поддержке гостиничных услуг для туристов. Гостиничные объединения способствуют распространению и значительному повышению уровня организации производства и обслуживания туристов, созданию определенного имиджа гостиничных услуг, встретившись с которыми в другой стране турист чувствует себя почти как дома, знакомым и комфортным.

Для того чтобы поддерживать сервис гостиничных объединений должным образом, существует международная система классификация гостиниц, которая ранжирует отели по звёздности. Собственные системы классификации имеют

некоторые страны Латинской Америки. Разработка национальных систем классификации опирается на международную систему классификации.

Также была рассмотрена история гостиничных цепей, присутствующих в странах Латинской Америки. Первые гостиничные цепи появились еще в конце XIX века и до сих пор занимают лидирующее положение на гостиничном рынке. В Латинской Америке первой международной гостиничной цепью является Hilton, которая открыла первый отель в Пуэрто-Рико в 1949 году.

В странах Латинской Америки существует определенная градация объектов индустрии гостеприимства. Здесь мирно уживаются объекты мировых гостиничных цепей и национальные гостиничные цепи. Причем, в международных гостиничных цепях классификация средств размещения очень четка и единая на всех странах и континентах. Национальные системы классификаций довольно специфичны и затрагивают различные уровни предприятий гостеприимства. Ведущим стимулом поддержания качества услуг и стремления к их превосходству по сравнению с мировыми гостиничными цепями способствуют улучшению качества национальных гостиниц и повышению их конкурентоспособности как в отдельно взятых странах, так и в странах латиноамериканского региона.

2 АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ СТРАН ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ

2.1 Модель формирования гостиничной индустрии в странах Латинской Америки

Индустрия гостеприимства в разных частях мира имеет свою историю, путь и темп развития. Рынки США и Европы являются самыми старыми и обширными, имеют огромное количество различных представителей гостиничной индустрии. Такие рынки как Азиатский, Африканский, Ближневосточный и рынок Латинской Америки являются более молодыми и находятся в стадии развития. Поэтому на рынках существует большое различие в системах индустрии гостеприимства [22].

Базовые принципы гостиничного дела, практикуемые в той или иной стране мира, едины для подавляющего большинства средств размещения в пределах данной страны, отчего формируют в своей совокупности общую модель гостеприимства. Существуют четыре модели гостеприимства, которые обозначаются в соответствии с географической привязкой.

Европейская модель ориентирована на поддержание высокой репутации заведения за счет стремления к индивидуализации подхода к клиентам. Европейское гостеприимство характеризуется следующими признаками: наличие гостиничных предприятий самых разнообразных классов и категорий; сравнительно низкая вместимость номерного фонда, что обуславливает достаточно высокую индивидуализацию при обслуживании постояльцев; стремление к известности, популярности, поддерживаемой высококачественным обслуживанием; особый подход в гостям отеля. Номера сделаны комфортными, но без лишней роскоши.

Азиатская и европейские модели резко отличаются друг от друга. Для сервиса типичных отелей азиатской модели характерны такие признаки, как роскошное убранство и излишний простор. Отели характеризуются следующими признаками: высокий уровень вместимости, большая площадь у номеров

и общественных помещений, роскошь интерьера, приверженность системе обслуживания «Все включено».

Американскую модель гостеприимства, присущую Соединенным Штатам Америки, выделяет смешение стилей и подходов, применяемых в европейской и азиатской моделях. Так, в центрах крупнейших американских городов распространены отели класса «люкс», отвечающие требованиям типичных европейских гостиниц (стиль, небольшие размеры, индивидуальное обслуживание). С другой стороны, основные курорты и туристские центры страны застроены отелями, внешне и внутренне напоминающими азиатские (большая вместимость, роскошь и огромная развитая инфраструктура).

Восточноевропейская модель гостеприимства по своему содержанию является американской, но реализованной в Восточной Европе и России [3, 7].

Это далеко не единственная модель гостиничной индустрии, также существует, к примеру, модель организации сетевого бизнеса в гостиничном хозяйстве. Для эффективного развития и продвижения гостиничного предприятия необходимо выбрать ту форму и модель управления, которые будут являться экономически рациональными и эффективными [7].

В контексте нашего исследования была разработана модель формирования гостиничной индустрии в странах Латинской Америки (см. рисунок 6).



Рисунок 6 – Модель гостиничной индустрии в странах Латинской Америки

Как показано на рисунке 6 модель гостиничной индустрии в странах Латинской Америки включает в себя пять блоков: целевой, методологический, содержательно-технологический, организационно-технологический, а также результативный.

Рассмотрим сущностную характеристику каждого блока. Целевой блок включает цель, задачи и предполагаемый результат. Заключается в создании целенаправленной системы управления, ориентированной на решение общей задачи – организации производства той продукции, в которой в данное время нуждается потребитель. Цель – завоевание большей ниши рынка за счет постоянного улучшения качества поставляемой продукции, поиска новых каналов реализации и правильной дифференциации сегментов рынка.

Методологический блок состоит из 3 компонентов: подходы, принципы, методы. Можно выделить следующие подходы: геоисторический, экономический и квалиметрический. Геоисторический подход характеризуется исследованием появления гостиничного предприятия на определенной территории региона. Экономический подход важен с точки зрения формирования спроса и предложения, а также других экономических факторов. Квалиметрический подход отражает качественные характеристики в гостиничной индустрии, например, качество обслуживания [15].

Следующий компонент – это принципы. Гостиничный рынок подчиняется следующим принципам: системность – каждая служба гостиничного предприятия выполняет свои определенные функции, важные для гостиничного предприятия в целом; целостность – завершенность гостиничного продукта; клиентоориентированность – получение доходов за счет формирования базы постоянных клиентов.

Конкурентоспособность гостиничного продукта – способность продукции быть более привлекательной для потребителя по сравнению с другими, благодаря лучшему соответствию своих качественных и стоимостных характеристик требованиям данного рынка и потребительским оценкам.

Методы делятся на маркетинговый анализ, сравнение и продвижение. Маркетинговый анализ изучает рынок гостиничных и туристских услуг позволяет не только получить представление о текущем положении дел в отрасли того или иного региона, но и является одним из существенных аспектов при рассмотрении проектов строительства новых отелей и других гостиничных объектов. Мониторингу и последующему исследованию при проведении анализа рынка подвергаются: уровень туристических и деловых потоков, степень развития гостиничного рынка, появление новых отелей, динамика основных показателей работы отелей, в том числе загрузки номерного фонда, текущее положение дел у основных конкурентов на рынке гостиничных услуг региона, характеристика спроса и предложения.

Метод сравнения позволяет оценить работу гостиничного предприятия, определить отклонения от плановых показателей, установить причины их возникновения и выявить имеющиеся резервы. Метод продвижения заключается в комплексе маркетинговых мероприятий, целью которых является увеличение доли гостиничного предприятия на рынке. Например: информирование об услугах, создание престижного образа, поддержание популярности услуги, доведение положительной информации о гостиничной организации.

Содержательно-технологический блок состоит из факторов и типологии гостиничной индустрии. Факторы бывают эндогенные и экзогенные. Внешние (эндогенные) определяются воздействием компонентов окружающей действительности, не связанных с функционированием индустрии гостеприимства. К эндогенным относятся социально-экономические факторы, которые определяют тенденции и динамику развития гостиничного и ресторанного бизнеса (темпы экономического роста, размеры доходов потребителей и их платежеспособность); культурно-исторические факторы отражают богатство материальной и духовной культуры народов и включают памятники архитектуры; территории, связанные со знаменательными событиями

истории, что способствует увеличению туристского потенциала рениона. Одним из важных факторов, влияющих на развитие гостиничной индустрии, является экологический, определяющий, насколько потребитель удовлетворен отдыхом, через ощущение комфортности, атмосферы гостеприимства, безопасности и благотворного оздоравливающего воздействия [29].

Внутренние (экзогенные) факторы непосредственно связаны с особенностями организации и функционирования предприятий индустрии гостеприимства. К экзогенным факторам относятся: организационно-производственные, финансовая стабильность, кадровая обеспеченность. Организационно-производственные факторы гостиничного предприятия характеризуется совокупностью рабочих мест, должностей органов управления и производственных подразделений, форм их взаимосвязей, обеспечивающих достижение стратегических целей предприятия. Финансовая устойчивость гостиничного предприятия обуславливается совокупностью всех факторов и сил внешней рыночной среды, присущей основной массе предприятий сферы гостеприимства. Кадровая обеспеченность зависит не только от качества и количества кадрового состава, но и от способности реализации потенциала (знаний, умений и навыков) каждого работника для достижения стратегических целей гостиничного предприятия [40].

В зависимости от того, как на рынок индустрии гостеприимства влияют эндогенные или экзогенные факторы, они позволяют определять типологию гостиничных объектов. Типология гостиничной индустрии состоит из международных гостиничных цепей (МГЦ), национальных гостиничных цепей и независимых гостиниц. Практически все гостиничные цепи имеют в своём портфеле бренды, которые различаются по категории и классам.

Организационно-технологический блок состоит из 2 составляющих: этапы формирования и выбор экономической стратегии. Подготовительный этап заключается в маркетинговом исследовании, на основании которого определяется ценовая категория отеля, рассчитывается общий срок окупаемости инвестиций,

уровень рентабельности. Далее идет организационный этап, во время которого выбирается стратегия управления гостиничным предприятием и запуск отеля.

На гостиничном рынке Латинской Америки присутствуют следующие стратегии управления гостиничным бизнесом: управление по контракту, франчайзинг, строительство нового отеля, ребрендинг, приобретение готового бизнеса, слияние и разделение.

Контрактное управление гостиницей – способ ведения гостиничного бизнеса, предполагающий заключение контракта между владельцем предприятия и компанией, главным направлением деятельности которой является профессиональное управление гостиницами на данном сегменте рынка [20].

По контракту франчайзинга компания (франчайзер) передает свои права на использование торговой марки, системы маркетинга, сбыта и централизованного резервирования номеров, системы управления операциями франчайзиату, который подчиняется управленческим критериям франчайзера, поддерживает его стандарты обслуживания и комфорт.

Строительство нового отеля начинается с оценки местоположения, земельного участка, имеющихся коммуникаций, прилегающих зданий и рельефа. Затем проводится маркетинговое исследование, на основании которого формируется будущая концепция отеля [18].

Ребрендинг – это комплекс процедур, влекущих за собой глубокие изменения идеологии бренда, которые в свою очередь влекут изменения во всех его коммуникациях – от упаковки до рекламных материалов, осуществляемых с целью поддержания потребительской лояльности и повышения конкурентоспособности организации.

Приобретение готового бизнеса – это покупка готового функционирующего предприятия.

Слияние – форма управления, в результате которой происходит объединений гостиничных предприятий (брендов), а разделение характеризуется желанием гостиничного предприятия выйти из гостиничного объединения.

Рассмотренные стратегии позволяют разобрать три важных элемента индустрии гостеприимства в странах Латинской Америки: концентрация – гостиничные предприятия концентрируются через создание союзов или ассоциаций, не нарушающих их юридическую самостоятельность; диверсификация – расширение ассортимента услуг для поддержания конкурентной способности предприятия.

Заключительным этапом формирования гостиничного объекта выступает запуск отеля, который включает формирование организационной схемы отеля, подбор оборудования, подбор и обучение персонала, стандартизацию деятельности служб.

Результативный блок является конечным и состоит из четырех компонентов: сегментация рынка гостиничных услуг, создание конкурентной среды, новые бренды и гостиничные продукты, реструктуризация рынка номерного фонда.

Сегментация рынка гостиничных услуг – процесс деления рынка на разные группы потребителей, для каждой из которых могут требоваться отличающиеся продукты или маркетинговые комплексы.

В условиях конкурентной среды каждая гостиница заинтересована в том, чтобы добиться приемлемого объема производства и реализации своих услуг, и тем самым, завоевать свое место на туристическом рынке.

Новые бренды и гостиничные продукты представляют собой появление новых гостиничных объектов, которые будут удовлетворять потребности разных категорий потребителей, а реструктуризация направлена на улучшение качества оказываемых услуг.

Таким образом, разработанная нами модель гостиничной индустрии в странах Латинской Америки, состоящая из пяти блоков представляет собой универсальное формирование гостиничных услуг, в результате предметом которой выступают гостиничные объекты нового типа и качества.

2.2 Характеристика рынка гостиничных услуг в странах Латинской Америки

А.Л. Лесник, И.П. Мацицкий, А.В. Чернышев дают следующее определение понятию «Гостиничная цепь» – группа гостиниц, объединенных друг с другом и рассматривающийся как одно целое. Характеризуется общим руководством, общей концепцией продвижения продукта и общей торговой маркой. Владелец гостиничной цепи может быть собственник гостиниц (частное лицо или компания, приобретшее гостиницы в собственность), а также компания, заключившая с гостиницами контракт на управление или франчайзинговое соглашение [5].

Почти все самые важные международные цепи отелей присутствуют в Латинской Америке и Карибском бассейне, но не во всех странах. В таблице представлена ключевая статистика Латинской Америки и Карибского бассейна на основании данных отчёта Horwath NTL за 2016 год (см. таблицу 7).

Таблица 7 – Ключевая статистика ЛАКБ 2016 г.

Общее количество гостиничных цепей	156
Гостиничные цепи Латинской Америки и Карибского бассейна	96
США, европейские и азиатские гостиничные цепи в регионе	60
Общее количество гостиничных брендов	416
Латиноамериканские и Карибские гостиницы	224
США, европейские и азиатские гостиничные бренды	192
Отели входящие в цепи	3 475
Латиноамериканские и карибские бренды	1 339
Количество номеров США, европейских и азиатских брендов	612 398
Количество номеров Латиноамериканских и карибских брендов	198 348

Из таблицы можно видеть, что количество международных гостиничных цепей преобладает в регионе – 96 международных цепей и 60 – национальных.

Что касается номерного фонда, то количество номеров международных цепей в значительном количестве превышает номерной фонд национальных цепей. Оно составляет 612 398 номеров, принадлежащих международным гостиничным цепям, тогда как национальные сети обладают 198 348 номерами в регионе.

В таблице 8 представлены крупнейшие гостиничные цепи Латинской Америки и Карибского бассейна за 2016 год.

Таблица 8 – Ёмкость МГЦ в странах ЛАКБ 2016 г.

№	МГЦ	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Accor Hotels	311	49 326
2	Marriott International	227	49 259
3	InterContinental Hotels Group	225	38 323
4	Wyndham Hotel Group	199	24 762
5	Grupo Posadas	145	23 102
6	Hilton Worldwide	115	22 576
7	Meliá Hotels International	54	22 082
8	RIU Hotels & Resorts	38	21 419
9	AM Resorts	50	18 481
10	Barceló Hotels & Resorts	48	15 151

Из таблицы видно, что на долю гостиничной цепи Accor приходится самое большое количество гостиничных отелей и номеров в Латинской Америки, за которым следует Marriott International. К 2016 году Accor Hotels стала ведущей гостиничной сетью в Латинской Америке и Карибском бассейне с 49 326 номерами. По состоянию на 30 июня 2019 года портфель Accor насчитывал 58 937 номеров, в то время как Marriott насчитывал 22 709 номеров. Компании также ведут разработку новых 19 877 отелей и 8389 номеров. Рассмотрим рейтинг брендов по классу отелей (см. таблицу 9).

Таблица 9 – Рейтинг гостиничных брендов по классу отелей

	Бренды	Кол-во отелей	Кол-во номеров
Budget & Economy	ibis	141	20 664
	ibis Budget	25	5 542
	One	40	4 990
	Intercity	26	3 668
	Club Amigo	7	2 386
	Nacional Inn	18	1 959
	City Express Junior	16	1 771
	ibis Styles	13	1 764
	Hesperia	4	1 186
	Plaza Inn Hotéis	12	1 076
	Midscale & Upper Midscale	Holiday Inn	82
Holiday Inn Express		79	10 365
Mercure		69	9 513
Fiesta Inn		66	9 403
Barceló Hotels		23	8 840
City Express		77	8 699
Hotusa Hotels		110	6 705
Courtyard by Marriott		36	6 160
Quality		40	5 433
Hampton by Hilton		41	5 386
Upscale & Upper Upscale	Meliá	33	11 909
	Hilton Hotels & Resorts	31	9 936
	Sheraton Hotels & Resorts	36	9 548
	Marriott Hotels & Resorts	30	8 583
	RIU Classic hotels	15	8 513
	Wyndham	38	7 677
	Bahía Principe	10	6 819
	Dreams Resorts & Spas	14	6 060
	Iberostar Premium	13	5 946
	Secrets Resorts & Spas	14	5 556
Luxury	InterContinental Hotels & Resorts	25	6 796
	RIU Palace Hotels	14	6 724
	Paradisus	13	6 250
	Palace Resorts	9	5 690
	Luxury Bahía Principe	10	4 641
	Iberostar Premium Gold	10	4 530
	Sandals Resorts	15	4 062
	JW Marriott	13	3 342
	Royalton Luxury Resorts	6	2 415
	BE Live Collection	3	2 359

Все три крупнейших бренда в регионе подпадают под Accor: Ibis (141 отель), Ibis Budget (25 отелей) и Mercure (69 отелей). Больше всего отелей брендов международных гостиничных цепей находятся в классе Budget & Economy.

Рассмотрим подробнее гостиничную индустрию в странах Латинской Америки (см. таблицу 10).

Таблица 10 – Характеристика гостиничных цепей в странах Латинской Америки

Страна	Кол-во отелей ГЦ	Кол-во номеров в ГЦ	Среднее кол-во номеров в отелях ГЦ	Охват отелей в %	Охват номеров в %	Общее кол-во брендов	Нац. бренды	Междунар. бренды
Аргентина	247	22 419	91	8,5	19,2	67	30	37
Бразилия	805	131 727	164	11,3	33,4	128	59	69
Чили	132	15 239	115	8,2	34	43	12	31
Колумбия	240	25 697	107	2,5	30,3	69	20	49
Доминик. республика	127	50 960	401	16,5	68	68	8	60
Эквадор	38	4 756	125	0,7	4,7	25	1	24
Мексика	1 125	209 030	186	8,6	28,4	181	57	124
Перу	123	11 15	91	4,3	14,8	44	8	36

В данной таблице отражены данные об общей численности гостиничных цепей в странах региона, также их номерной фонд и количество брендов по странам региона.

В Аргентине международные гостиничные бренды составляют 11,6% номерного фонда и сосредоточены в основном в Буэнос-Айресе. Национальные сети демонстрируют умеренный рост, в основном на вторичных рынках, и в среднем до 100 номеров. Международные гостиничные цепи, присутствующие в Аргентине представлены в таблице 11.

Таблица 11 – Международные гостиничные цепи в Аргентине

№	Международные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Wyndham Hotel Group	53	3 476
2	Marriott International	12	2 324
3	NH Hoteles	15	2 212
4	Accor Hotels	11	1 485
5	InterContinental Hotels Group	7	1 148
6	Hilton Worldwide	3	570
7	Grupo Hotusa	10	519
8	Hyatt Hotels	2	351
9	Exe Hotels	2	303
10	Meliá Hotels International	2	266

Исходя из данных представленных в таблице, мы видим, что Wyndham Hotel Group является гостиничной цепью с самой большой отельной базой 53 отеля. Рассмотрим национальные гостиничные цепи Аргентины в таблице 12.

Таблица 12 – Национальные гостиничные цепи в Аргентине

№	Национальные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Amérian Hoteles	21	1 878
2	Álvarez Argüelles	10	834
3	Alvear Hotels & Residences	4	819
4	AADESA Hotel Management	12	632
5	Hoteles Panamericano	3	628
6	Loi Suites Hoteles	5	544
7	Tremun Hoteles	7	504
8	San Remo Hoteles Internacional	9	503
9	Grupo Solans	5	493
10	Unique Hotels	7	474

Национальные цепи в Аргентине представлены в небольшом количестве, больше всего отелей у таких цепей, как Amérian Hoteles (21 отель), Álvarez Argüelles (10 отелей), AADESA Hotel Management (12 отелей).

Бразильский гостиничный рынок демонстрирует рост развития брендовых отелей на основных рынках. Сети отелей в Бразилии составляют около 11% от общего числа и 33% от общего числа номерного фонда [17]. Международные гостиничные сети имеют малое количество по сравнению с национальными брендами (см. таблицу 13).

Таблица 13 – Международные гостиничные цепи Бразилии

№	Международные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Accor Hotels	247	38 902
2	Choice Hotels International	59	8 279
3	Louvre Hotels	39	7 082
4	Wyndham Hotel Group	32	5 270
5	Marriott International	20	5 031
6	InterContinental Hotels Group	13	3 012
7	Meliá Hotels International	7	2 457
8	Vila Galé Hotéis	7	2 298
9	Grupo Hotusa	10	1 825
10	Best Western Hotels & Resorts	14	1 601

Исходя из данных представленных в таблице, мы видим, что Accor Hotels Group является гостиничной цепью с самой большой отельной базой 247 отелей. Рассмотрим национальные гостиничные цепи Бразилии в таблице 14.

Таблица 14 – Национальные гостиничные цепи Бразилии

№	Национальные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Nacional Inn Hotéis e	51	5 797
2	Windsor Hotéis	15	4 377
3	Chieko Aoki Management	23	4 367
4	Intercity Hotels	31	4 128
5	Allia Hotels	37	4 061
6	Transamérica Hospitality Group	23	3 843
7	Slaviero Hotéis	26	3 322
8	Bourbon Hotéis & Resorts	15	2 975
9	Nobile Hotéis	18	2 848
10	GJP Hotels & Resorts	15	2 412

Чили, являясь самым стабильным и прозрачным рынком в регионе, количество отелей в Чили продолжает расти, чему способствует доступ к долгосрочным кредитам и благоприятные рыночные условия [24]. Рассмотрим международные гостиничные цепи в Чили в таблице 15.

Таблица 15 – Международные гостиничные цепи Чили

№	Международные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Marriott International	10	1 951
2	InterContinental Hotels Group	9	1 579
3	Accor Hotels	8	1 300
4	Grupo Hotusa	16	635
5	Carlson Rezidor Hotel Group	6	600
6	NH Hoteles	4	499
7	Hilton Worldwide	3	490
8	Hyatt Hotels	2	470
9	Best Western Hotels & Resorts	3	420
10	Sonesta International Hotels	2	226

Marriott International является самой крупной международной гостиничной цепью в Чили с 1951 номерного фонда, за ней следует InterContinental Hotels Group – 1 579 и Accor Hotels – 1 300 номеров.

Таблица 16 – Национальные гостиничные цепи Чили

№	Национальные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Diego de Almagro Hoteles	25	3 932
2	Atton Hoteles	4	884
3	Panamericana Hoteles	6	653
4	Hoteles Plaza El Bosque	3	543
5	Tierra Hotels	4	207
6	Noi Hotels	6	191
7	RQ Grupo Hotelero	5	178
8	explora Hoteles	3	129
9	Tremo Hoteles Boutique	5	73
10	VO Hoteles	2	42

Из таблицы видно, что Diego de Almagro Hoteles является самой большой сетью в Чили с номерным фондом в 3 932 номеров.

Колумбия имеет относительно высокий уровень распространения гостиничных сетей. Из 69 представленных в настоящее время брендов более 70% являются международными. В результате Колумбия располагает значительным количеством отелей высокого качества и международных сетей, которые предоставляют отличный сервис. В таблице 17 представлены международные гостиничные в Колумбии.

Таблица 17 – Международные гостиничные цепи Колумбии

№	Международные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	InterContinental Hotels Group	13	2 202
2	Marriott International	12	1 981
3	Hilton Worldwide	13	1 793
4	NH Hoteles	15	1 700
5	Wyndham Hotel Group	11	1 402
6	Preferred Hotels & Resorts	7	1 264
7	Grupo Hotusa	20	1 053
8	Accor Hotels	4	656
9	Sonesta International Hotels	5	645
10	Carlson Rezidor Hotel Group	4	613

Исходя из данных видно, что Grupo Hotusa занимает лидирующее положение с 20 отелями и общим количеством 1053 номеров. В таблице 18 представлены национальные гостиничные цепи Колумбии.

Таблица 18 – Национальные гостиничные цепи Колумбии

№	Национальные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Estelar Hoteles	25	2 704
2	Decameron Hotels & Resorts	18	2 170
3	Hoteles Dann	13	1 650
4	GHL Hoteles	17	1 591
5	Movich Hotels	7	913
6	Hoteles MS	11	402
7	Bluedoors Aparment	5	309
8	Evoca Hoteles Boutique	13	225

Доминиканская Республика имеет самый большой номерной фонд на Карибах, что составляет около 75 000 номеров. Уровень распространения гостиничных номеров брендовых отелей составляет 68% от общего количества номеров [23]. Гостиничные номера принадлежат 68 брендам, из которых 88% являются международными, а остальные 12% относятся к национальным брендам (см. таблицу 19 и 20).

Таблица 19 – Международные гостиничные цепи Доминиканской Республики

№	Международные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Grupo Piñero	14	6 849
2	AM Resorts	14	6 750
3	RIU Hotels & Resorts	8	5 303
4	Be Live Hotels	6	3 777
5	Barceló Hotels & Resorts	9	3 218
6	Meliá Hotels International	6	3 118
7	Iberostar Hotels & Resorts	6	2 807
8	Catalonia Hotels & Resorts	6	2 682
9	Palladium Hotel Group	5	2 158
10	Hard Rock Hotels & Resorts	1	1 787

Из таблицы видно, что по количеству отелей и номеров лидируют две гостиничные цепи Grupo Piñero и AM Resorts , которые управляют 14 отелями.

Таблица 20 – Национальные гостиничные цепи Доминиканской Республики

№	Национальные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Amsha Marina Hotels & Resorts	4	1 049
2	Hodelpa Hotels & Resorts	6	830
3	Coral Hotels & Resorts	1	416
4	Karisma Hotels & Resorts	1	208

Общее количество номерного фонда в Эквадоре составляет 100 000, из которых только 5% составляют брендовые отели. Эквадор имеет один из самых низких уровней распространения гостиничных цепей на рынке Латинской Америки и Карибского бассейна. Международные игроки, Marriott International, Hilton Worldwide и Wyndham Hotel Group, лидируют на рынке, уделяя особое внимание средним и высококлассным сегментам [21]. Однако национальные гостиничные сети почти не представлены (см. таблицу 21 и 22).

Таблица 21 – Международные гостиничные цепи Эквадора

№	Международные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Marriott International	4	704
2	Hilton Worldwide	3	644
3	Wyndham Hotel Group	5	600
4	Decameron Hotels & Resorts	2	479
5	Accor Hotels	2	424
6	Grupo Hotusa	5	417
7	Best Western Hotels & Resorts	3	348
8	InterContinental Hotels Group	2	263
9	Hoteles Dann	1	210
10	NH Hoteles	1	112

Из таблицы видно, что количество отелей международных гостиничных цепей представлено в небольших количествах, в основном до 10 номеров. В таблице 22 представлены национальные гостиничные цепи Эквадора.

Таблица 22 – Национальные гостиничные цепи Эквадора

№	Национальные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Cialcotel Cadena Hotelera	3	130

В Эквадоре представлена лишь одна национальная гостиничная цепь Cialcotel Cadena Hotelera с 3 отелями.

Мексика является страной с самым высоким распространения гостиничных брендов в Латинской Америке и Карибском бассейне, и они продолжают расширять свои гостиничные предложения. Из 181 представленных брендов почти 70% являются международными (см. таблицу 23 и 24).

Таблица 23 – Международные гостиничные цепи Мексики

№	Международные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	InterContinental Hotels Group	136	21 288
2	Marriott International	79	14 608
3	AM Resorts	28	9 647
4	RIU Hotels & Resorts	17	9 265
5	Hilton Worldwide	49	7 914
6	Barceló Hotels & Resorts	24	7 785
7	Wyndham Hotel Group	42	6 274
8	Best Western Hotels & Resorts	59	4 456
9	Hyatt Hotels	15	4 438
10	Iberostar Hotels & Resorts	10	3 874

Из таблицы мы можем видеть, что больше всего отелей в Мексике у международной гостиничной цепи InterContinental Hotels Group, что составляет 136 отелей с общим количеством номеров 21 288. В таблице 24 представлены национальные гостиничные цепи Мексики.

Таблица 24 – Национальные гостиничные цепи Мексики

№	Национальные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Grupo Posadas	145	23 102
2	Cityexpress Hoteles	112	12 327
3	Grupo Real Turismo	40	6 638
4	Grupo Vidanta	23	6 070
5	Palace Resorts	8	4 985
6	Hoteles Misión	44	4 025
7	Oasis Hoteles & Resorts	10	3 590
8	Krystal Hotels & Resorts	13	3 573
9	The Villa Group	9	2 571
10	Brisas Group	8	2 529

Из таблицы видно, что Мексика обладает большим количеством национальных цепей, самой крупной по числу отелей и номерного фонда из которых является Grupo Posadas.

В Перу около 75 000 номеров. Это относительно низкий уровень распространения цепей. 15% от общего количества номерного фонда. Гостиничные номера принадлежат 44 брендам, из которых 82% являются международными [16] (см. таблицу 25).

Таблица 25 – Международные гостиничные цепи Перу

№	Международные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Marriott International	9	1 923
2	Wyndham Hotel Group	12	1 155
3	Accor Hotels	4	899
4	Hilton Worldwide	4	619
5	Decameron Hotels & Resorts	2	543
6	Sonesta International Hotels	6	469
7	Grupo Hotusa	11	378
8	Belmond Luxury Hotels, Trains & River Cruises	6	340
9	Atton Hoteles	1	252
10	Estelar Hoteles	3	248

Из таблицы видно, что по количеству отелей лидирует международная гостиничная цепь Wyndham Hotel Group, которая управляет 12 отелями. По количеству номерного фонда лидирует Marriott International с общим количеством номеров 1 923. В таблице 26 представлены национальные гостиничные цепи Перу.

Таблица 26 – Национальные гостиничные цепи Перу

№	Национальные гостиничные цепи	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Casa Andina Hoteles	27	2 080
2	Aranwa Hotels, Resorts & Spas	5	349
3	Libertador Hotels, Resorts & Spas	4	338
4	Inkaterra Hotels	6	308
5	Tierra Viva Hoteles	9	275

В соответствии с таблицей, в Перу по количеству отелей лидирует национальная гостиничная цепь Casa Andina Hoteles.

На Коста-Рике преобладают международные цепи, но их количество небольшое, чуть больше 8 тысяч номеров на всю страну (см. таблицу 27).

Таблица 27 – Международные гостиничные цепи Коста-Рики

№	МГЦ	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Marriott International	11	2 035
2	RIU Hotels & Resorts	2	1 239
3	InterContinental Hotels Group	6	1 090
4	Barceló Hotels & Resorts	4	1 023

Окончание таблицы 27

№	МГЦ	Кол-во отелей	Кол-во номеров
5	Hilton Worldwide	5	921
6	Wyndham Hotel Group	4	549
7	Best Western Hotels & Resorts	5	525
8	AM Resorts	1	447
9	Carlson Rezidor Hotel Group	3	419
10	Grupo Hotusa	6	304

А в Панаме преобладают международные цепи, но общее число номеров в цепях не превышает 12 тысяч (см. таблицу 28).

Таблица 28 – Международные гостиничные цепи в Панаме

№	МГЦ	Кол-во отелей	Кол-во номеров
1	Marriott International	13	3 367
2	Hard Rock Hotels & Resorts	1	1 463
3	RIU Hotels & Resorts	2	1 217
4	Hilton Worldwide	5	968
5	Decameron Hotels & Resorts	1	852
6	InterContinental Hotels Group	5	812
7	Carlson Rezidor Hotel Group	5	781
8	Wyndham Hotel Group	6	774
9	Faranda Hotels	4	663
10	Preferred Hotels & Resorts	2	635

Такие страны, как Боливия с одной гостиницей Radisson с 210 номерами и Hampton by Hilton с 72 номерами, Уругвай с Wyndham Hotel Group с 648 номерами и 2 гостиницы Hilton Worldwide с 462 номерами, Парагвай с Wyndham Hotel Group на 360 номеров, значительно отстают от остальных стран в регионе.

Таким образом, в регионе присутствует достаточное количество, как международных, так и национальных гостиничных цепей. Несмотря на то, что в регионе преобладают гостиничные цепи, Латинская Америка в международном туризме отстаёт от других регионов.

2.3 География международных гостиничных цепей в странах Латинской Америки

Практически все международные гостиничные сети, независимо от их рейтинга, в связи с жесткой конкуренцией ищут возможности для увеличения своего потенциала. В мире сложилось более 300 крупных сетевых гостиничных объединений, являющихся транснациональными. На их долю, по оценкам специалистов, приходится более 50% номерного фонда.

Процесс роста значения гостиничных сетей в управлении мировым гостиничным бизнесом характеризуется существенным противоречием: с одной стороны, укрупняются международные гостиничные корпорации, с другой – во многих странах создаются и успешно функционируют собственные национальные гостиничные сети, которые конкурируют с международными монополиями [9].

Исходя из данных List of chained-brand hotels [50] рассмотрим международные гостиничные цепи (МГЦ), представленные в странах Латинской Америке в таблице 29.

Таблица 29 – МГЦ присутствующие в странах Латинской Америки

№	Гостиничная цепь	Страна основания
1	Accor	Париж (Франция)
2	Aman Resorts	Сингапур
3	Banyan Tree Holdings	Сингапур
4	Belmond Limited	Гамильтон, Бермудские острова
5	Best Western International	Феникс (США)
6	Choice Hotels International	Роквилл (США)
7	Four Seasons Hotels and Resorts	Торонто (Канада)
8	Blackstone Group	Кэрролтон (США)
9	Hilton Worldwide	Маклин (США)
10	Hyatt Hotels Corporation	Чикаго (США)
11	InterContinental Hotels Group	Денхем (Великобритания)
12	Kempinski	Мюнхен (Германия), Женева (Швейцария)
13	Lifestyle Holidays Group	Доминиканская Республика
15	Mandarin Oriental Hotel Group	Гонконг
16	Marriott International	Бетесда (США)
17	Meliá Hotels International	Пальма (Испания)

Окончание таблицы 29

№	Гостиничная цепь	Страна основания
18	NH Hotel Group	Мадрид (Испания)
19	Omni Hotels & Resorts	Даллас (США)
20	OYO	Гургаон (Индия)
21	Radisson Hotel Group	Миннеаполис (США), Брюссель (Бельгия)
22	Red Roof Inn	Чикаго (США)
23	RIU Hotels & Resorts	Пальма (Испания)
24	Rosewood Hotel Group	Гонконг
25	Wyndham Hotels and Resorts	Парсиппани-Трой Хиллз (США)

На основании таблицы рассмотрим отельную базу международных гостиничных цепей, представленных в странах Латинской Америки, и составим количественную характеристику по странам на основе официальных сайтов международных гостиничных цепей.

InterContinental Hotels Group (IHG) – международная компания, гостиничный оператор со штаб-квартирой в Великобритании. Образована в 2003 году в ходе разделения компании Six Continents Plc [49].

Если рассматривать регион Латинской Америки, то в регионе находятся такие бренды, как: Intercontinental, Kimpton, Indigo, Crowne Plaza, Holiday Inn Express, Holiday Inn, Indigo, Candlewood (см. таблицу 30).

Таблица 30 – Присутствие брендов Intercontinental Hotels Group (IHG) в странах Латинской Америки

INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP										
Страна	Intercontinental	Kimpton	Indigo	Crowne plaza	Holiday Inn Express	Holiday Inn	Indigo	Avid	Candelwood	Итого
Аргентина	2				2	2				6
Бразилия	1				4	8				13
Чили	1			1	6					8
Колумбия	3			1	7					11
Венесуэла	2									2
Доминиканская республика	1			1		1				3

Окончание таблицы 30

INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP										
Страна	Intercontinenta	Kimpton	Indigo	Crowne plaza	Holiday Inn Express	Holiday Inn	Indigo	Avid	Candelwood	Итого
Сальвадор	1			1		1				3
Гватемала	1	1				1				3
Гондурас	2				2					4
Никарагуа	1			2	1	1				5
Панама	1			2		2				5
Пуэрто-Рико	1				2	2				5
Мексика			2	11	60	57	1	1	2	134
Гондурас				1						1
Коста-Рика				1	2	2				5
Парагвай				1	1					2
Перу				1	1	3				5
Эквадор					1	1				2
Уругвай						1				1
ИТОГО	17	1	2	23	89	82	1	1	2	218

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Intercontinental Hotels Group (IHG) в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 7).

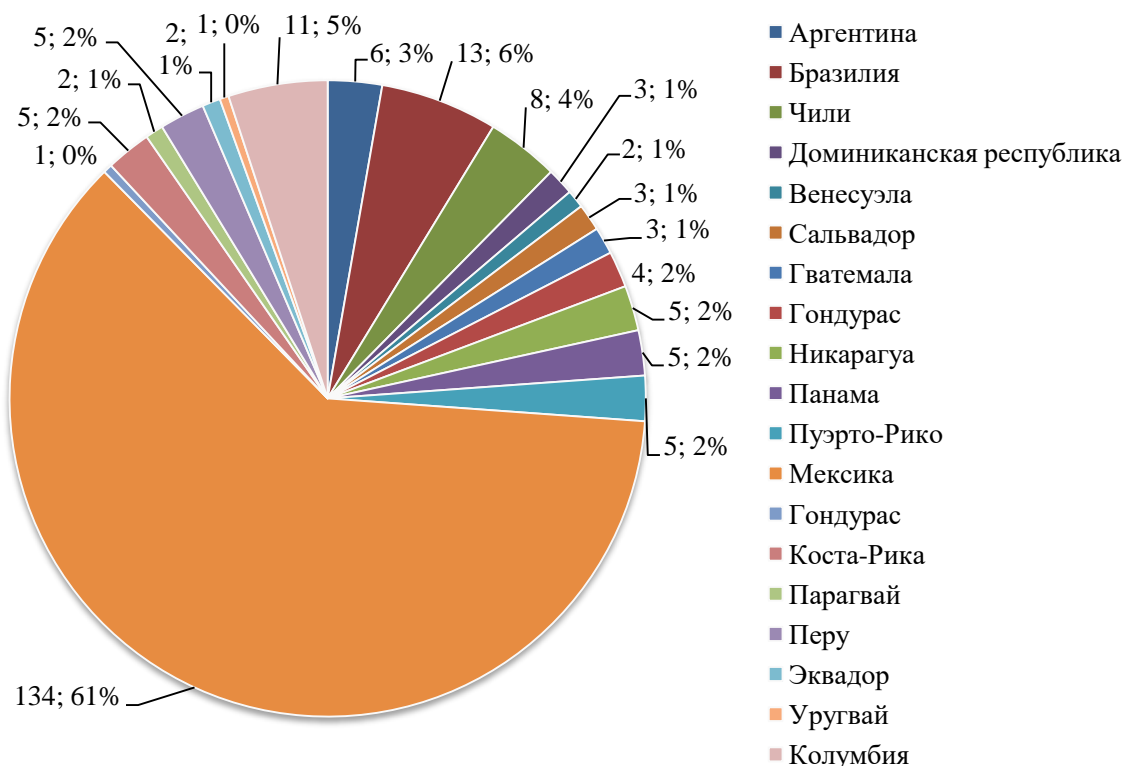


Рисунок 7 – География гостиничной цепи Intercontinental Hotels Group (IHG)

Всего в стране представлено 218 отелей брендов МГЦ Intercontinental Hotels Group. Мексика традиционно является самой посещаемой страной в регионе, поэтому большинство отелей сосредоточены именно в этой стране. На данный момент, в Мексике действует 134 отеля международной гостиничной цепи. Планы на расширение в 2020 году включают в себя открытие еще 12 отелей на 25 041 номеров. Мексика привлекает IHG экономическим ростом и увеличением количества деловых путешественников, а, следовательно, основным сегментом, на которых делается ставка, являются бизнес-отели.

AccorHotels – гостиничный оператор. Компания основана в 1967 году. Штаб-квартира – в пригороде Парижа.

Портфель брендов включает: люкс – Raffles, Orient Express, Banyan Tree, Delano, Sofitel Legend, Fairmont Hotels & Resorts, SLS, SO/Hotels & Resorts, Sofitel, The house of originals, Rixos Hotels; премиум – Mantis, MGallery, 21c, Art Series, Mondrian, Pullman, Swissôtel, Angsana, 25hours, HYDE, Movenpick, Grand Mercure, Peppers, The Sebel; средний класс – Mantra, Novotel, Mercure, Adagio, Mama

Shelter, TRIBE; эконом-класс – Breakfree, ibis, ibis Styles, Adagio Access, Greet, JO&JOE [41]. В странах Латинской Америки представлено 14 брендов международной гостиничной цепи Accor (см. таблицу 31).

Таблица 31 – Присутствие брендов Accor в странах Латинской Америки

ACCOR															
Страна	Fairmont	Sofitel	Sofitel Legend	Ibis	ibis Styles	ibis budget	Mercure	SWISSÔTEL	NOVOTEL	Mama Shelter	Adagio	Pullman	Grand Mercure	SLS	Итого
Аргентина		3		4			3		1			1			12
Бразилия	1	3		126	45	47	56		23	1	9	4	7		322
Чили				11		4			4			3			22
Колумбия		1	1	9		2	4		3						20
Панама									1						1
Мексика				20	2	1			2						25
Перу		1		3	2		1	1	2			1			11
Эквадор				1			1	1							3
Уругвай		1		4	2										7
Куба									1			2		1	4
ИТОГО	1	9	1	178	51	54	65	2	37	1	9	11	7	1	427

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Accor в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 8).

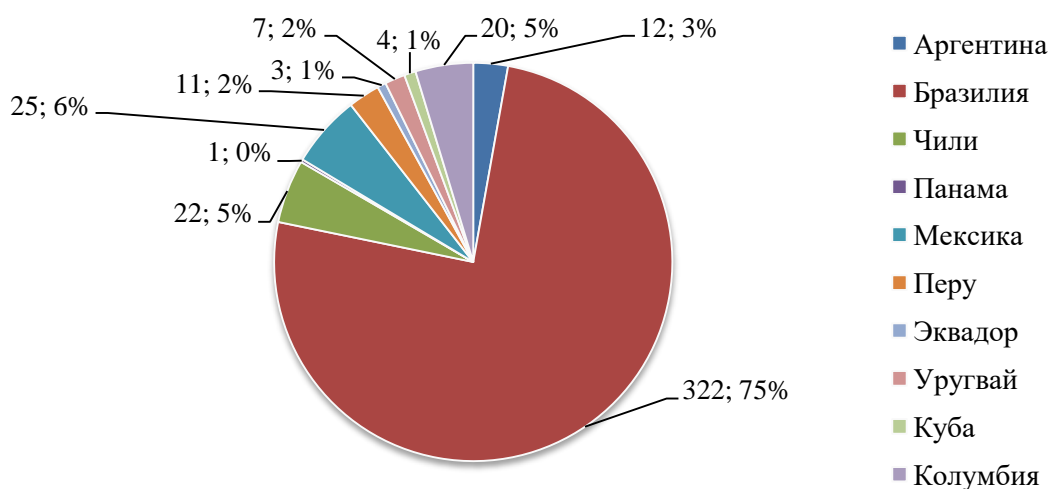


Рисунок 8 – География гостиничной цепи Accor

В странах Латинской Америки 427 отелей брендов международной гостиничной цепи Ассор. Большинство отелей сосредоточено в Бразилии, что составляет 75% от общего числа отелей в странах региона.

Aman Resorts International – группа отелей класса люкс, находящихся в 20 странах. 1 отель находится в Доминиканской Республике.

Banyan Tree Holdings Limited является одной из ведущих в мире независимых мультибрендовых групп гостеприимства. Диверсифицированное портфолио отелей, курортов, курортов, галерей, гольф-клубов и резиденций сосредоточены на пяти отмеченных наградами брендах (Banyan Tree, Angsana, Cassia, Dhawa и Laguna). В Латинской Америке находятся 2 отеля на Кубе и 2 отеля в Мексике. Бренды: Angsana, Dhawa.

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Banyan Tree Holdings Limited в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 9).

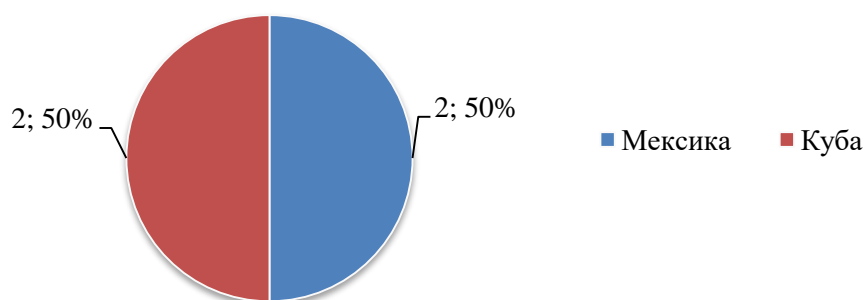


Рисунок 9 – География гостиничной цепи Banyan Tree Holdings Limited

Belmond Ltd. (ранее Orient-Express Hotels Ltd) – это компания гостиничного бизнеса, которая управляет роскошными отелями и речными круизами по всему миру. В Мексике – 2 отеля, в Бразилии – 2 отеля, в Перу – 10 отелей.

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Belmond Ltd. в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 10).

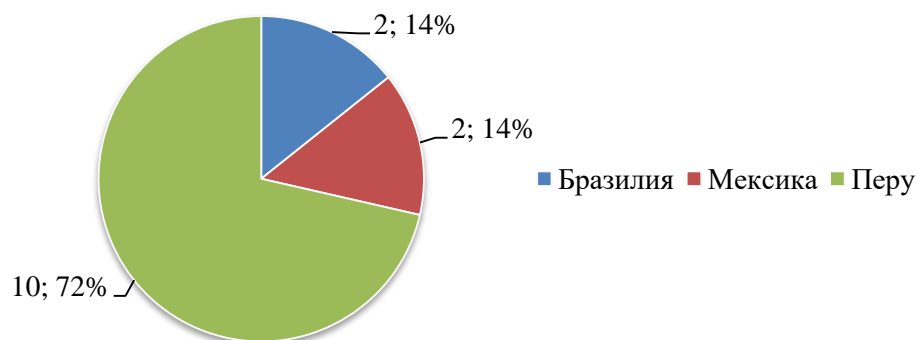


Рисунок 10 – География гостиничной цепи Belmond Ltd.

Choice Hotels International – американская гостиничная корпорация, основана в 1940 году. В современной туристической индустрии Choice Hotels International представлен различными гостиничными брендами.

Four Seasons Hotels and Resorts – канадская компания, оператор сети гостиниц класса «люкс» Four Seasons. Штаб-квартира компании расположена в Торонто. В Колумбии – 2 отеля, в Аргентине – 1 отель, в Коста-Рике – 1 отель, в Бразилии – 1 отель.

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Four Seasons Hotels and Resorts в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 11).

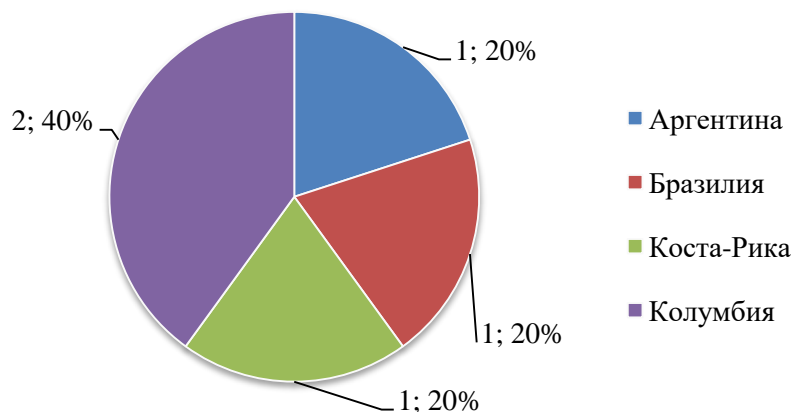


Рисунок 11 – География гостиничной цепи Four Seasons Hotels and Resorts

Hilton Worldwide – американская компания, владеющая и управляющая сетями отелей и курортов. Управляет международной сетью Hilton Hotels & Resorts. Компания была основана в 1919 году Конрадом Хилтоном. В Латинской Америке отели расположены: 3 в Бразилии, 2 в Аргентине, 1 в Перу, 2 в Эквадоре, 3 в Колумбии, 1 в Панаме, 2 в Венесуэле, 3 в Пуэрто-Рико, 2 в Доминиканской Республике, 1 в Никарагуа, 1 в Сальвадоре, 1 в Гондурасе, 1 в Гватемале, 12 в Мексике [46].

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Hilton Worldwide в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 12).

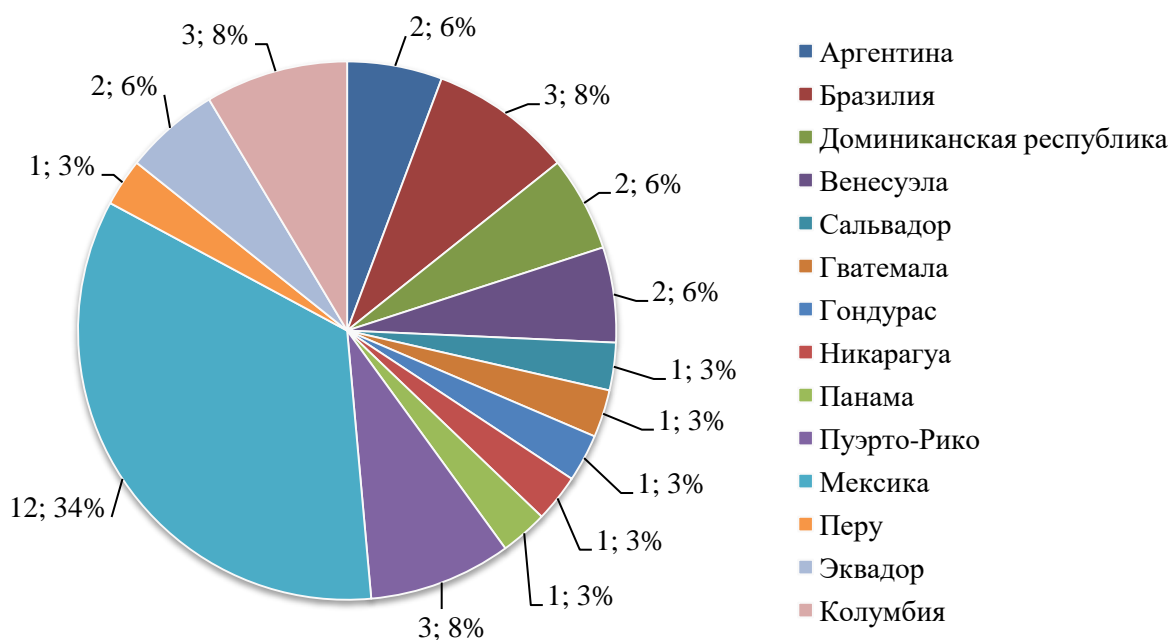


Рисунок 12 – География гостиничной цепи Hilton

Huatt Hotels Corporation – американская компания, управляющая сетями отелей высшего класса. Штаб-квартира – в Чикаго [48]. В Латинской Америке представлено 71 отель международной гостиничной цепи Huatt Hotels Corporation (см. таблицу 32).

Таблица 32 – Присутствие брендов Hyatt в странах Латинской Америки

HYATT HOTELS CORPORATION														
Страна	Andaz	Grand Hyatt	Hyatt Centric	Hyatt House	Hyatt Place	Hyatt Regency	Hyatt Residence Club	Hyatt Zilara	Hyatt Ziva	Park Hyatt	SLH	The Unbound Collection	Thompson Hotels	Итого
Аргентина										2	2			4
Бразилия		2			2									4
Чили			1		1									2
Колумбия		1			1	1					2			5
Венесуэла					1	2								3
Доминик. республика								1	1					2
Сальвадор			1											1
Гватемала			1								1			2
Гондурас					2						1			3
Никарагуа					1						1			2
Панама					1									1
Пуэрто-Рико				1	3	1	1							6
Мексика	1	1		1	6	4		1	3		9		3	29
Коста-Рика	1				1						2			4
Перу			1											1
Уругвай			1									1		2
ИТОГО	2	4	5	2	19	8	1	2	4	1	18	1	3	71

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Hyatt Hotels Corporation в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 13).

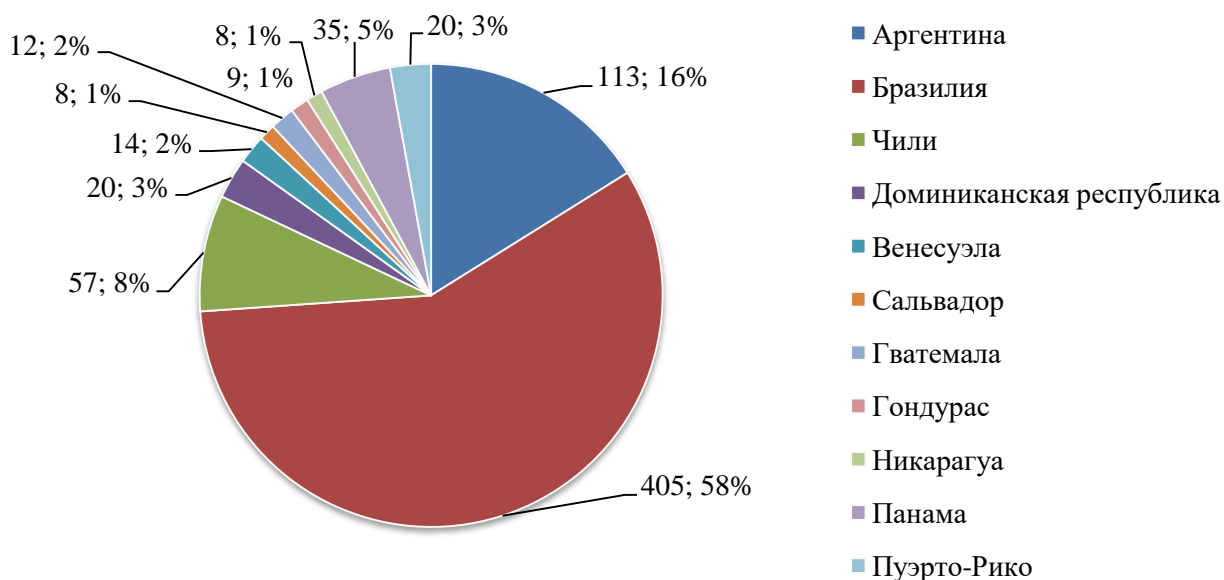


Рисунок 13 – География гостиничной цепи Nuatt

Kempinski – международная гостиничная сеть, основанная в 1897 году. Корпоративный офис расположен в Женеве, Швейцария. Контрольным пакетом сети владеет тайландская группа компаний Crown Property Bureau. В Латинской Америке находятся 3 отеля на Кубе [28].

Mandarin Oriental Hotel Group Limited – гонконгская группа, управляющая сетью шикарных отелей, а также курортами, спа-центрами и жилыми комплексами по всему миру. Входит в состав многоотраслевого конгломерата Jardine Matheson. В Латинской Америке находится 1 отель в Чили.

Marriott International, Inc. – ведущая мировая компания, предоставляющая средства размещения, с более чем 7 400 объектами недвижимости в 134 странах по всему миру. Marriott осуществляет управление отелями, предоставляет франчайзинговые права и реализует лицензионные программы предоставления объектов недвижимости во владение на время отдыха по всему миру. В настоящее время компания предлагает программу лояльности Marriott Bonvoy™, которая заменила собой программы Marriott Rewards, The Ritz-Carlton Rewards и Starwood Preferred Guest (SPG) [52, 53]. В странах Латинской Америки представлено 230 отелей брендов Marriott (см. таблицу 33).

Таблица 33 – Присутствие брендов Marriott в странах Латинской Америки

MARRIOTT INTERNATIONAL																						
Страна	The luxury collection	Sheraton	Tribute portfolio	The Ritz Carlton	W hoteks	JW Marriot	Marriot	Westin	Meridien	Renaissance	Autograph COLLECTION	Tribute Portfolio	Design hotels	Courtyard	Four Points	Fairfield	AC hotels	ALOFT hotels	Residence Inn	Marriot Executive Appartamnets	Stregis	ИТОГО
Аргентина	1	7	2			1						2										13
Бразилия		6				1	1			1	1			1	1				1	1		14
Чили		2		1	1		1			1				1	2		1					10
Колумбия		1			1	1	4				1	1		1	4		2	1	1			18
Венесуэла						1	2			1												4
Сальвадор		1												1		1						3
Гватемала								1						1			1					3
Гондурас							1															1
Панама	1	2			1	1	1	2	1		2			2			1	1	1	1		17
Мексика	8	6		4	3	5	10	8	1	1			13	19	9	14	5	3	1		2	112
Коста-Рика		1			1	1	2	1			2			2			1	1	1			13
Парагвай		1																1				2
Перу	3	1				2		1						1	1	1	1	1				12
Эквадор		2				1								1	1							5
Уругвай		2																1				3
ИТОГО	13	32	2	5	7	13	23	13	2	4	6	3	13	30	18	16	12	9	5	2	2	230

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Marriott International в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 14).

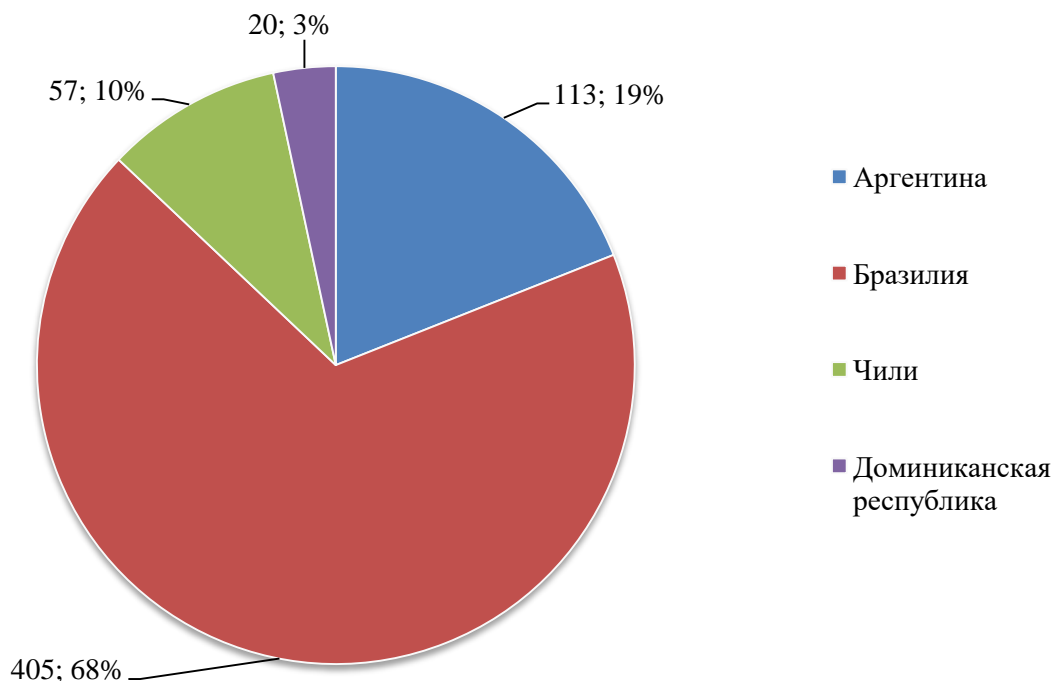


Рисунок 14 – География гостиничной цепи Marriot International

Meliá Hotels International, S.A. – это испанская сеть отелей, основанная Габриэлем Эскаррером Хулией в 1956 году в Пальма-де-Майорка. Сеть также известна под прежним именем Sol Meliá. Компания является одним из крупнейших отечественных операторов курортов Испании [54]. В странах Латинской Америки представлены: 1 отель в Перу, 3 отеля в Мексике, 1 отель на Кубе, 2 отеля в Бразилии, 1 отель в Аргентине, 1 отель в Парагвае.

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Meliá Hotels International в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 15).

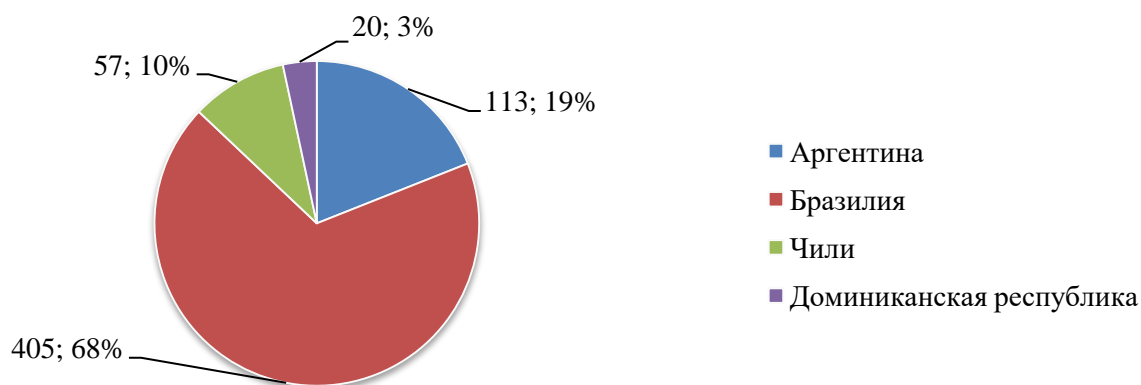


Рисунок 15 – География гостиничной цепи Meliá Hotels International

NH Hotel Group – это многонациональная гостиничная компания со штаб-квартирой в Мадриде, которая управляет более чем 350 отелями в 28 странах, в настоящее время под брендами Anantara, NH Collection, nhow Hotels, Tivoli, NH Hotels, Elewana Collection и Avani. Сегодня он является оператором городских отелей в Европе и Латинской Америке [55]. NH Hotels предлагает 15 отелей в Аргентине, 1 отель в Бразилии, 5 отелей в Чили, 13 отелей в Колумбии, 2 отеля на Кубе, 1 отель в Эквадоре, 1 отеля на Гаити, 17 отелей в Мексике, 1 отель в Уругвае.

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи NH Hotel Group в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 16).

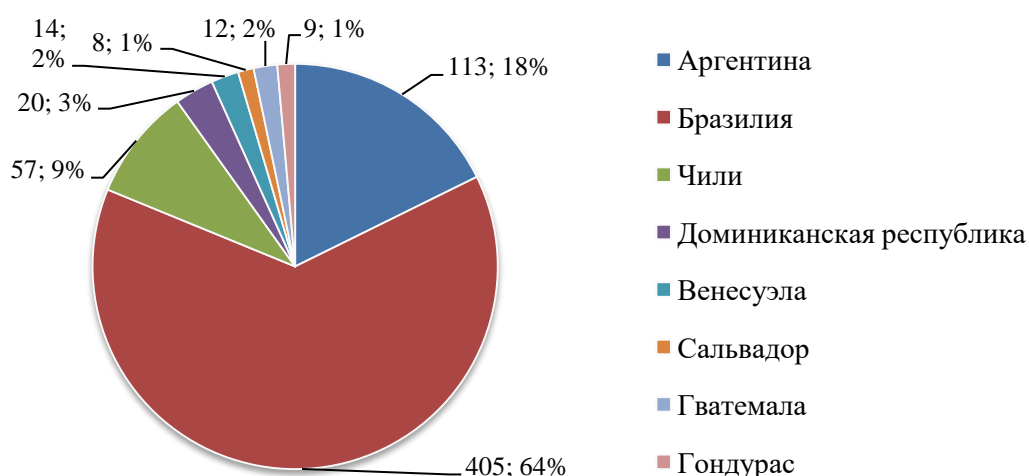


Рисунок 16 – География гостиничной цепи NH Hotel Group

Omni Hotels & Resorts – американская частная международная гостиничная цепь, расположенная в Далласе, штат Техас. Компания управляет 60 объектами недвижимости в Соединенных Штатах, Канаде и Мексике [59]. В Мексике представлен 1 отель.

Radisson Hotel Group, является зарегистрированной в Швеции компанией и группой отелей. Первоначально основанная скандинавским конгломератом SAS Group в качестве отеля в 1960 году, она стала зарегистрированной компанией в 2006 году [56]. Сейчас у Radisson Hotel Group 46 отелей в Латинской Америке. Одни находятся в управлении, другие на стадии развития. Наиболее сильные позиции были у Бразилии, Мексики и Чили, а теперь к этим странам с появлением новых гостиниц добавилась и Колумбия. В странах Латинской Америки представлено 46 отелей брендов (см. таблицу 34).

Таблица 34 – Присутствие брендов Radisson в странах Латинской Америки

RADISSON HOTEL GROUP						
Страна	Radisson blue	Radisson	Radisson Red	Park Inn	Country inn&suites	Итого
Аргентина		1				1
Бразилия	2	8	1			11
Чили	1	3		2		6
Колумбия		2		2		4
Венесуэла	1	1				2
Гватемала		1				1
Белиз		1				1
Панама		2				2
Мексика		6		1		7
Коста-Рика		1		1	1	3
Перу		2	1	1		4
Эквадор		1		1		2
Уругвай		1				1
Боливия		1				1
ИТОГО	4	31	2	8	1	46

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Radisson Hotel Group в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 17).

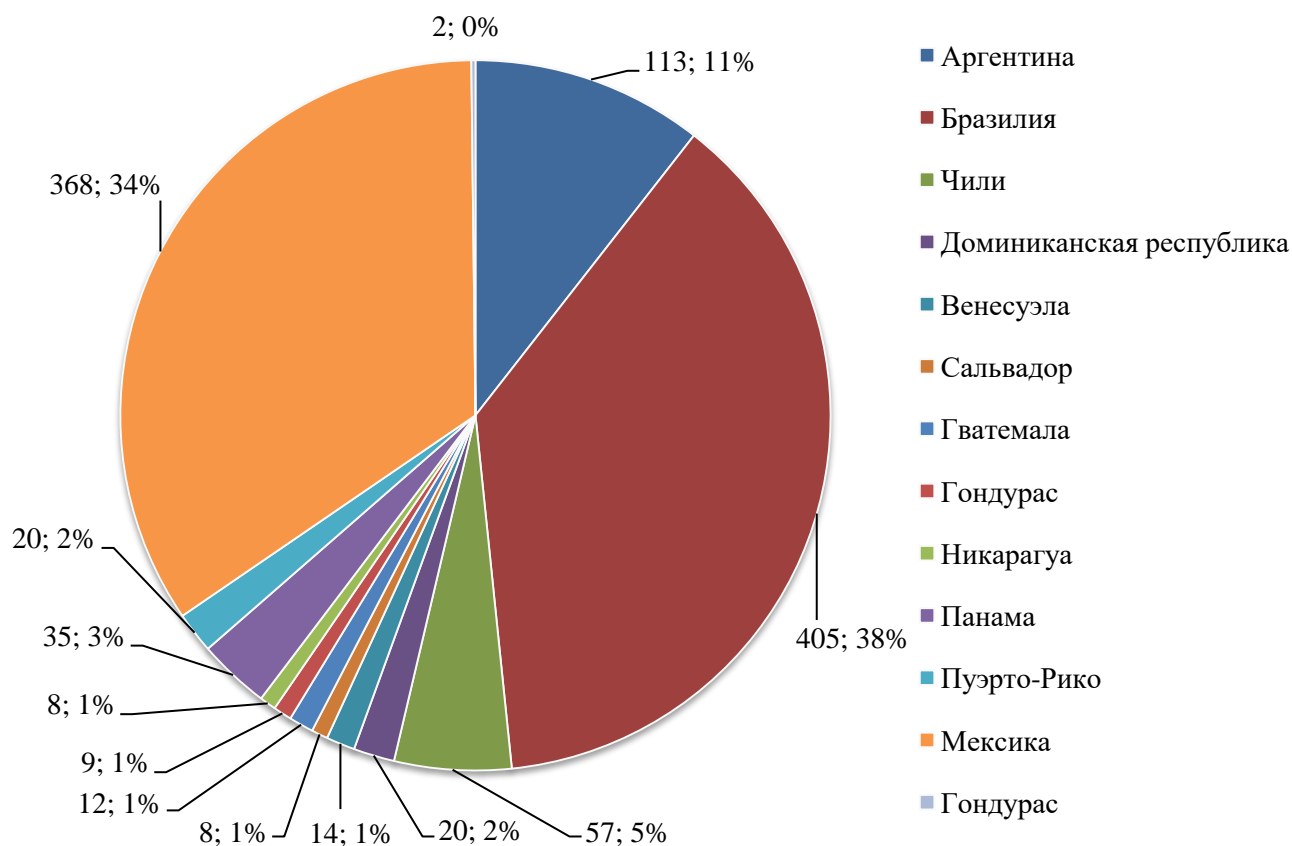


Рисунок 17 – География гостиничной цепи Radisson Hotel Group

Red Roof Inn – это сеть отелей эконом-класса в США. Red Roof имеет более 650 объектов по всему миру, в первую очередь на Среднем Западе, в Южной и Восточной Америке [57]. В Латинской Америке находятся 20 отелей в Мексике, 6 отелей в Доминиканской Республике, 2 отеля в Коста-Рике, 2 отеля в Панаме.

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Red Roof Inn в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 18).

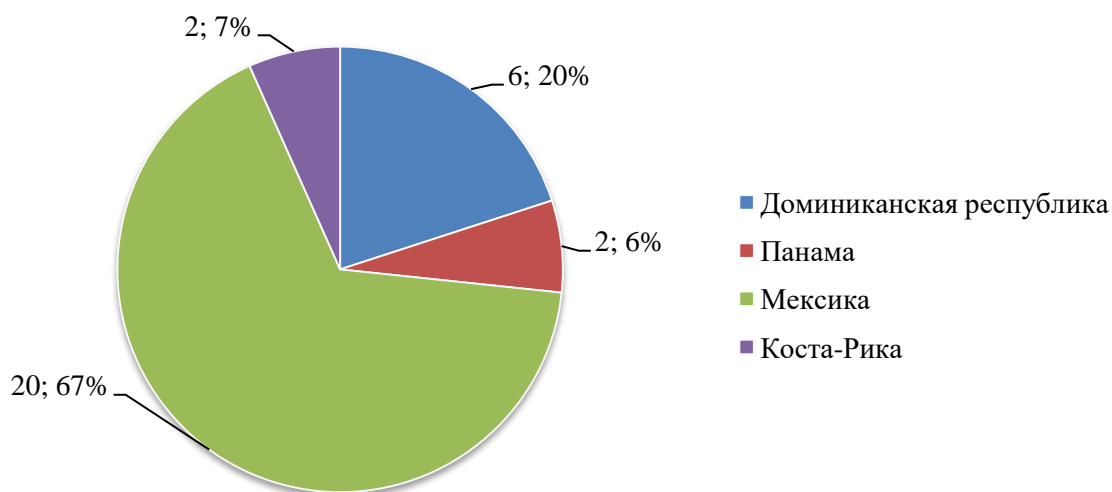


Рисунок 18 – География гостиничной цепи Red Roof Inn

Rosewood Hotel Group, также известна своими бывшими торговыми названиями New World Hotel Group, New World Hospitality и юридическими названиями New World Hotel Management (BVI) Limited, New World Hotel Management Limited – это многонациональная группа по управлению отелями в Гонконге [58]. В Латинской Америке находятся 4 отеля в Мексике, 1 отель в Бразилии планируют открыть в 2021 году.

Wyndham Hotels and Resorts – международная сеть отелей и курортов, базирующаяся в Соединенных Штатах. Wyndham Hotel Group является крупнейшей в мире гостиничной компанией. Глобальное портфолио компании состоит из более чем 8000 отелей и 672 000 номеров в 73 странах по всему миру. Всего у компании 21 бренд: AmericInn, Baymont, Caesars Entertainment, Days Inn, Dazzler, Dolce Hotels & Resorts, Esplendor, Hawthorn Suites, Howard Johnson, La Quinta, Microtel, Ramada, Super 8, Trademark Collection, Travelodge, TRYP, Wingate, Wyndham Garden, Wyndham Grand, Wyndham [62]. В странах Латинской Америки представлено 158 отелей (см. таблицу 35).

Таблица 35 – Присутствие брендов Wyndham в странах Латинской Америки

WYNDHAM HOTELS AND RESORTS												
Страна	Days Inn	Dazzler	Esplendor	Howard Johnson	La Quinta	Ramada	TRYP	Wyndham Garden	Wyndham Grand	Wyndham	Wyndham Vacation Clubs	Итого
Аргентина	1	8	5	39	0	2		2		1		58
Бразилия	2					15	6	2		7		32
Чили				2	1							3
Колумбия				1	1		3	2		1		8
Венесуэла										1		1
Доминик. республика						1				5		6
Гватемала	1					1						2
Гондурас					1							1
Панама						2	1	2		1		6
Пуэрто-Рико				2			1		1	1	1	6
Коста-Рика							1	1		2		4
Парагвай		2	1	1								4
Перу		2		1		2				10		15
Эквадор							1	2		3		6
Уругвай	1	2	2					1				6
ИТОГО	5	14	8	46	3	23	13	12	1	32	1	158

На рисунке представлен график, где показано присутствие международной гостиничной цепи Wyndham Hotels and Resorts в странах Латинской Америки в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 19).

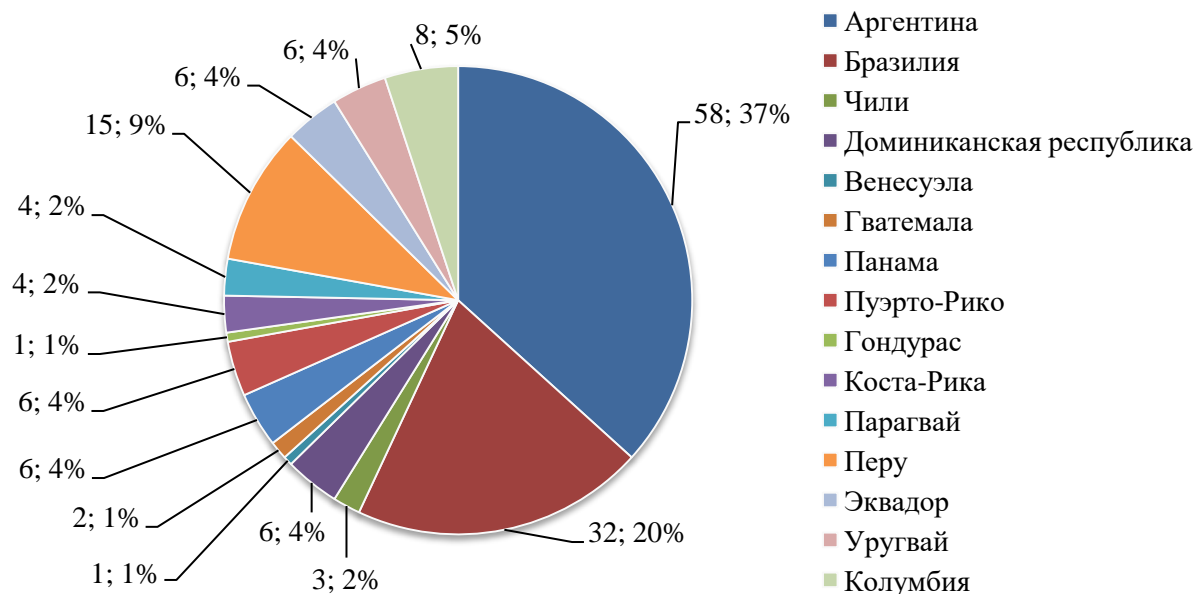


Рисунок 19 – География гостиничной цепи Wyndham Hotels and Resorts

Рассмотрим обобщенные данные международных гостиничных цепей по странам в количественном и процентном соотношении (см. рисунок 20).

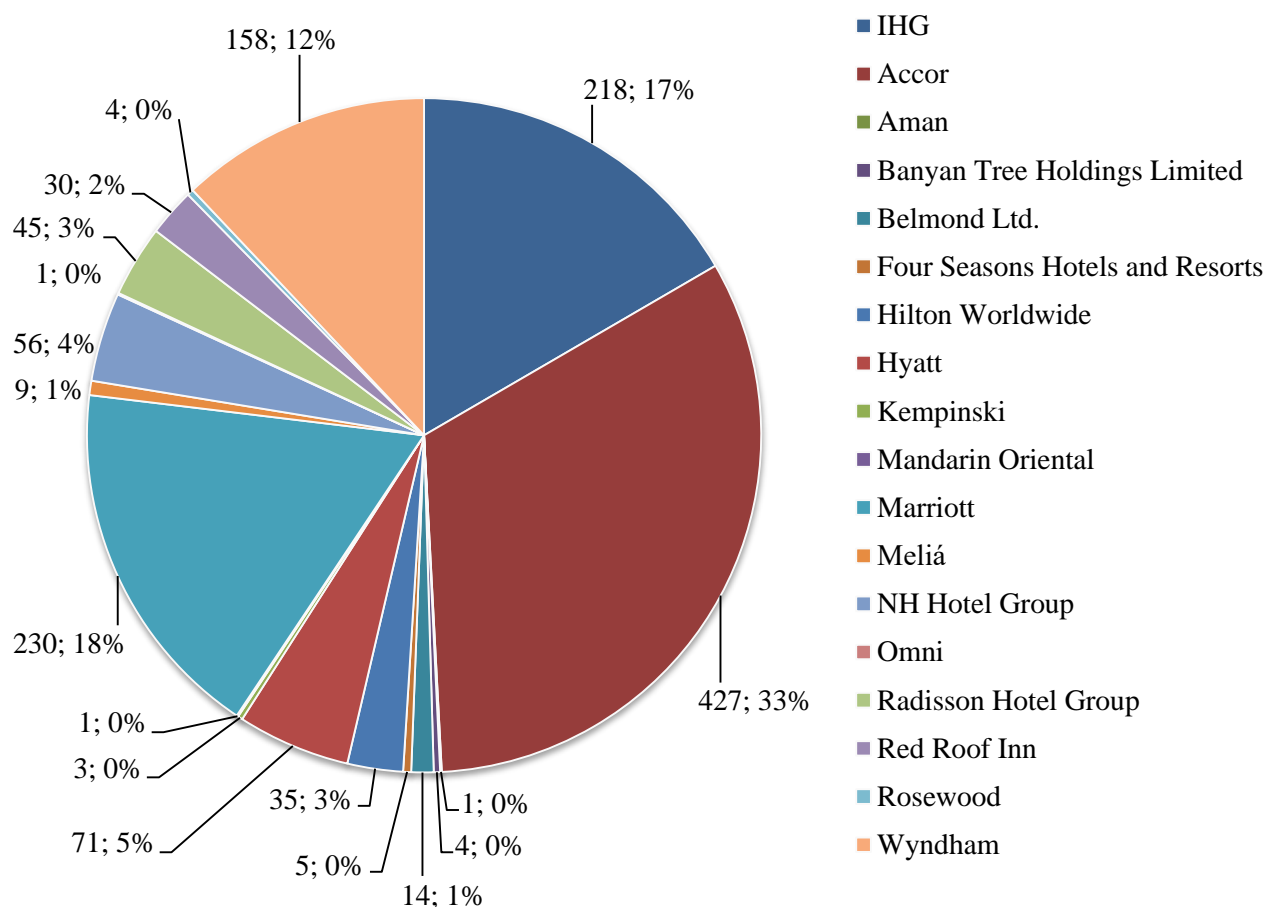


Рисунок 20 – Количественная характеристика международных гостиничных цепей

Таким образом, анализ показал, что большинство отелей в странах Латинской Америки принадлежит компании Ассог (427 отелей), что составляет 33% от общего числа. Также большое количество отелей принадлежит компании Marriott (233 отеля), на долю которой приходится 18%. Международная гостиничная цепь «Ассог» находится в Южной Америке более 40 лет, она начала очень активно развиваться в Бразилии, постепенно растет во всех испаноязычных странах: Парагвае, Аргентине, Чили, Уругвае, Боливии, Эквадоре, Перу и Колумбии.

Выводы по главе два

Опираясь на изученные данные первой главы, а также официальных сайтов гостиничных цепей нами была разработана модель формирования гостиничной индустрии в странах Латинской Америки, которая содержит 5 основных блоков: целевой, методологический, содержательно-технологический, организационно-технологический, а также результативный. Модель представляет собой универсальное формирование гостиничных услуг, в результате предметом которой выступают гостиничные объекты нового типа и качества.

Нами был рассмотрен мировой рейтинг гостиничных сетей и проведено исследование наличия каждой из них в Латинской Америке и Карибском бассейне. Со всей собранной информацией нами была подготовлена база данных, содержащая стандартную информацию, такую как: название гостиничной цепи, брендов, количество отелей в каждом бренде.

Всего в регионе 156 гостиничных цепей, из которых 96 международных и 60 национальных. На основе официальных сайтов международных гостиничных цепей была рассмотрена география международных гостиничных цепей в регионе. Анализ международных гостиничных цепей в регионе показал, что самыми крупными по количеству отелей и номерного фонда являются: Accor, Intercontinental Hotels Group, Marriot, Hyatt Corporation, Hilton, Radisson Hotel Group. Сравнивая результаты исследования на основе отчёта Horwath HTL за 2016 год и официальные сайты международных гостиничных цепей на 2020 год, можно сделать вывод, что количество международных гостиничных цепей значительно возросло. Больше всего возросло количество отелей международной гостиничной цепи Accor. На 2016 год компания Accor управляла 311 отелями в регионе, на сегодняшний день управляет 427 отелями.

В Латинской Америке, такие государства как Бразилия, Мексика, Аргентина, являются более развитыми в регионе. Остальные страны региона, такие как Уругвай, Парагвай, Эквадор, имеют проблемы внутри страны: политические,

плохо развитый туристический сервис, слабую инфраструктуру, недостаточную безопасность. Это объясняет то, что большинство отелей брендов международных гостиничных цепей находятся именно в Мексике и Бразилии. Остальные страны не представляют интереса для открытия сетевых отелей. В таких странах, как Венесуэла, Доминиканская Республика, Сальвадор, Гватемала, Гондурас, Никарагуа, Панама, Пуэрто-Рико, Гондурас, Коста-Рика, Парагвай, Перу, Эквадор, Уругвай отелей международных гостиничных цепей представлено незначительное количество.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В выпускной квалификационной работе нами были рассмотрены гостиничные цепи, как ведущие современные формы организации гостиничного бизнеса в латиноамериканском регионе.

Изучая основные подходы к изучению мирового рынка гостеприимства, было рассмотрено несколько работ российских авторов. Исследование туристского рынка латиноамериканского региона представлено в работе Л.И. Артамоновой. Работ по более углубленному изучению гостиничной индустрии Латинской Америки выявлено не было. В связи с этим актуальность данного вопроса является важной с точки зрения изучения гостиничной индустрии. Исходя из этого, нами на основании сети Интернет, а также официальных сайтов гостиничных цепей была разработана база, которую мы представили в виде сводных таблиц в Excel.

В первой главе нами была рассмотрена история международных гостиничных цепей, присутствующих в странах Латинской Америки. В ходе рассмотрения истории были изучены этапы развития международных гостиничных цепей по Г.М. Амосовой. На основании этапов, представленных в работе Г.М. Амосовой, нами были выделены периоды становления международных гостиничных цепей, присутствующих в странах Латинской Америки и рассмотрена история их становления. Международные гостиничные цепи появились в регионе еще в конце XIX века и по сегодняшний день занимают лидирующее положение на рынке. В ходе изучения истории был составлен график, на котором отражена количественная характеристика появления гостиничных цепей на определенных исторических этапах. Исходя из данного графика, мы выяснили, что активное распространение гостиничных цепей пришлось на 1960-е годы. В этот период появляются такие цепи, как Four Seasons Hotels and Resorts в Канаде, Blackstone Group, Radisson Hotel Group и Wyndham Hotels and Resorts в США, Mandarin Oriental Hotel Group в Китае, Accor во Франции.

На основании сайта Free Hotel Guide и отчёта Horwath NTL была проведена работа по анализу гостиничной индустрии Латинской Америки, в ходе которой были составлены таблицы и графики, где отражены данные о международных и национальных гостиничных цепях региона. Всего в регионе 156 гостиничных цепей, из которых 96 международных и 60 национальных. Общее количество отелей всех гостиничных цепей в Латинской Америке составляет 2736, где международные гостиничные цепи лидируют по отношению к национальным и составляют 1723 отеля, в то время как остальные 1013 отелей относятся к национальным. В ходе изучения гостиничного рынка Латинской Америки нам удалось выяснить, что большая часть представлена международными гостиничными цепями, однако есть страны, где преобладают национальные цепи. Принадлежность к гостиничной сети предполагает формирование качественных услуг, которые должны поддерживаться на одинаково высоком уровне для всех предприятий, входящих в нее.

Вторая глава отражает результаты исследовательской работы.

В контексте нашего исследования была разработана модель формирования гостиничной индустрии в странах Латинской Америки, которая состоит из 5 основных блоков: целевой, методологический, содержательно-технологический, организационно-технологический, а также результативный. Была дана подробная характеристика каждому блоку.

Опираясь на официальные сайты международных гостиничных цепей, нами была создана таблица гостиничных цепей по странам. На основании данных таблиц, мы создали графики, где показаны количественные данные международных гостиничных цепей в странах. После сбора всей информации мы смогли проанализировать ее и определить, какие сети и бренды отелей имеют большее количество в каждой стране. Глобальный размер гостиничной индустрии не так легко определить количественно, поскольку данные не стабильны и постоянно меняются.

Латинская Америка имеет незначительную роль региона в международном туризме, поскольку имеет проблемы внутри региона. Такими как труднодоступность региона для туристических потоков, слабо развитая транспортная система, большинство стран региона остаются малоразвитыми, и имеют низкий уровень экономического и социального развития. Гостиничная индустрия обладает своими особенностями развития и функционирования, но однозначно имеет поступательную динамику роста и большой потенциал.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Биржакова, М.Б. Большой глоссарий терминов международного туризма / М.Б. Биржакова. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2002. – С. 146–156.
- 2 Браймер, Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства/ Р.А. Браймер. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 382 с.
- 3 Брашнов, Д.Г. Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие/ Д.Г. Брашнов, Е.В. Мигунова. – Издательский дом: ФЛИНТА, 2014. – 200 с.
- 4 Кужель, Ю. Л. Туристское страноведение. Центральная и Южная Америка: учебник для вузов / А. А. Крючков, А. Г. Граве; под редакцией Ю. Л. Кужеля. – М: Издательство Юрайт, 2020. – 400 с.
- 5 Лесник, А.Л. Организация управления гостиничным бизнесом/ А.Л. Лесник. – М.: Интелл универсал. 2000. – С. 108–109.
- 6 Скобкин, С.С. Индустрия гостеприимства или туризма? Кто прав?/ С.С. Скобкин // Российское предпринимательство. – 2012. – № 21. – С. 130–135.
- 7 Фролова, Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: Конспект лекций/ Т.А. Фролова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2011. – 74 с.
- 8 Всемирная туристская организация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/> (дата обращения: 25.03.2020).
- 9 Генезис понятий «гостиничная цепь» и «гостиничная сеть» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/genezis-ponyatiy-gostinichnaya-tsep-i-gostinichnaya-set> (дата обращения: 25.03.2020).
- 10 Гостеприимство и международные гостиничные цепи [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zclub-caspian.ru/> (дата обращения: 08.10.2019)
- 11 Данные Marriott International [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hotelier.pro/news/item/2637-marriott/> (дата обращения: 25.03.2020).
- 12 Тенденции развития европейского рынка гостиничных услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mgimo.ru/science/memo/Schetinina_dissertaciya.pdf (дата обращения 25.05.2020).

13 История гостиничной цепи RIU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.riu.com/en/about/historia.jsp> (дата обращения: 01.05.2020).

14 К вопросу о классификации гостиниц [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-klassifikatsii-gostinits> (дата обращения: 11.04.2020).

15 Квалиметрический подход к оценке качества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kvalimetriceskiy-podhod-k-otsenke-pokazateley-kachestva-produktsii> (дата обращения 01.06.2020).

16 Латинская Америка как важное направление развития туристической отрасли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rusunion.com/> (дата обращения: 13.04.2020).

17 Министерство туризма Бразилии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.turismo.gov.br/> (дата обращения: 25.03.2020).

18 Маркетинговый анализ рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mkconsult.ru/services/market-analysis> (дата обращения: 01.06.2020).

19 Методы анализа в планировании и управлении [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tourfaq.net/hotel-business/metody-analiza-v-planirovanii-i-upravlenii/> (дата обращения: 01.06.2020).

20 Международные гостиничные цепи, как эффективная форма управления гостиничным бизнесом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24314228> (дата обращения 25.05.2020).

21 Министерство туризма Эквадора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://polpred.com/> (дата обращения: 10.04.2020).

22 Модель управления индустрией гостеприимства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=18264232> (дата обращения: 10.04.2020).

23 Национальное статистическое управление Доминиканской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/> (дата обращения: 08.04.2020).

24 Национальная туристическая служба Чили [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sernatur.cl/> (дата обращения: 08.04.2020).

25 Новейшая история геополитики туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/noveyshaya-istoriya-geopolitiki-turizma> (дата обращения: 08.04.2020).

26 Отличительные черты североамериканских, азиатских, южноамериканских, африканских и восточноевропейских гостиничных объединений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36837045> (дата обращения 17.05.2020).

27 Основные этапы развития международных гостиничных сетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-etapy-razvitiya-mezhdunarodnyh-gostinichnyh-setey> (дата обращения 25.05.2020).

28 Официальный сайт гостиничной цепи Kempinski [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kempinski.com/ru/hotels/about-us/history/> (дата обращения: 15.05.2020).

29 Оценка социально-экономических факторов развития гостиничного бизнеса в регионе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-sotsialno-ekonomicheskikh-faktorov-razvitiya-gostinichnogo-biznesa-v-regione> (дата обращения: 01.05.2020).

30 Отчет Всемирной туристской организации за 2016 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tourlib.net/wto/WTO_annual_report_2016.pdf (дата обращения: 10.04.2020).

31 Подходы к формированию рынка туристских услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/formirovanie-i-razvitie-rynka-turistskikh-uslug-v-rossiiskoi-federatsii> (дата обращения: 01.05.2020).

32 Политическое деление Латинской Америки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Латинская_Америка (дата обращения 25.05.2020).

33 Система классификации гостиниц в Мексике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Sobre.action/> (дата обращения: 10.03.2020).

34 Современное состояние гостиничной индустрии в странах Латинской Америки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36493050> (дата обращения 25.05.2020).

35 Современные тенденции развития и модели организации гостиничного бизнеса: зарубежный опыт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-i-modeli-organizatsii-gostinichnogo-biznesa-zarubezhnyy-opyt> (дата обращения 15.05.2020).

36 Современные подходы к классификации средств размещения: зарубежный и российский опыт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-klassifikatsii-sredstv-razmescheniya-zarubezhnyy-i-rossiyskiy-opyt> (дата обращения: 11.04.2020).

37 Современные подходы к классификации средств размещения: зарубежный и российский опыт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-klassifikatsii-sredstv-razmescheniya-zarubezhnyy-i-rossiyskiy-opyt> (дата обращения: 04.03.2020).

38 Статистика по туризму и гостиничной индустрии в странах Южной Америки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/outlook/267/103/hotels/south-america> (дата обращения: 20.04.2020).

39 Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.geogr.msu.ru/cafedra/recr/conf/MSU_Tourism_Conf_V_2010.pdf (дата обращения: 20.04.2020).

40 Формирование и развитие кадрового потенциала гостиничного комплекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/formirovanie-i-razvitie-kadrovogo-potentsiala-gostinichnogo-kompleksa-na-primere-g-moskvu> (дата обращения: 20.04.2020).

41 AccorHotels Group [Electronic resource]. – Access type: [https:// hotellook.ru/partners/accor](https://hotellook.ru/partners/accor) (access date: 01.05.2020).

42 Best Western Hotels & Resorts [Electronic resource]. – Access type: https://www.bestwestern.com/en_US.html (access date: 04.05.2020).

43 Cambridge Dictionary [Electronic resource]. – Access type: <https://dictionary.cambridge.org/> (access date: 05.11.2020).

44 Choice Hotels International [Electronic resource]. – Access type: https://ru.wikipedia.org/wiki/Choice_Hotels (access date: 04.05.2020).

45 Free Hotel Guide [Electronic resource]. – Access type: <http://www.freehotelguide.com/> (access date: 05.11.2020).

46 Hilton [Electronic resource]. – Access type: <https://www.hilton.com/en/> (access date: 05.11.2020).

47 Hotel Classification Systems: Recurrence of criteria in 4 and 5 star hotels [Electronic resource]. – Access type: <http://prohotelia.com/wp-content/uploads/2015/03/UNWTO-Hotel-Classification-System.pdf> (access date: 05.11.2020).

48 Hyatt Corporation [Electronic resource]. – Access type: <https://about.hyatt.com/en/hyatthistory.html> (access date: 04.05.2020).

49 InterContinental Hotels Group [Electronic resource]. – Access type: <https://www.ihg.com/hotels/ru/ru/reservation> (access date: 08.04.2020).

50 List of chained-brand hotels [Electronic resource]. – Access type: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_chained-brand_hotels (access date: 05.11.2020).

51 Mandarin Oriental Hotel Group Limited [Electronic resource]. – Access type: <https://www.mandarin-oriental.ru/> (access date: 04.05.2020).

52 Marriott, Hilton and IHG Development Projects Lead the U.S. Hotel Construction Pipeline [Electronic resource]. Access type: <https://www.hospitalitynet.org/> (access date: 05.11.2020).

53 Marriott International [Electronic resource]. – Access type: <https://www.marriott.com.ru/default.mi> (access date: 01.05.2020).

54 Meliá Hotels International [Electronic resource]. – Access type: <https://www.meliahotelsinternational.com/en> (access date: 01.05.2020).

55 NH Hotels [Electronic resource]. – Access type: <https://www.nh-hoteles.es/> (access date: 08.05.2020).

56 Radisson Hotel Group [Electronic resource]. – Access type: <https://www.radissonhotelgroup.com/> (access date: 04.05.2020).

57 Red Roof Inn [Electronic resource]. – Access type: <https://www.redroof.com/> (access date: 04.05.2020).

58 Rosewood Hotel Group [Electronic resource]. – Access type: <https://www.rosewoodhotelgroup.com/en-us/> (access date: 04.05.2020).

59 Omni [Electronic resource]. – Access type: <https://www.omnihotels.com/> (access date: 04.05.2020).

60 The Joint WTO & IH&RA Study on Hotel Classification [Electronic resource]. – Access type: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284407194> (access date: 05.11.2020).

61 The Americas. Horwath HTL [Electronic resource]. – Access type: <Corporate://www.hospitalitynet.org/file/152008281.pdf> (access date: 05.11.2020).

62 Wyndham Hotels [Electronic resource]. – Access type: <https://www.wyndhamhotels.com/en-uk> (access date: 04.05.2020).

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Ранжирование отелей по классу

Таблица А.1 – Классы отелей гостиничных цепей по странам

АРГЕНТИНА			
Классы	Бренды	Кол-во отелей	Кол-во номеров
	ibis	4	509
	San Remo Hoteles	9	503
	Mérit	3	306
	Australis	4	233
	Grand Crucero	3	129
	Park Royal City	1	56
	Tremun Hoteles	1	48
	MyHotel	1	20
Midscale & Upper Midscale	Howard Johnson	35	1 949
	NH Hoteles	12	1 946
	Amérian	18	1 572
	Dazzler	8	775
	HA Hoteles	6	569
	Hotusa Hotels	10	519
	Solans Hoteles	5	493
	Cyan Hoteles	6	468
	Esplendor	7	456
	Holiday Inn	3	368
Upscale & Upper Upscale	Sheraton Hotels & Resorts	9	2 087
	Panamericano	2	475
	Unique Hotels	7	474
	Hilton Hotels & Resorts	1	417
	Loi Suites	3	359
	Exe Hotels	2	303
	Plaza Hotel	1	283
	NH Collection	3	266
	Meliá	2	266
	Tremun Hoteles	2	236
Luxury	InterContinental Hotels & Resorts	2	489
	Park Hyatt	2	351
	Sofitel Hotels & Resorts	2	300
	Llao Llao Hotel	1	205
	Alvear Palace	1	192
	The Luxury Collection	1	180
	Four Seasons	1	165
	Relais & Châteaux	7	87
	LVX	1	28
	Grace	1	12
БРАЗИЛИЯ			
Budget & Economy	ibis	111	16 231
	ibis Budget	25	5 542

Продолжение таблицы А.1

БРАЗИЛИЯ			
Классы	Бренды	Кол-во отелей	Кол-во номеров
Budget & Economy	Intercity	25	3 594
	Nacional Inn	18	1 959
	ibis Styles	12	1 685
	Plaza Inn Hotéis	12	1 076
	Slaviero Slim	7	837
	Beach Class By Nobile	5	707
	Nobile Inn	3	674
	Easy Hotels	4	561
Midscale & Upper Midscale	Mercure	59	8 173
	Golden Tulip	19	4 002
	Quality	27	3 968
	Novotel	17	3 220
	Comfort Inn	18	2 431
	Promenade	17	2 330
	Windsor Hoteis	8	2 327
	Tulip Inn	18	2 216
	Dan Inn	18	2 034
	Holiday Inn	7	2 019
Upscale & Upper Upscale	Blue Tree Premium	9	2 451
	Vila Galé Hotéis	7	2 298
	Sheraton Hotels & Resorts	7	2 111
	Meliá	6	2 044
	Windsor Hoteis	5	1 760
	Othon Palace	4	1 281
	Golden Park	10	1 191
	Pestana Hotels & Resorts	7	1 185
	Radisson	6	968
	Grand Mercure	4	964
Luxury	Sofitel Hotels & Resorts	4	1 025
	Grand Hyatt	2	906
	Iberostar Premium Gold	1	536
	Tivoli Hotels & Resorts	2	504
	Belmond Hotels	2	432
	Gran Meliá	1	413
	LVX	1	268
	JW Marriott	1	245
	InterContinental Hotels & Resorts	1	195
	Iberostar The Grand Collection	1	73
ЧИЛИ			
Budget & Economy	ibis	6	1 014
	RQ	5	178
	Hotel Boutique Tremo	5	73
	VO Hoteles	2	42
Midscale & Upper Midscale	Diego de Almagro	25	3 932
	Holiday Inn Express	6	685
	Panamericana Hoteles	6	653
	Hotusa Hotels	16	635
	Plaza El Bosque	3	543

Продолжение таблицы А.1

ЧИЛИ			
Классы	Бренды	Кол-во отелей	Кол-во номеров
Midscale & Upper Midscale	NH Hoteles	3	340
	Hilton Garden Inn	2	267
	Holiday Inn	1	224
	Four Points by Sheraton	2	217
	Courtyard by Marriott	1	205
Upscale & Upper Upscale	Atton	4	884
	Sheraton Hotels & Resorts	2	528
	Radisson	4	409
	Crowne Plaza Hotels & Resorts	1	293
	Marriott Hotels & Resorts	1	280
	Best Western Premier	1	244
	Sonesta Hotels & Resorts	2	226
	DoubleTree by Hilton	1	223
	Noi Hotels	6	191
Renaissance Hotels	1	181	
Luxury	InterContinental Hotels & Resorts	1	377
	Grand Hyatt	1	310
	The Ritz-Carlton	1	205
	W Hotels	1	196
	The Luxury Collection	1	139
	Awasi	2	24
	Relais & Châteaux	2	22
КОЛУМБИЯ			
Budget & Economy	ibis	2	432
	Estelar Esencial	4	292
	MS Superior	5	215
	MS Plus	3	102
	MS Confort	2	67
	Estelar Apartamentos	1	22
Midscale & Upper Midscale	Hotusa Hotels	20	1 053
	Movich Hotels	7	913
	NH Hoteles	8	892
	Hampton by Hilton	7	768
	Holiday Inn Express	6	712
	Estelar Superior	7	625
	Holiday Inn	4	619
	Four Points by Sheraton	4	547
	TRYP by Wyndham	4	537
	GHL Relax	4	530
Upscale & Upper Upscale	Decameron	12	2 092
	Estelar Prime	8	1 350
	Dann Carlton Hoteles	7	1 134
	NH Collection	7	808
	Sonesta Hotels & Resorts	5	645
	Hilton Hotels & Resorts	2	586
	Lifestyle	2	443
	Radisson	2	432
	Marriott Hotels & Resorts	2	409
GHL Collection	5	408	

Продолжение таблицы А.1

КОЛУМБИЯ			
Классы	Бренды	Кол-во отелей	Кол-во номеров
Luxury	InterContinental Hotels & Resorts	3	871
	LVX	2	505
	JW Marriott	1	264
	Sofitel Hotels & Resorts	2	224
	W Hotels	1	168
	Four Seasons	2	126
	Preferred Residences	2	113
	Relais & Châteaux	1	12
ДОМИНИКАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА			
Midscale & Upper Midscale	Sunscape Resorts & Spas	3	1 494
	Barceló Hotels	3	941
	Coral	1	416
	BelleVue Hotels & Resorts	1	365
	Hodelpa Premium	3	310
	Fiesta Hotels & Resorts	1	298
	Hodelpa Grand	2	258
	Holiday Inn	1	179
	Courtyard by Marriott	1	143
	Quality	1	124
Upscale & Upper Upscale	Bahía Principe	7	3 911
Luxury	Catalonia	6	2 682
	RIU Clubhotels	3	2 348
	Dreams Resorts & Spas	4	2 267
	Meliá	5	1 978
	Iberostar Premium	4	1 937
	Hard Rock Hotel	1	1 787
	Princess Hotels & Resorts	4	1 743
	Occidental Resorts	2	1 498
	Palladium Hotels & Resorts	3	1 488
	Luxury Bahía Principe	7	2 938
	Be Live Collection	3	2 359
	RIU Palace Hotels	3	1 586
	Paradisus	1	1 140
	Breathless Resorts & Spas	1	750
	Iberostar Premium Gold	1	598
	Royalton Luxury Resorts	1	470
	The Royal Suites By Palladium	1	372
Chic Resorts by Royalton	1	320	
Royal Hideaway	1	298	
ЭКВАДОР			
Budget & Economy	Cialcotel	3	130
Midscale & Upper Midscale	Hotusa Hotels	5	417
	Howard Johnson	3	271
	Best Western Plus	1	185
	Best Western	2	163
	Mercure	1	147

Продолжение таблицы А.1

ЭКВАДОР			
Классы	Бренды	Кол-во отелей	Кол-во номеров
Midscale & Upper Midscale	Courtyard by Marriott	1	144
	Holiday Inn Express	1	141
	Holiday Inn	1	122
	Barceló Hotels	1	100
	Hampton by Hilton	1	95
Upscale & Upper Upscale	Hilton Hotels & Resorts	2	549
Luxury	Royal Decameron	2	479
	Wyndham	2	329
	Sheraton Hotels & Resorts	2	303
	Swissôtel Hotels & Resorts	1	277
	Dann Carlton	1	210
	Sonesta Hotels & Resorts	1	112
	NH Collection	1	112
	Exe Hotels	1	94
	Ascend Collection	1	37
	JW Marriott	1	257
МЕКСИКА			
Budget & Economy	One	40	4 990
	ibis	15	2 011
	City Express Junior	16	1 771
	Misión Express	11	919
	Microtel by Wyndham	4	504
	Wingate by Wyndham	1	176
	Baymont Inn & Suites	1	118
	The Exploreal by Fiesta Americana	2	96
	ibis Styles	1	79
Midscale & Upper Midscale	Fiesta Inn	66	9 403
	City Express	75	8 423
	Holiday Inn	56	7 850
	Holiday Inn Express	51	6 972
	Barceló Hotels	10	4 490
	Hampton by Hilton	29	4 042
	Misión	30	2 887
	Courtyard by Marriott	15	2 648
	Best Western	39	2 331
	Best Western Plus	19	2 028
Upscale & Upper Upscale	RIU Classic hotels	8	4 446
Luxury	Fiesta Americana	15	4 179
	Secrets Resorts & Spas	10	3 935
	Camino Real	17	3 807
	Dreams Resorts & Spas	8	3 043
	Marriott Hotels & Resorts	10	2 815
	Grand Oasis Hotels	4	2 455
	Crowne Plaza Hotels & Resorts	11	2 433

Продолжение таблицы А.1

МЕКСИКА			
Классы	Бренды	Кол-во отелей	Кол-во номеров
Luxury	Hilton Hotels & Resorts	8	2 272
	Grand Fiesta Americana	8	2 226
	Palace Resorts	8	4 985
	RIU Palace Hotels	6	2 905
	Pueblo Bonito	8	2 036
	InterContinental Hotels & Resorts	7	2 031
	Iberostar Premium Gold	4	1 758
	Hyatt Ziva	3	1 501
	JW Marriott	4	1 280
	Luxury Bahía Principe	2	1 178
	Grand Velas	3	1 110
El Dorado Resorts	4	1 032	
ПЕРУ			
Budget & Economy	Casa Andina Standard	14	775
	Tierra Viva	9	275
	ibis	1	247
Midscale & Upper Midscale	Casa Andina Select	6	658
	Hotusa Hotels	11	378
	Novotel	2	307
	Sonesta Posadas del Inca	4	208
	Estelar Superior	2	203
	Ramada Worldwide	2	180
	Courtyard by Marriott	1	154
	Dazzler	1	140
	Hilton Garden Inn	1	137
	Four Points by Sheraton	1	133
Upscale & Upper Upscale	Wyndham	8	800
	Casa Andina Premium	7	647
	Sheraton Hotels & Resorts	1	431
	Swissôtel Hotels & Resorts	1	345
	Libertador	4	338
	Aranwa Hotels	4	314
	Royal Decameron	1	313
	Westin Hotels & Resorts	1	301
	DoubleTree by Hilton	2	275
	Sonesta Hotels & Resorts	2	261
Luxury	JW Marriott	2	453
	The Luxury Collection	3	451
	Belmond Hotels	6	340
	Relais & Châteaux	3	78

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Международные гостиничные цепи в странах Латинской Америки на основании сайта freehotelguid.com

Таблица Б.1 – Международные гостиничные цепи Латинской Америки

Гостиничные цепи	Аргентина	Бразилия	Венесуэла	Доминик. Республика	Мексика	Панама	Пуэрто-Рико	Колумбия	Коста-Рико	Парагвай	Перу	Чили	Гватемала	Гондурас	Никарагуа	Сальвадор	Уругвай	Мартиника	Гваделупа	Гвиана	Эквадор	Итого
Unirez	4				9		2				2										1	18
Orbitz Exclusive	7		1	4	76	7		5	21		4	1	3	3	1		2	2			2	140
Vantis/VIP	4	1					1		4		1	2				1	1					15
Ramada Plazas Limiteds and Inns	1					1							1									3
Vantis	1			3		1	2							1							1	9
Utell International	4				13			5		1	1		1	1		1					1	28
Microtel Inns	1																					1
Sheraton Hotels and Resorts	2					1	2			1	1	1					1				1	10
Magellan Group	3																		1			4
Luxe Hotels	3			1	11			1													1	17
Independent	1	3		1				1										1				7
Ihotelier	10			5					4	1	5	2	3		1		3		2			36
Supranational	1	3																				5

Продолжение таблицы Б.1

Гостиничные цепи	Аргентина	Бразилия	Венесуэла	Доминик. Республика	Мексика	Панама	Пуэрто-Рико	Колумбия	Коста-Рико	Парагвай	Перу	Чили	Гватемала	Гондурас	Никарагуа	Сальвадор	Уругвай	Мартиника	Гваделупа	Гвиана	Эквадор	ИТОГО
Relais & Chateaux	1																					1
Reconline	3				15				5			1			2	1		1	3			31
World Hotels and Resorts	1					1																2
Epoque Hotels	3			1	1									1								6
IDISO Global Distribution Hotels	2										1										1	4
Hilton Garden Inn	1					1		1				1										4
Hotelred	1						1															2
Supranational				2																		2
Hilton International		1												1	1	1					1	5
Orient-express Hotels Ltd		1									2											3
Quality Inns		10					1		1							1						13
TravAmerica		4		2		2			12		4	4	1	2			1	1			1	34
AmeriHost Inn		1																				1
XN Global Res		1																				1
Keytel		1																				1

Продолжение таблицы Б.1

Гостиничные цепи	Аргентина	Бразилия	Венесуэла	Доминик. Республика	Мексика	Панама	Пуэрто-Рико	Колумбия	Коста-Рико	Парагвай	Перу	Чили	Гватемала	Гондурас	Никарагуа	Сальвадор	Уругвай	Мартиника	Гваделупа	Гвиана	Эквадор	ИТОГО
Columbus Reservation		1															1					2
Marriott Hotels and Resorts		2	1		10		1		3		1	1		1							1	22
Accor Hotels		10									2	2	1						1	1	1	18
Caesar Park Hotels		3																				3
Radisson Hotels		5				3		2				4	1				2					17
Leading Hotels of the World		1		1																	1	3
Park Inn		1																				1
Golden Tulip Hotels		8																				8
Great Hotels of the World		1																				1
Sercotel Hotels		1																				1
Steigenberger Hotel Group			1																			1
Leading Hotels of the World			1			1			1													3
Inter-Continental Hotels			1		7		1	2	1			1	1		1	1						16

Продолжение таблицы Б.1

Гостиничные цепи	Аргентина	Бразилия	Венесуэла	Доминик. Республика	Мексика	Панама	Пуэрто- Рико	Колумбия	Коста-Рико	Парагвай	Перу	Чили	Гватемала	Гондурас	Никарагуа	Сальвадор	Уругвай	Мартиника	Гваделупа	Гвиана	Эквадор	ИТОГО
Renaissance Hotels			1				1															2
SynXis			5	2	55	2			7		6	2	2			1						82
Small Luxury Hotels of the World				2			3	1	3					1								10
NH Hotels				1	9												1					11
Barcelo Hotels				2	7								1		2							12
LeisureLink				2	14																	16
Renaissance Hotels				1																		1
WorldRes				1																		1
Preferredboutique				2			1															3
Courtyard by Marriott				1		1	2		2												1	7
Rock Resorts				1																		1
Sol Melia S.A.	1			1	6	1		1			1	1					1					13
Wyndham Hotels				2		1	2	2	1		1											9
Holiday Inn					31							1				1						33
Banyan Tree Hotels and Resorts					2																	2

Продолжение таблицы Б.1

Гостиничные цепи	Аргентина	Бразилия	Венесуэла	Доминик. Республика	Мексика	Панама	Пуэрто-Рико	Колумбия	Коста-Рико	Парагвай	Перу	Чили	Гватемала	Гондурас	Никарагуа	Сальвадор	Уругвай	Мартиника	Гваделупа	Гвиана	Эквадор	ИТОГО	
Design Hotels					5																	5	
Four Seasons Hotels					1				1														2
Grand Heritage Hotels					1																		1
Americas Best Value Inn					1																		1
Summit Hotels and Resorts					3						2												5
Preferred Hotels and Resorts Worldwide					21						2		1		1								25
Keytel						1																	1
Trump Hotel Collection						1																	1
Sonesta Hotels and Resorts						1		3			3	2									1		10
Columbus Reservation Service						1		2															3
Rezlink Intl						1																	1
Sceptre Hospitality Resources						1	1																2

Продолжение таблицы Б.1

Гостиничные цепи	Аргентина	Бразилия	Венесуэла	Доминик. Республика	Мексика	Панама	Пуэрто-Рико	Колумбия	Коста-Рико	Парагвай	Перу	Чили	Гватемала	Гондурас	Никарагуа	Сальвадор	Уругвай	Мартиника	Гваделупа	Гвиана	Эквадор	ИТОГО
Suburban Lodge						1						1										2
Le Meridien						1																1
Tryp by Wyndham						1		2	1													4
Comfort Inns							2															2
Hilton Hotels and Resorts (U. S.)							3															3
Howard Johnson							3	1					1								3	8
Ascend Collection							1															1
HAMPTON INN							1	3	1												1	6
Hyatt							1		1													2
Embassy Suites								1														1
Aloft Hotels								1														1
Four Points Hotels by Sheraton								1														1
Best Western International								3				2	1		3					1	1	11
W Hotels								1														1
Sabre Exclusives								1														1
Genares Resrv									7													7

Окончание таблицы Б.1

Гостиничные цепи	Аргентина	Бразилия	Венесуэла	Доминик. Республика	Мексика	Панама	Пуэрто-Рико	Колумбия	Коста-Рико	Парагвай	Перу	Чили	Гватемала	Гондурас	Никарагуа	Сальвадор	Уругвай	Мартиника	Гваделупа	Гвиана	Эквадор	ИТОГО
Country Inns By Carlson									1													1
Otedis									1		2							1	1			5
Innlink									1						1							2
Doubletree Hotels											2	1										3
HotUSA											1	1					1				1	4
The Luxury Collection											2											2
Hotelrez												1										1
Cmnet												1										1
Best Western International																	1					1
Clarion Hotels														3								3
La Quinta Inns & Suites														1								1
Crowne Plaza															1							1
Atel Network																1			1			2
Hotel Port																					1	1
Innpoints Reserv																					1	1
Swissôtel																					1	1
ИТОГО	55	69	11	38	298	32	32	40	79	3	46	33	18	15	14	11	15	6	9	2	24	850

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Индустрия гостиничных услуг Латинской Америки

Таблица В.1 – Отели гостиничных цепей в странах Латинской Америки

Страны	Международные гостиничные цепи	Национальные гостиничные цепи	Итого
Аргентина	121	83	204
Бразилия	524	254	778
Чили	63	63	126
Колумбия	104	109	213
Доминиканская Республика	75	12	87
Эквадор	28	3	31
Мексика	459	412	871
Перу	58	51	109
Боливия	6		6
Коста-Рика	47		47
Куба	64	31	95
Панама	44		44
Парагвай	20		20
Уругвай	13		13
Венесуэла	9		9
Пуэрто-Рико	25		25
Гватемала	18		18
Гондурас	11		11
Никарагуа	15		15
Сальвадор	11		11
Мартиника	5		5
ИТОГО	1 720	1 018	2 738