

BIULETYN PRACOWNI HOTELARSTWA



WYŻSZA SZKOŁA HOTELARSTWA, GASTRONOMII I TURYSTYKI

NR 3 (Czerwiec 2010)

Od autorów,

Biuletyn spotyka się z coraz większym zainteresowaniem czytelników – z czego bardzo się cieszymy, wszelkie uwagi analizujemy i w następnych numerach postaramy się je uwzględnić.

W numerze trzecim kontynuujemy problematykę międzynarodowych organizacji gospodarczych hoteli.

W.D. i Cz.W.

Spis treści

1. Wybrane pojęcia i definicje dotyczące międzynarodowych systemów hotelowych (MSH). str.2
2. Powstanie i rozwój międzynarodowych systemów hotelowych (MSH). str.5
3. Hotelarstwo w świecie –
 - 3.1. InterContinental Hotels Group (IHG) - największa organizacja gospodarcza hoteli na świecie. str.9
 - 3.2. Ranking grup i łańcuchów hotelowych na świecie w 2010r. str. 17

Pkt. 1.

Wybrane pojęcia i definicje dotyczące międzynarodowych systemów hotelowych (MSH).

Umacnianie się na świecie globalnych organizacji gospodarczych hoteli zwanych powszechnie międzynarodowymi systemami hotelowymi oraz wyraźna ich ekspansja na polskim rynku hotelarskim powodują konieczność zdefiniowania podstawowych pojęć związanych z tym zagadnieniem.

Jednoznaczne zdefiniowanie pojęcia międzynarodowego systemu hotelowego oraz sprecyzowanie sposobu kwalifikowania (zaliczania) hoteli jako obiektów podporządkowanych, kontrolowanych czy powiązanych z międzynarodowymi systemami hotelowymi jest warunkiem poprawności badań będących w obszarze zainteresowania Pracowni Hotelarstwa.

Międzynarodowy System Hotelowy.

Po przeanalizowaniu dostępnej literatury i skonfrontowaniu różnych definicji z aktualną sytuacją gospodarczą w hotelarstwie światowym przyjęto jako podstawę dalszych analiz następującą **definicję MSH**:

Międzynarodowy system hotelowy jest umowną nazwą organizacji gospodarczej działającej w zakresie hotelarstwa w skali ponadnarodowej (globalnej). Międzynarodowe systemy hotelowe funkcjonują w różnym zakresie usług hotelarskich na różnych obszarach świata, przyjmują różne formy prawne, własnościowe i organizacyjne oraz zróżnicowane nazewnictwo. Międzynarodowy system hotelowy może funkcjonować jako jednorodna organizacja bądź jako grupa (konsorcjum) organizacji.

W skali globalnej będziemy mieli do czynienia z grupami kapitałowymi, które bardzo często obok działalności czysto hotelowej prowadzą szereg innych

działalności najczęściej w obszarze turystyki (ACCOR, **InterContinental Hotels Group** itp.)

Działające na rynkach światowych systemy trzeba też podzielić na dwa rodzaje:

1. Samodzielne firmy – grupy kapitałowe, zarządzające hotelami własnymi i innych podmiotów na zasadzie umów franchisingowych, umów o zarządzanie lub dzierżawę obiektu. Wymienione tu systemy z zasady prowadzą hotele kilku marek.
2. Dobrowolne zrzeszenia niezależnych hoteli, podejmujące wspólne działanie na rzecz stowarzyszonych hoteli przede wszystkim w zakresie marketingu i rezerwacji miejsc noclegowych.

Łańcuch, marka.

Szczeblem pośrednim, pomiędzy korporacjami (grupami) hotelowymi a samodzielnymi hotelami są **łańcuchy (marki)**, które łączą obiekty charakteryzujące się między innymi ściśle określonymi i egzekwowanymi:

- standardami wyposażenia i procedurami obsługi,
- zasadami eksploatacji,
- sposobami nadzoru i kontroli jakości usług.

Hotel powiązany z międzynarodowym systemem hotelowym.

Pojęcie hotelu powiązanego jest proste do zdefiniowania i odzwierciedla wpływ systemu na hotel funkcjonujący w ramach systemu, według zasad obowiązujących w systemie, prowadzonego przez system bezpośrednio lub przez system nadzorowanego.

Pojęcie hotelu powiązanego dotyczy więc:

- hoteli wybudowanych przez systemy i stanowiących ich własność;

- hoteli wybudowanych przy udziale MSH, których systemy są współwłaścicielami,
- hoteli funkcjonujących w ramach systemów na zasadzie umów franchisingowych, umów o zarządzanie, dzierżawy.

Więcej na ten temat znajdziecie Państwo w: Cz. Witkowski, Aktywność międzynarodowych systemów hotelowych na polskim rynku, ALMAMER, Warszawa 2007.

Pkt. 2.

Powstanie i rozwój międzynarodowych systemów hotelowych (MSH).

Przesłanki powstania

Za kluczowe przesłanki powstania światowych organizacji gospodarczych hoteli uważa się powszechnie:

- popyt na usługi hotelarskie jako rezultat powstania i dynamicznego rozwoju szeroko rozumianego, atrakcyjnego dla przedsiębiorstw i inwestorów światowego rynku turystycznego, obejmującego ruch podróżniczy, niezależnie od celu wyjazdu i pobytu,
- atrakcyjność inwestycji w obiekty hotelarskie,
- koncentrację kapitału,
- ostrą konkurencję na rynku turystycznym,
- wzrost wymagań ze strony gości.

Pierwsze MSH powstały w USA przed II wojną światową. Do najstarszych systemów należą Hilton Corporation i Carlson Hospitality Worldwide, których początki sięgają przełomu XIX i XX wieku.

W początkowym okresie rozwoju MSH koncentrowały się na segmencie gości najbogatszych, budując dla nich sieci luksusowych hoteli. Po opanowaniu tego rynku systemy zainteresowały się innymi grupami turystów, odpowiadając w ten sposób na potrzebę dostosowania standardów hoteli, zakresu usług i cen do zróżnicowanego zapotrzebowania ze strony gości.

Kierunki rozwoju

Hotelarstwo w gospodarce światowej pozostanie ważną i dochodową działalnością gospodarczą. O rozwoju hotelarstwa będzie decydowała dynamika ruchu turystycznego, ale też rozwój ruchu turystycznego będzie zawsze determinowany stanem bazy noclegowej.(...) Wraz z rozwojem hotelarstwa będzie się umacniać pozycja międzynarodowych systemów hotelowych. Będą one odgrywać coraz większą rolę we współczesnym hotelarstwie, a tym samym w obsłudze ruchu

turystycznego. Będą też istotnym czynnikiem rozwoju samego hotelarstwa, stanowiącego warunek rozwoju turystyki.

Prognozowane kierunki rozwoju:

- umacnianie pozycji w obsłudze ruchu turystycznego, dążenie do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej nad tradycyjnymi firmami, koncentracja pionowa i pozioma;
- ekspansja programowa, dywersyfikacja standardu i zakresu działalności wyspecjalizowanych marek i obiektów;
- ekspansja terytorialna, zdobywanie nowych, jeszcze nie zagospodarowanych rynków - globalizacja działania;
- wykorzystanie możliwości wynikających z postępu technicznego i organizacyjnego;
- priorytetowe traktowanie jakości usług i ochrony środowiska.

Należy sądzić, że w perspektywie tylko duże, dobrze zorganizowane systemy będą miały szansę skutecznego działania na współczesnym rynku turystycznym, będzie więc pogłębiał się proces koncentracji. Wykształci się kilka dominujących grup kapitałowych kontrolujących znaczną część hotelarstwa w świecie. Trwać będzie i nasilać się proces podporządkowania grupom kapitałowym istniejących MSH, samodzielnych firm i poszczególnych obiektów.(...)

Duże grupy kapitałowe nie będą się angażowały w bezpośrednie inwestycje w obiekty hotelarskie. Inwestycje będą realizowane przez specjalnie powoływane spółki inwestycyjne w poszczególnych krajach lub regionach świata, które będą prowadziły budowę i eksploatację hoteli przy zaangażowaniu różnych źródeł finansowania inwestycji, przede wszystkim banków i firm budowlanych.(...)

Podstawową formą zarządzania hotelami będą umowy franchisingowe. Należy również zakładać rozwój dobrowolnych zrzeszeń, jako szczególnej formy koncentracji w hotelarstwie.(...)

Systemy będą dostosowywać oferty hoteli do potrzeb, wymagań, zainteresowań i możliwości finansowych różnych grup gości i organizatorów turystyki. Będzie to

realizowane przez różnicowanie standardów i zakresu działania obiektów i całych marek (łańcuchów). Istota ekspansji programowej polega na przygotowaniu oferty noclegu, żywienia i pobytu nie tylko dla rosnącego ilościowo ruchu turystycznego, ale i zmieniającej się struktury przyjazdów. Będą oferowane nowe usługi i nowe marki obiektów w odpowiedzi na zapotrzebowanie rynku, tak jak to miało miejsce w przypadku powstania hoteli kongresowych, sportowych, uzdrowiskowo-leczniczych, apartamentowych.(...)

Pogłębi się zjawisko wychodzenia hoteli poza tradycyjną działalność noclegowo-gastronomiczną. Programy będą rozbudowywane o usługi rekreacyjno-wypoczynkowe, zdrowotne, obsługę imprez organizowanych poza obiektami.

Utrzyma się zainteresowanie obsługą turystyki biznesowej, kongresowej, imprez kulturalnych i sportowych jako segmentów uważanych za najbardziej dochodowe dla hoteli wyższej kategorii posiadających rozbudowane programy użytkowe.(...)

Systemy będą dążyły do opanowania jak największej części rynku w układzie terytorialnym. (...)

Międzynarodowe systemy hotelowe były zawsze nośnikiem postępu technicznego i organizacyjnego. Pozycja ta zostanie utrzymana i umocniona.(...)

Skala działania MSH wymuszać będzie maksymalne wykorzystanie systemów informatycznych przy obsłudze gości, organizacji pracy i zarządzaniu.

Priorytetowe traktowanie jakości usług i ochrony środowiska jest we współczesnym świecie zarówno podstawowym trendem rozwoju usług jak i podstawową metodą walki konkurencyjnej o pozyskanie i utrzymanie klienta. W zakresie jakości usług umacniane i rozwijane będą następujące kierunki: stała dbałość o wysoki, stabilny poziom usług, budowa zadowolenia klienta przez jakość, rozwijanie programów wiążących gościa z marką - premiujących stałych klientów.(...)

Hotel, koncentrując ruch osób i pojazdów, dostawy wyposażenia i zaopatrzenia spożywczego, „produkuje” zanieczyszczenia, ścieki i odpady, jak również zużywając znaczne ilości energii i wody, stwarza określone zagrożenia dla środowiska.(...)

Szeroko rozumiana ochrona środowiska będzie coraz bardziej ważnym kierunkiem działania w branży hotelarskiej. Zarówno poszczególne obiekty jak i zarządzające nimi systemy będą kontynuować działania w kierunku: racjonalnego gospodarowania energią i wodą gromadzenia odpadów, stosowania ekologicznych materiałów i proekologicznych rozwiązań technicznych.

Więcej na ten temat: Cz. Witkowski, Hotelarstwo cz.II, Międzynarodowe Systemy Hotelowe, ALMAMER, Warszawa 2003

Pkt. 3. 1

Hotelarstwo w świecie– InterContinental Hotels Group (IHG) największa organizacja gospodarcza hoteli na świecie.

IHG jest największym operatorem hoteli na świecie, posiada najwięcej pokoi hotelowych spośród wszystkich istniejących sieci hotelowych. Znajdują się one w ok 4 400 w hotelach w ok 100 państwach na wszystkich kontynentach. Każdego dnia w hotelach IHG nocuje ok 180 mln gości na całym świecie. IHG jest siecią zrzeszającą 7 marek hotelowych.

- ✓ InterContinental
- ✓ Crowne Plaza
- ✓ Hotel Indigo
- ✓ Holiday Inn
- ✓ Holiday Inn Express
- ✓ Staybridge Suites
- ✓ Candlewood Suites



Na 31.12.2009 liczba oferowanych pokoi wynosi 646 679.

Historia

Historia IHG rozpoczęła się od przedsiębiorcy Williama Bass'a który w 1777 roku w wieku 60 lat założył Bass Brewery w Burton-on-Trent we wschodniej Anglii. Po jego śmierci browarniczy biznes przejął jego syn Michael Sr. a następnie wnuk Michael Jr. W tym czasie Bass Brewery stało się najlepiej prosperującą i największą wytwórnią piwa na świecie posiadając kilka browarów i rynek zbytu w Europie, Azji. Przez wprowadzone przez Brytyjskie władze ograniczenia dotyczące liczby pubów Bass był zmuszony zamknąć część z nich.

Firma zaczęła inwestować w branżę hotelarską. W 1990 roku Bass zakupiło North American Holiday Inn obejmując swoją działalnością całą Amerykę Północną. Powstała sieć hoteli oferujących niedrogi noclegi rodzinom w czasie podróży po Stanach Zjednoczonych.

W 1991 została utworzona marka Holiday Inn Express, a w 1994 roku Crowne Plaza- luksusowa marka skierowana dla zamożniejszych gości.

W 1997 roku tworzona jest nowa marka - Staybridge Suites by Holiday Inn, która stała się najszybciej rozwijającą marką grupy Bass.

W 1998 roku grupa dokonuje dużego zakupu kupując firmę InterContinental wraz ze wszystkimi podlegającymi jej markami.

W 2000 roku sprzedaje Belgijskiemu browarowi Bass Brewary za 2.3 miliardy funtów. Pozbywa się również części podlegających jej barów i pubów coraz więcej inwestując w branżę hotelarską. Grupa w tym samym roku zmienia nazwę na Six Continents PLC.

W 2002 roku Six Continents PLC na zawsze zrywa z branżą browarniczą. Proces rozłączania zakończył się w 2003 roku powołując do życia InterContinental Hotels Group PLC i idącą w innym niż hotelarstwo kierunku Mitchells & Butlers PLC. W 2003 roku sprzedaje część z hoteli Staybridge Suites i powołuje do życia nową markę Candlewood Suites specjalizującą się w dłuższych pobytach gości.

2004 rok zaowocował powstaniem nowej ostatniej jak dotąd marki - Hotel Indigo.

Grupa działa sprawnie oferując pobyt w hotelach o różnym standardzie na całym świecie. Przykłada wielką wagę do ujednoczenia wizerunku poszczególnych marek i podwyższania standardów nie podnosząc cen.

Struktura organizacyjna

Grupa IHG podzieliła cały świat na 3 regiony:

1. Region Ameryki Północnej i Południowej
2. Region Europy, Środkowego Wschodu i Afryki
3. Region Azji oraz Australii z Oceanią

Światowa siedziba korporacji IHG (centrala) mieści się w Wielkiej Brytanii w **Denham**. Zarządza ona hotelami w Europie, Środkowym Wschodzie oraz Afryce. Podlegają jej również dwie jednostki terenowe w Atlancie (Ameryka) oraz w

Singapurze (Chiny). Siedziba w Atlancie zarządza hotelami w obu Amerykach, a w Singapurze hotelami w Azji, Australii i Oceanii oraz Chinach. Właścicielem korporacji IHG jest Andy Cosslett, a prezesem zarządu Philip Charles Naughton.

Region Ameryki Północnej i Południowej

W tym regionie na obecną chwilę znajduje się 3 479 hoteli z 445 354 pokojami. Najszybciej rozwijającą się marką w Ameryce jest Holiday Inn Express, który posiada 1846 otwartych hoteli oraz 486 hoteli w budowie. Dobrze rozbudowaną siecią jest również Holiday Inn. W Ameryce najmniejszą ilość hoteli posiada Hotel INDIGO, zaledwie 32. Jednak jest ona początkująca na rynku i w planach ma budowę kolejnych 47 hoteli. Mało jest również hoteli InterContinental, bo 55 otwartych i 6 w budowie.

Struktura biznesowa

Franczyza	3 245 hoteli
Zarządzanie	223 hoteli
Własność/dzierżawa	11 hoteli

Region Europy, Środkowego Wschodu i Afryki

Region Europy, Środkowego Wschodu i Afryki posiada 695 hoteli z 120 296 pokojami. Największą część z nich, bo aż 333 stanowi Holiday Inn oraz Holiday Inn Express (197).

Struktura biznesowa

Franczyza	520 hoteli
Zarządzanie	171 hoteli
Własność/dzierżawa	4 hotele

Region Azji oraz Australii z Oceanią

Mieszczą się tam 264 hotele z 81 029 pokojami. Najbardziej rozbudowaną marką jest Holiday Inn - 102 hoteli otwartych oraz 77 w budowie. Na drugim miejscu

co do ilości hoteli jest Crowne Plaza- 71 hoteli i 72 w budowie oraz InterContinental- 46 hoteli i 34 w budowie.

Struktura biznesowa

Franczyza	34	hoteli
Zarządzanie	228	hoteli
Własność/dzierżawa	2	hotele

Obiekty w Polsce:

*InterContinental***** (Warszawa)*

*Holiday Inn Warszawa**** (Warszawa)*

*Holiday Inn Warszawa – Józefów**** (Józefów)*

*Holiday Inn Kraków City Center***** (Kraków)*

*Express by Holiday Inn Kraków*** (Kraków)*

*Holiday Inn Wrocław**** (Wrocław)*

*Holiday Inn Gdańsk*****

Współpraca z IHG

W International Hotels Group występują 3 różne formy zależności prawnej. IHG ma hotele bezpośrednio należące do grupy, inne które są tylko zarządzane przez managerów z IHG i jeszcze inne działające na podstawie franczyzy.

Hotele własne

Jest ich na dzień dzisiejszy 17 co stanowi mniej niż 1% spośród wszystkich współpracujących hoteli. Są one zarządzane przez managerów wybieranych i zatrudnianych przez Grupę. Jest to forma bardzo kapitałochłonna ale ma się wtedy największą kontrolę i cały dochód jest własnością IHG.

Hotele zarządzane przez IHG

Właścicielem budynku w tym przypadku nie jest IHG. Taka forma należności

jest stosowana w przypadku 622 hoteli na świecie. Zazwyczaj Dyrektor Generalny i Finansowy jest pracownikiem IHG. To oni decydują o zarządzaniu hotelem i jego standardzie odpowiadając przy tym bezpośrednio przed kierownictwem IHG. Zazwyczaj w kontrakcie Grupa zastrzega sobie 1-3% z całych dochodów hotelu. Lecz ta stawka może różnić się w zależności od kraju i marki.

Umowa franczyzy

Na takiej zasadzie działa najwięcej hoteli IHG, bo aż 3,799. Decydując się na takie rozwiązanie franczyzobiorca zyskuje wiele plusów. Przede wszystkim działa pod szyldem znanej i cenionej marki. Nie musi inwestować w reklamę. Może również liczyć na pomoc ze strony IHG w postaci podłączenia do wspólnej bazy danych, systemu rezerwacji, dostępu do strony internetowej. Właściciela takiego hotelu obejmują również wszystkie akcje promocyjne. IHG czerpie za to określony procent od obrotu. Może on wynosić ok 5% lecz wszystko zależne jest od państwa i marki.

Marki:



InterContinental hotels & resorts

InterContinental Hotels & Resorts jest najbardziej prestiżowym hotelem marki IHG. Jest zlokalizowany w głównych miastach, w ponad 60 krajach świata. Oferuje najwyższy standard usług zarówno dla klientów biznesowych, jak indywidualnych. Jest to najstarsza marka, która dziś należy do grupy IHG. Została założona w 1946 r. przez firmę PanAmerican World Airlines. Pierwszym hotelem, który powstał był Hotel Grande w Belem w Brazylii. Obecnie na całym świecie znajduje się 166 hoteli z 56 121 pokojami. Dodatkowo 63 hotele z 20173 pokojami są w realizacji.



Crowne Plaza hotels & resorts

Crowne Plaza hotels & resorts to dynamicznie rozwijająca się marka grupy IHG posiadająca hotele w ponad 50 krajach świata. Jego oferta skierowana jest głównie do klientów biznesowych jak indywidualnych lubiących elegancję i wysoki standard usług. W każdym hotelu tej marki znajduje się 24- godzinny business service, bezprzewodowy dostęp do Internetu oraz fitness club bądź inne atrakcje umożliwiające spędzenie wolnego czasu w ciekawy sposób. Pierwszym powstałym hotelem marki Crowne Plaza Hotels & Resorts był Holiday Inn Crowne Plaza w USA w Rockville.

Obecnie na całym świecie znajdują się 366 hoteli z 100 994 pokojami. Dodatkowo 129 hotele z 38 555 pokojami są w realizacji.



Hotel INDIGO

Każdy hotel marki INDIGO jest zaprojektowany i udekorowany zgodnie z lokalną kulturą. Dlatego każdy hotel tej marki ma swój niepowtarzalny styl. Hotele INDIGO są innowacyjne i każdy posiada m. in. Fitness Studio z profesjonalnymi przyrządami i zabiegami. Hotele są lokalizowane w centrach miasta, niedaleko miejskich rynków, które zapewniają dostęp do lokalnego biznesu, detalicznego handlu oraz atrakcji kulturalnych. W roku 2004 został otwarty pierwszy Hotel INDIGO w Atlancie.

Obecnie na całym świecie znajduje się zaledwie 33 hoteli tej marki z 4 030 pokojami. Dodatkowo 53 hotele z 6 660 pokojami są w realizacji. Jest to najmłodsza marka grupy IHG, więc dopiero się rozwija.



Holiday Inn

Jest to jedna z najbardziej rozpoznawalnych marek hotelowych na świecie. Swoim klientom oferuje miłą obsługę, nowoczesne udogodnienia i doskonały standard. Hotele tej marki znajdują się na całym świecie, zarówno w małych jak i dużych miastach. Firma została założona w 1952 r. przez Kemmons'a Wilson'a w Memphis. Pierwszy hotel marki Holiday Inn został otwarty w 1968 r. w Holandii.

Na świecie znajduje się 1 319 hoteli marki Holiday Inn z 240 568 pokojami. Dodatkowo 338 hotele z 59 008 pokojami są w realizacji.



Holiday Inn Express

„Świeży, czysty i nieskomplikowany hotel oferujący komfort, wygodę i najdogodniejsze warunki pobytu” Hotele tej marki są dogodnie położone na całym świecie i oferują konkurencyjny standard dla klientów biznesowych oraz indywidualnych.

Obecnie na świecie znajduje się 2 069 hoteli i 188 007 pokoi. Dodatkowo 563 hotele z 57 756 pokojami są w realizacji.



Staybridge Suites

Jest to hotel o wysokim standardzie, który świadczy praktycznie wszystkie usługi. Przeznaczony jest głównie dla klientów biznesowych i dla klientów indywidualnych o wysokich wymaganiach. Marka powstała w 1997 roku, a rok później powstał pierwszy hotel w USA w Alpharetta w stanie Georgia.

Staybridge Suites posiada 182 hotele z 19 885 pokoi. Dodatkowo 123 hotele z 13 360 pokojami są w realizacji.



CANDLEWOOD Suites

Ta marka działa wyłącznie na terenie USA oraz Kanady. Hotele są przeznaczone głównie dla klientów indywidualnych, którzy cenią sobie komfort pobytu oraz dużą przestrzeń w pokojach. Firma została założona w 1995 r. przez Jack'a DeBoer'a, natomiast pierwszy Chotel powstał rok później w Kansas w Wichita.

Marka posiada aż 254 hotele z 25 283 pokojami. Dodatkowo 169 hotele z 14 851 pokojami są w realizacji.



PRIORITY CLUB

Największy i pierwszy na świecie hotelowy program lojalnościowy, który powstał w 1983 r. Sprawia, że podróżni przywiązują się do danej marki, gdyż mają z tego wiele różnych korzyści. Dzięki członkostwu w „Priority club” można korzystać m.in. z darmowych noclegów, darmowych lotów ponad 40 liniami lotniczymi na całym świecie, degustacji ekskluzywnych win, voucherów do markowych sklepów oraz zniżek w klubach fitness. Obecnie w programie jest zarejestrowanych ponad 48 milionów członków, a średnio w każdym miesiącu dołącza 600 tysięcy nowych członków.

Dane dotyczą 2009 roku.

Więcej na ten temat: www.ihgplc.com

**Pkt. 3. 2. Ranking grup i łańcuchów hotelowych na świecie w 2010r.
Ranking grup hotelowych (1.01.10r.)**

Pozycja 2010(2009)	Grupa	Liczba hoteli		Zmiana hoteli	Liczba pokoi		Zmiana pokoi
		2010	2009		2010	2009	
1 (1)	IHG	4 432	4 186	246	643 787	619 851	3,9%
2 (2)	Wyndham Worldwide	7 112	7 043	69	597 674	592 880	0,8%
3 (4)	Hilton Hotels	3 526	3 259	267	587 813	544 361	8,0%
4 (3)	Marriott International	3 329	3 088	241	580 876	545 705	6,4%
5 (5)	Accor	4 111	3 984	127	492 675	479 069	2,8%
6 (6)	Choice	6 021	5 827	194	487 410	472 526	3,1%
7 (7)	Best Western	4 048	4 032	16	308 477	305 387	1,0%
8 (8)	Starwood Hotels and Resorts	979	942	37	291 638	284 800	2,4%
9 (9)	Carlson Hospitality	1 059	1 013	46	159 756	151 487	5,5%
10 (10)	Hyatt Hotels Corp.	399	373	26	120 031	114 343	5,0%
	Suma	35 016	33 747	1 269	4 270 137	4 110 409	3,9%

Źródło: Base de données MKG Hospitality – Statistiques officielles des chaînes hôtelières – Mai 2010

Ranking łańcuchów hotelowych (1.01.10 r.)

Pozycja 2010(2009)	Nazwa	Grupa	Liczba hoteli		Zmiana hoteli	Liczba pokoi		Zmiana pokoi
			2010	2009		2010	2009	
1 (1)	Best Western	Best Western	4 048	4 032	16	308 477	305 387	1,0%
2 (2)	Holiday Inn	Intercontinental Hotels Group	1 319	1 353	-34	240 568	249 691	-3,7%
3 (3)	Comfort Inns & Suites	Choice	2 603	2 550	53	201 165	196 689	2,3%
4 (4)	Marriott Hotels	Marriott International	545	531	14	198 755	193 230	2,9%
5 (5)	Hilton	Hilton Hotels	535	521	14	192 726	185 909	7,5%
6 (6)	Express by Holiday Inn	Intercontinental Hotels Group	2 069	1 932	137	188 007	173 794	8,2%
7 (7)	Hampton Inn	Hilton Hotels	1 740	1 619	121	171 253	159 720	6,5%
8 (8)	Days Inn of America	Wyndham Worldwide	1 858	1 880	-22	149 633	152 971	-2,2%
9 (9)	Sheraton Hotels	Starwood Hotels and Resorts	392	409	-17	139 411	143 278	-2,7%
10 (10)	Super 8 Motels	Wyndham Worldwide	2 137	2 110	27	132 876	130 920	1,5%
11 (11)	Quality Inns & Suites	Choice	1 354	1 281	73	127 747	123 042	3,8%
12 (12)	Courtyard	Marriott International	858	808	50	125 206	117 258	6,8%
13 (13)	Ramada Worldwide	Wyndham Worldwide	910	897	13	118 880	114 986	3,4%
14 (14)	Motel 6	Accor	1 060	1 003	57	105 651	101 935	3,6%
15 (15)	Ibis	Accor	861	814	47	102 167	94 742	7,8%

Źródło: Base de données MKG Hospitality – Statistiques officielles des chaînes hôtelières – Mai 2010

Więcej informacji na temat rankingu znajdziecie Państwo w miesięczniku HTR nr 179-180 (maj/czerwiec 2010) - w Bibliotece Uczelni.