

Ìñêâó øåñòîé ãïä Ìäöÿä iðèçíàþò ìèðîâûì ëèäåðii ïi äiðîââèçíå ìòåëåé

Ìñêâà ñòàëà ãïðîâii ñ ñàïíé âûñîêîé â ìèðå ñòïèñòüþ iðîæèâàíèÿ â ìòåëÿð øåñòîé ãïä Ìäöÿä â 2010 ãïäó, ièøåò ÐÈÀ "Íâññòè Group (HRG).

Èàé ìòïå÷àåò â èññëåäâàíèè, ñðåäíèå öåíû íà ãïñòèíèöû â ðîññèéñêîé ñòïèøð åííâû íeàçàëèñü ñàïùè âûñîêèìè â ìèðå íåññòðîñêâàé ñòïèøð åííâû íà ðåéòèíâå òäó Íúþ-Éîðê, Æåíââà, Íàðèæ è Öþðèõ. Óàéæå â ïåðâóþ äåñýòêó âîøëè Åàøèíâòí, Åííâíâ, Ñòïèäíëü, Åíðå

Öåíû íà ååðîâéñêèå ãïñòèíèöû, ñïâëàñii ãàííû ìò÷åòà, ïàäàëè â 2010 ãïäó âòîðîé ãïä Ìäöÿä. Óàé, óêàçûâàåòñÿ â ìàòåðèàëàô, ïîññèå

Â òi æå åðåìÿ, ìòïå÷àåòñÿ â äîéëàää, åíðåâèè íáùåâåðîâéñêîé òåíäåíöèè óâåëè÷ëëèñü öåíû íà ìòåëè Ååëèêâðèòàíèè, íîéàçåâ

Ñ äðóâíé ñòîðîíû, áïëüðå åñâåâi Ìäöîâæàëè â iðîøëii ãïäó ãïñòèíèöû Åôðèè è Åçèàòñê-Öèõñêåàíñêâi ðåäèíâ. Óàéæå Ìäöîâæ

"Å Íúþ-Éîðêå ìàáéþâàéñü ñóùåñòâåííâ ÿâåéè ñòàâíè â 4% â 2010 ãïäó iñ ñðåââíèþ ñ ïàäâíèå ìà 9% â 2009 ãïäó", - ìòïå

Íà Åëèæíå Æñòîéå, çàéëþ÷åòñÿ â èõ èññëåäâàíèè, ñòàâèè íêàçàëè íàèáëüðåå ïàäâíèå iñ ñðåââíèþ ñi âñâìè ïñòàëüíûè ðå