
ФАКТЫ, ОЦЕНКИ, ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 338.48

МИРОВОЕ ГОСТИНИЧНОЕ ХОЗЯЙСТВО: УРОВЕНЬ И ДИНАМИКА КЛЮЧЕВЫХ ПАРАМЕТРОВ

В.А. Назаркина, Б.И. Штейнгольц

Новосибирский государственный технический университет

E-mail: valeria71@bk.ru, service@fb.nstu.ru

В статье рассматриваются основные показатели объема и эффективности деятельности мировой гостиничной сферы, публикуемые в официальных и неофициальных отчетах и исследованиях: объем мирового гостиничного рынка, доходность на номер, стоимость размещения в отелях мира, уровень сервиса, заполняемость номерного фонда, ряд других. Данные классифицированы в разрезе стран, городов, ведущих мировых гостиничных сетей. Приведенная статистика показывает состояние современной гостиничной сферы (темпы роста гостиничной индустрии, стабильность ее положения выдвигают отрасль на одно из лидирующих мест в мировой экономике) и позволяет разрабатывать стратегические направления развития данной сферы.

Ключевые слова: объем мирового гостиничного хозяйства, доходность на номер, стоимость размещения в гостиничных номерах, заполняемость номерного фонда, уровень сервиса, потребительский спрос, гостиничные сети.

WORLD HOTEL INDUSTRY: LEVEL AND DYNAMICS OF KEY PARAMETERS

V.A. Nazarkina, B.I. Shteingoltz

Novosibirsk State Technical University

E-mail: valeria71@bk.ru, service@fb.nstu.ru

The article considers main indicators of scope and efficiency of activity of the world hotel industry, published in official and unofficial reports and studies: volume of the world hotel market, service level, room occupancy rate, some others. Data is classified by countries, cities, leading world hotel chains. The represented statistics shows the state of modern world hotel industry (growth rates of hotel industry, its sustainable position put the industry into one of the leading places in the world economy) and makes it possible to elaborate strategic directions of development of this sphere.

Key words: scope of world hotel industry, profitability per room, cost of hotel accommodation, room occupancy rate, service level, consumer demand, hotel chains.

Исследованием показателей состояния и развития гостиничной сферы занимаются многие ведущие аналитические центры и консалтинговые фирмы в разных странах мира. Система этих показателей (с учетом потребительской удовлетворенности) достаточно обширна, поэтому в данном исследовании авторы остановились на ключевых показателях, определяющих эффективность функционирования гостиничной сферы.

Рассмотрим подробнее эти показатели.

Объем мирового гостиничного рынка. В настоящее время этот рынок составляют более 350 тыс. гостиниц разного уровня, их номерной фонд – 14 млн номеров, в которых одновременно могут проживать 26 млн человек. За последние 15 лет наблюдается значительная динамика роста средств размещения: количество номеров ежегодно возрастает в среднем на 3,5 %. Структура мирового гостиничного рынка отражает туристские потоки и по географическому принципу: чем больше туристов в той или иной стране, тем больше средств размещения она имеет. Даже несмотря на то, что аналитические данные в различных информационных источниках существенно расходятся, темпы роста гостиничной индустрии, стабильность ее положения и темпы роста выдвигают отрасль на одно из лидирующих мест в мировой экономике.

Несомненный лидер по количеству номеров – европейский континент. Его гостиничный фонд составляет 45 % от мирового, но необходимо отметить, что по темпам роста он уступает другим континентам [10].

Доходность на номер (RevPAR – revenue per available room). Этот показатель рассчитывается как производное средней цены продажи номера и загрузки, т.е. это реакция спроса на ценовую политику отеля.

Весьма любопытные данные по этому показателю представлены в отчете маркетинговой компании STR GLOBAL [14]. Анализ данных позволил рассчитать средние показатели прибыли дохода от каждого гостиничного номера по странам мира (табл. 1).

Достаточно интересны прогнозные данные по этому показателю, подготовленные авторами на основе отчета консалтинговой компании PWS [9] (табл. 2).

Стоимость размещения в отелях мира. Международный сервис онлайн-бронирования HRS.com представил аналитическую информацию о динамике цен на проживание в основных туристских дестинациях мира.

Восточная Европа и Россия показывают снижение стоимости. Так, ночь в Москве стоит на данный момент 135 евро, в Санкт-Петербурге – 77, это на 7,5 % меньше, чем в прошлом году.

В Европе лидерами снижения стали Осло, Стамбул и Стокгольм. В этих городах стоимость проживания упала на 7 %. Стоимость номера составляла 115 евро в Осло, 127 в Стокгольме и 82 евро в Стамбуле.

Среди «подорожавших» городов Европы на первом месте Афины, здесь увеличение стоимости бронирования составило 15 %. Далее следует Лондон (13 %), Варшава (12 %) и Милан (11 %).

В крупнейших мировых туристских центрах наблюдается разнонаправленная динамика. Сильнее всего подешевели номера в Сиднее – на 15 %, в Торонто – на 9,5 %, Гонконге – на 8 %.

Таблица 1

Средние показатели прибыли от каждого гостиничного номера по странам мира за 2013 г.

Страна	Средняя стоимость проживания евро/день	Средняя прибыль от каждого номера евро/день
Великобритания	95	74
Германия	99	72
Италия	128	90
Испания	82	56
Россия	124	78
Бразилия	160	70
Канада	95	61
США	80	51
Мексика	68	37
ОАЭ	167	128
Саудовская Аравия	190	117
ЮАР	79	48
Египет	59	32
Сингапур	175	151
Австралия	138	108
Китай	102	67
Индия	100	55

Таблица 2

Темпы роста показателя доходности гостиничных номеров в 2014 и 2015 гг., % (прогноз)

Город	2014г.	2015 г.
Дублин	5,2	3,8
Лондон	3,8	5,2
Париж	3,8	2,4
Берлин	3,2	1,8
Вена	2,7	1,2
Москва	2,6	2,8
Прага	2,1	3,2
Брюссель	0,2	1,2
Мадрид	-2,8	-1,6

Есть и подорожание. Значительнее всего повысилась цена на ночь в Мехико – на 12 %, в Дели – на 11 %, Лос-Анджелес прибавил 9 %.

Если говорить о самых дорогих отелях мира, представляет определенный интерес составленный авторами на основании данных портала «РБК-недвижимость» перечень самых дорогих гостиничных номеров в отелях мира (данные за 2013 г.) (табл. 3) [3].

Очень важный для специалистов сугубо качественный показатель работы гостиницы – уровень сервиса. Согласно данным Онлайн-службы ре-

Таблица 3

Самые дорогие гостиничные номера в отелях мира в 2013 г.

Город	Отель	Стоимость проживания, тыс. долл./сут
Женева	President Wilson Hotel	59,0
Лас-Вегас	Palms Casino Resort	40,0
Нью-Йорк	Four Seasons Hotel	34,0
Рим	Villa La Capula	29,0
Токио	Ritz-Carlton	25,0
Багамские острова	The Atlantis	22,0
Париж	Park Hyatt Paris-Vendome	20,0
Дубай	BurjAL Arab	19,0
Москва	Ritz-Carlton	18,2
Канны	Martinez Hotel	18,0

зервирования гостиниц Hotel.com клиенты все ниже оценивают уровень сервиса гостиниц во всех странах. По 10-балльной шкале – сервис гостиниц Москвы получил только 7,1 балла. Гостиницы Парижа – 6,73; Лондона – 6,58; Рима – 6,92; Токио – 7,67; Варшавы – 7,9; Хельсинки – 7,65; Берлина – 7,54; Праги – 7,52; Софии – 7,49; Бангкока – 7,47 балла. Как видим, все крупные города мира по уровню гостиничного сервиса не достигли 8 баллов [3].

Заполняемость номерного фонда. Этот показатель был рассчитан на основе данных консалтинговой группы STR GLOBAL [14].

Показатель заполняемости номерного фонда целесообразно рассматривать в разрезе стран и городов (табл. 4).

Таблица 4

Средняя заполняемость гостиниц стран мира в 2013 г.

Регион	Страна	Заполняемость гостиницы, %
Страны Европы	Великобритания	78,4
	Германия	72,7
	Италия	69,8
	Испания	68,8
	Россия	63,1
Страны Америки	Бразилия	70,3
	Канада	64,7
	США	63,1
	Мексика	54,2
Страны Африки и Ближнего Востока	ОАЭ	76,7
	Саудовская Аравия	61,5
	ЮАР	61,5
	Египет	54,6
Страны Азиатско-Тихоокеанского региона	Сингапур	86,1
	Австралия	78,1
	Китай	65,8
	Индия	54,8

Страны Европы. Как видно из табл. 4 европейским лидером является Великобритания, далее Германия, Италия, Испания, а замыкает пятерку лидеров Россия. Среди европейских городов лидирует г. Венеция (Италия). В этом городе показатель заполняемости увеличился в 2013 г. на 12 % и составил 85,2 %, далее Манчестер (Англия), где заполняемость составила 82,9 %. Снижение этого показателя на Европейском континенте аналитики отметили в г. Тель-Авив (Израиль), в г. Мальма (Швеция) и в г. Афины (Греция). Диапазон снижения от 14,7 до 12,5 %.

Страны Северной и Южной Америки. Среди стран Северной Америки лидером по заполняемости гостиниц является Канада, далее расположились США и Мексика. В Южной Америке наибольшая заполняемость отмечается в Бразилии, и, несомненно, этот рост был обусловлен подготовкой к чемпионату мира по футболу. В контексте городов на первом месте Флорида – 74,8 % (рост за год на 9,5 %), далее расположились г. Альберте (Канада) и Рио-де-Жанейро (Бразилия). Аутсайдеры по этому показателю г. Буэнос-Айрес (Аргентина) – снижение более 9 %.

Страны Африки и Ближнего Востока. В этом регионе среди стран лидируют ОАЭ, Саудовская Аравия, ЮАР и Египет. Необходимо отметить, что в 2014 г. в Египте этот показатель «упал» до 30 %, среди городов лидером падения является г. Каир, где показатель заполняемости в 2014 г. упал до 26 %. Это самый низкий показатель среди городов Африки.

В странах Северной Африки (Тунис, Марокко, Алжир, Ливия) гостиничный рынок практически не функционирует, что привело к резкому падению доходов владельцев средств размещения.

Южная Африка – напротив, демонстрирует динамичный рост. Лидирует в этом регионе южноафриканский Йоханнесбург (рост за 2013 г. составил более 13 %).

Азиатско-Тихоокеанский регион. Среди стран лидирует Сингапур, далее Австралия, Китай и Индия. Среди городов в 2013 г. резко прибавил Пхукет (рост на 9 %) и г. Бангкок (+6,5 %). Снижение наблюдалось в г. Шанхай (–15 %) и в г. Нью-Дели (–14 %).

Показатель потребительского спроса на гостиничные услуги. Многообразие потребительских предпочтений при выборе гостиниц определяет сегментацию гостиничного рынка и существенно влияет на виды современных гостиниц. По данным некоторых информационных источников более 50 % туристских путешествий составляют бизнес-туры, около 35 % – это поездки с целью отдыха и рекреации и примерно 15 % – путешествия с иными целями. Анализ показывает, что эта структура в большей степени определяет практический потребительский спрос на гостиницы соответствующего вида и уровня предлагаемого сервиса. Рассмотрим подробнее.

Бизнес-туристы. Так как в этом сегменте потребителей гостиничных услуг особо ценится качественный уровень сервисного обслуживания, то количество отелей высокого уровня (класс «люкс»), расположенных в деловых районах крупных городов, коммерческих, торговых центрах, становится доминирующим. Этот сегмент на рынке представлен конгресс-отелями, бизнес-отелями, которые имеют соответствующие условия для деловых встреч, а также значительные коммуникативные возможности. У большинства бизнесменов при выборе отеля приоритеты распределяются

следующим образом: «расположение отеля – условия для проведения деловых мероприятий – качество сервисного обслуживания – цена».

Подводя итоги 2013 г., разные информационные туристские порталы организуют читательские рейтинги. По мнению пользователей портала Travel.ru, одной из самых популярных является номинация «Лучшие бизнес-отели».

По мнению читателей, десятку лучших бизнес-отелей составили: «Москва» (Санкт-Петербург), «Малахит» (Челябинск), Grand HOTEL «Ока» (Нижний Новгород), «Al Pash Grand Hotel» (Астрахань), «Президент» (Уфа), «Аванта» (Новосибирск), «Korston» (Казань), «Green Line» (Самара), «Онегин» (Екатеринбург), «АЛРОСА на Казачьем» (Москва) [3].

Десятка лучших зарубежных брендов в сегменте бизнес-отелей выглядит следующим образом: Comfort Hotel LT (Вильнюс, Литва), Cumulus Nakaniemi (Хельсинки, Финляндия), Steigenberger Frankfurter Hof (Франкфурт-на-Майне, Германия), Radisson Blu Seaside Hotel (Хельсинки, Финляндия), Andaz Wall Street – A Hyatt Hotel (Нью-Йорк, США), Langham Place Mongkok (Гонконг), Adlon Kempinski Berlin (Берлин, Германия), Go Hotel Shnelli (Таллин, Эстония), Hotel Residence Agness (Прага, Чехия), «Премьер Палас» (Киев, Украина) [3].

Лучшие зарубежные отели класса «люкс» находятся на о. Бали (Mulia Resort), в г. Хельсинки (Glo Hotel Art), в г. Нью-Йорк (Library Hotel), в г. Шарджа (Hilton Sharja), в г. Париж (Chambiges Elysees), в Гонконге (Four Seasons Hotel Hong Kong), в г. Ницца (Negresco), в Турции в г. Фетхие (Hillside Beach Club) [3].

Отели, предназначенные для отдыха, развлечений и экскурсий, представлены на мировом гостиничном примерно таким же количеством, как и бизнес-отели, но они относятся к отелям сегмента «средний и эконом-класс». В эту сегментную группу входят отели-апартаменты, отели пляжного типа, курорт-отели и т.д. Приоритеты туристов, путешествующих с рекреационными целями, при выборе отеля распределяются в следующем порядке: «цена – качество сервисного обслуживания – наличие условий для отдыха и развлечений – разнообразие дополнительных услуг – месторасположение».

К лучшим пляжным гостиницам относятся: Iberostar Praia Do Forte (Прайя-ду-Форте, Бразилия), Delfin Diva Premiere (Анталья, Турция), Mercure Hurghada Hotel (Хургада, Египет), Aparthotel Cye Holiday Centre (Салоу, Испания), Gabija Hotel (Паланга, Литва), Residence Cigno (Римини, Италия), Portes Beach Hotel, Nea Potidea (Халкидики, Греция) [3].

Развитие внутреннего туризма формирует спрос на средства размещения, расположенные ближе к природе (загородные отели и туристские деревни, туркомплексы, частные пансионаты, и т.д.). Это гостиницы дешевого ценового сегмента, но с достаточно обширным набором дополнительных услуг.

Среди российских туристов особенно популярны загородные гостиницы и туристские комплексы, где можно отдохнуть всей семьей, заняться спортом, провести выходные и праздничные дни.

Среди лучших загородных отелей российские читатели портала Travel.ru выделяют: «Кантри-Клуб» (Ленинградская область), «Байкал 21» (Ир-

кутск), «Транзит» (Казань), «Романов лес» (Кострома), Konakovo River Club (Тверская область), «Имение Алтунъ» (Псковская область), Best Western Premier Mona Boutique Hotel (Московская область), Hunterer Paradise (Петрозаводск), «Акватория» (Нижний Новгород), Hotel Adijuh Palace (Черкесск) [3].

Интересы и потребности остальных путешественников (около 15 %) рождают спрос на средства размещения других видов (гостиницы для спортивного туризма, специализированные гостиницы, в том числе мобильные, малые и т.д.).

Это гостиницы, ориентированные на средний класс, относятся к среднему и низкому ценовому сегменту. Среди них особо выделим гостиницы малого формата.

По данным Европейской комиссии по туризму за 2013 г., доля туристов, выбравших местом своего пребывания такие отели, составила порядка 40 % от общего числа путешественников. В России он также представлен знакомыми нам хостелами и малознакомыми мотелями. В современной классификации данный тип средств размещения характеризуется как «бюджетный».

Немного о хостелах. В основном они предназначены для личных путешествий по российским городам, поездок на выходные дни или для путешествий молодежных групп и компаний. Особенно популярны хостелы в Москве и Санкт-Петербурге, так как позволяют за меньшие деньги поселиться близко к историческому центру, где находится большинство объектов для туристского показа.

К лучшим российским хостелам относятся: «Британия» (Уфа), Арт Хостел на Красноармейской (Екатеринбург), Red House (Санкт-Петербург), «Достоевский» (Новосибирск), Red Stars (Санкт-Петербург), «Мюсли» (Тюмень), Bear hostels на Арбатской (Москва), Indie (Екатеринбург) [3].

Среди различных видов малых отелей одним из самых распространенных в мире является мотель. Данный вид средств размещения впервые появился в США в начале XX в. Появление мотелей связано с началом масштабного строительства федеральной сети автодорог США, вместе со строительством и возникла необходимость в создании придорожной инфраструктуры для путешественников.

Сегодня мотели можно встретить практически по всему миру, однако в Европе, где более популярны придорожные гостиницы, мотели встречаются нечасто. Строительство мотелей достаточно эффективно ведется в тех странах, где ранее подобный способ проживания был довольно редким, например, в России. У нас в стране мотели стали интенсивно строиться только в конце XX в. Значительная часть российских мотелей расположена вдоль федеральных трасс в окрестностях Санкт-Петербурга, Москвы, а также в Краснодарском крае и Калужской области. Средняя стоимость проживания в российском мотеле – около 10 евро в сутки.

Показатель объема сетевого гостиничного рынка. По данным ежегодного статистического обзора «Hotel chains in Europe» британской компании OTUS Analitics к началу 2013 г. объем сетевого гостиничного рынка в Европе составлял 1 млн 916 тыс. номеров. Это примерно 35 % от всего европейского номерного фонда. Всего в мировом гостиничном хозяйстве

сетевых брендов (в том числе и национальных, т.е. тех, которые представлены только в одной стране) – 890. Сетевые гостиницы расположены в пяти тысячах различных городов мира [10].

Среди мировых лидеров гостиничные сети: Accor, Choice, Carlson, Hilton, Inter Continental, Marriot, Hyatt, Wyndham, Starwood. Несомненно лидер в Европе – французская гостиничная сеть Accor (актив – 10 брендов, 250 тыс. номеров), сеть Ibis – 790 отелей, 75 000 номеров, гостиничный оператор Holiday Inn – 277 гостиниц, 45 000 номеров, гостиничный оператор Novotel – 265 гостиниц, 43 420 номеров, гостиничная сеть Hilton – 152 гостиницы, 39 594 номера, гостиничная сеть Raddison Blu – 172 гостиницы, 38 740 номеров. Весь рынок сетевых гостиниц в Европе – 15 276 гостиниц, средний размер сетевого отеля – 125 номеров. В секторе luxury представлено – 302 отеля (40 826 номеров), в секторе mid-market – 6276 отелей (882 017 номеров), в секторе up-market – 2775 отелей (492 761 номер), в секторе budget – 1340 отелей (96 238 номеров), в секторе economy – 4583 отеля (404 021 номер). В крупных городах Европы расположено – 4335 сетевых отелей, в аэропортах – 330, в малых городах – 4247 отелей, в пригородах крупных городов – 2168, в сельской местности – 4186 гостиниц. Из всех сетевых европейских отелей: глобальных гостиниц – 4470, международных – 4361, национальных – 6445.

Литература

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник. М.: КНОРУС, 2010. 464 с.
2. Назаркина В.А., Владыкина Ю.О., Воротникова Е.Ю. и др. Виды и тенденции развития туризма: учеб. пособие. Новосибирск: НГТУ, 2014. 235 с.
3. Назаркина В.А., Штейнгольц Б.И. Особенности потребительского спроса в гостиничной сфере // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2014. № 2. С. 122–126.
4. Назаркина В.А., Штейнгольц Б.И. К вопросу о формировании имиджа Новосибирска: туристская составляющая // Вестник НГУЭУ. 2013. № 3. С. 39–46.
5. Назаркина В.А., Штейнгольц Б.И. Проблемы использования аутсорсинговых технологий в практической деятельности туристских фирм // Вестник НГУЭУ. 2013. № 2. С. 58–65.
6. Назаркина В.А. Процессы взаимодействия в логистической системе «ресурсы–производство–потребление»: особенности в сфере туризма // Вестник НГУЭУ. 2014. № 2. С. 313–320.
7. Назаркина В.А., Половова Т.А., Ситникова Я.В. Совершенствование оценки качества услуг: методический аспект // Вестник НГУЭУ. 2012. № 2. С. 183–190.
8. Назаркина В.А., Загорская Л.М., Штейнгольц Б.И. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2009. 83 с.
9. В Европе ожидается рост гостиничного бизнеса в 2014 и 2015 годах, согласно результатам проведенного PwC исследования. [Электронный ресурс]. URL: http://www.pwc.ru/ru/press-releases/2014/euro_cities_hotel.jhtml.
10. Сайт журнала ProHOTEL. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.prootel.ru/region/malyie-gostinitsyi>.
11. Статистика знает все. Обзоры, аналитика. Портал гостиничного бизнеса HOTELLINE. [Электронный ресурс]. URL: http://hotelline.ru/analytic_article.php?news_cid=536&news_id=1525.
12. Топ-10 российских и зарубежных отелей по версии «Звезда Travel.ru». [Электронный ресурс]. URL: http://www.ratanews.ru/hotels/hotels_28.01.2014_10.stm?printv.

13. HRS – Hotel Reservation Service – поиск и бронирование отелей по всему миру. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hrs.com/web3/showHomepage.do?clientId=cnVfX05FWFQ-&cid=47-1&activity=show>.
14. STR Global. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.strglobal.com/about/str-companies/ru-RU>.

Bibliography

1. *Aleksandrova A.Ju.* Mezhdunarodnyj turizm: uchebnik. M.: KNORUS, 2010. 464 p.
2. *Nazarkina V.A., Vladykina Ju.O., Vorotnikova E.Ju. i dr.* Vidy i tendencii razvitiya turizma: ucheb. posobie. Novosibirsk: NGTU, 2014. 235 p.
3. *Nazarkina V.A., Shtejngol'c B.I.* Osobennosti potrebitel'skogo sprosа v gostinichnoj sfere // *Nauka o cheloveke: gumanitarnye issledovanija*. 2014. № 2. P. 122–126.
4. *Nazarkina V.A., Shtejngol'c B.I.* K voprosu o formirovanii imidzha Novosibirskaja: turistskaja sostavljajushhaja // *Vestnik NGUJeU*. 2013. № 3. P. 39–46.
5. *Nazarkina V.A., Shtejngol'c B.I.* Problemy ispol'zovanija autorsingovyh tehnologij v prakticheskoj dejatel'nosti turistskih firm // *Vestnik NGUJeU*. 2013. № 2. P. 58–65.
6. *Nazarkina V.A.* Processy vzaimodejstvija v logisticheskoj sisteme «resursy–proizvodstvo–potreblenie»: osobennosti v sfere turizma // *Vestnik NGUJeU*. 2014. № 2. P. 313–320.
7. *Nazarkina V.A., Polovova T.A., Sitnikova Ja.V.* Sovershenstvovanie ocenki kachestva uslug: metodicheskij aspekt // *Vestnik NGUJeU*. 2012. № 2. P. 183–190.
8. *Nazarkina V.A., Zagorskaja L.M., Shtejngol'c B.I.* Marketing v social'no-kul'turnom servise i turizme: ucheb. posobie. Novosibirsk: Izd-vo NGTU, 2009. 83 p.
9. V Evrope ozhidaetsja rost gostinichnogo biznesa v 2014 i 2015 godah, soglasno rezul'tatam provedennogo PwC issledovanija. [Jelektronnyj resurs]. URL: http://www.pwc.ru/ru/press-releases/2014/euro_cities_hotel.jhtml.
10. Sajt zhurnala ProHOTEL. [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.prootel.ru/region/malyie-gostinitsyi>.
11. Statistika znaet vse. Obzory, analitika. Portal gostinichnogo biznesa HOTELLINE. [Jelektronnyj resurs]. URL: http://hotelline.ru/analytic_article.php?news_cid=536&news_id=1525.
12. Top-10 rossijskih i zarubezhnyh otelej po versii «Zvezda Travel.ru». [Jelektronnyj resurs]. URL: http://www.ratanews.ru/hotels/hotels_28.01.2014_10.stm?printv.
13. HRS – Hotel Reservation Service – поиск и бронирование отелей по всему миру. [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.hrs.com/web3/showHomepage.do?clientId=cnVfX05FWFQ-&cid=47-1&activity=show>.
14. STR Global. [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://www.strglobal.com/about/str-companies/ru-RU>.