

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
(НИУ «БелГУ»)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И  
ГОСТИНЧИНОГО БИЗНЕСА

**ФОРМИРОВАНИЕ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ОТЕЛЕЙ  
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ В РОССИИ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по направлению подготовки 43.04.01 Сервис  
магистерская программа Организация и управление  
коммерческой деятельностью  
заочной формы обучения, группы 09001676  
Пилюковой Анны Юрьевны

Научный руководитель:  
кандидат географических  
наук, доцент Королева И.С.

## Содержание

Введение.....	3
1. Теоретико-методические основы развития малого гостиничного бизнеса...	8
1.1. Сущность и специфика малых средств размещения .....	8
1.2. Современные подходы к классификации малых средств размещения....	18
1.3. Генезис и тенденции развития гостиничного бизнеса в России и за рубежом.....	31
2. Анализ состояния, перспектив и проблем развития малого гостиничного бизнеса в Российской Федерации.....	42
2.1. Современный рынок хостелов в России: состояние и проблемы.....	42
2.2. Тенденции развития хостелов на рынке гостиничных услуг за рубежом.....	54
2.3. Анализ рынка услуг хостелов г. Белгород.....	64
3. Организационно-методическое обеспечение формирования условий развития малого гостиничного бизнеса.....	73
3.1. Разработка комплекса программных мероприятий по совершенствованию деятельности российских хостелов.....	73
3.2. Методические подходы к формированию системы управления качеством гостиничных услуг малых средств размещения.....	84
3.3. Методические рекомендации по привлечению и поощрению клиентов малых средств размещения .....	90
Заключение.....	107
Список использованных источников.....	110
Приложения.....	120

## Введение

В современных социально-экономических условиях устойчивый рост демонстрирует сектор гостиничной индустрии. Это связано не только с ростом деловой активности и притока бизнес-туристов, но также и с проведением массовых культурных и спортивных мероприятий, таких как: Олимпийские игры в Сочи 2014, чемпионат мира по хоккею 2016 и Чемпионат мира по футболу 2018. Данные события ускоряют процесс ввода в эксплуатацию новых гостиниц и аналогичных средств размещения.

Появляются новые и современные средства размещения. За многие годы были созданы и приведены в действие разнообразные средства размещения – от крупных шикарных гостиничных комплексов до крохотных и уютных частных мини-отелей. Владельцы отелей предлагают своим гостям широкий выбор различных услуг, выстраивая свою ценовую и маркетинговую политику. Тенденция, которую сейчас можно проследить в РФ, показывает, что в последние годы туристы все чаще отдают предпочтение более бюджетным и выгодным средствам размещения.

Развитие малых средств размещения, к которым относятся и хостелы, содействует политической, экономической и социальной стабильности, гибкости экономических структур, а также эффективности осуществления рыночных регуляторов, что благотворно влияет на рост конкурентных преимуществ страны, принимающей туристов. Уровень развития малых средств размещения в стране определяются уровнем развитости рыночных отношений. На основе развития малых средств размещения государство решает большое количество таких социальных и экономических задач, как: эффективное потребление невостребованными в крупном бизнесе ресурсов; возможность внедрения инноваций, реализация инновационного потенциала; развитие конкурентной среды в сфере гостиничных услуг; быстрое реагирование на изменения спроса и предложения на рынке гостиничных услуг; формирование новых предложений в сфере гостеприимства, заполнение сво-

бодных ниш на рынке гостиничных услуг; снижение безработицы; обучение кадров на перспективу для работы в классических крупных гостиничных комплексах; преобразование теневого гостиничного бизнеса (сдача квартир) в легально оформленные малые средства размещения; снижение социальной напряженности.

В последние годы хостелы развиваются практически во всех странах на рынке гостиничных услуг, став одним из популярных средств размещения для бюджетных путешественников. Основным отличием хостелов от классических гостиниц является: продажа не номеров, а койко-мест; возможность гибкого ценообразования, а также наличие в хостеле зон общего пользования для общения и знакомства постояльцев. Хостелы относятся к бюджетным средствам размещения, поэтому спектр предлагаемых ими дополнительных услуг очень невелик.

Анализ развития хостелов в России показал, что исключительное значение данного сектора гостиничного бизнеса пока еще плохо понимается в России. Развитию хостелов в России в настоящее время мешает целый комплекс проблем. Следовательно, перед российскими хостелами и сферой гостиничных услуг в целом встает задача формирования условий развития малых отелей, которые обеспечивали бы совершенствование деятельности каждого российского хостела в отдельности и содействовали дальнейшему формированию эффективной сферы гостиничных услуг России в целом.

Таким образом, следует отметить, что тема данного исследования является актуальной и имеет теоретическую практическую значимость. Диссертационное исследование представляет собой попытку комплексного, системного исследования деятельности хостелов и разработки методических и практических рекомендаций по формированию условий развития малых отелей в современных условиях в России.

Вопросы развития малых средств размещения, в том числе хостелов, занимают важное место в теории управления сферой гостиничных услуг. В экономической литературе исследованию вопросов управления, маркетинга и

повышения конкурентоспособности организаций посвящены работы авторов: В.Н. Еремина, С.В. Карповой, А.А. Клименко, Т.В. Колосовой, Ж.Ж. Ламбена, И.В. Липсица, О.К. Ойнера, М. Портера, Р.А. Фатхутдинова и др.

Вопросы функционирования и развития средств размещения нашли отражение в работах: И.С. Барчукова, Т.И. Власовой, М.А. Жуковой, Н.А. Зайцевой, М.В. Кобяк, А.Н. Лазарева, Н.С. Морозовой, Л.И. Черниковой, А.Д. Чудновского и др. Специфические особенности функционирования хостелов исследованы в работах: Р.Г. Абакумова, А.В. Аникановой, Н.Ю. Васильевой, О.Г. Владимировой, Е.Б. Корнеевой, Н.А. Латушенко, Т.П. Левченко и др.

Дальнейшее развитие рынка хостелов невозможно без использования современных технологий по привлечению клиентов. Ряд автором (В.А. Гневецкая, К.В. Кирилова, А.В. Лапина и др.) занимались исследованием данных вопросов для предприятий индустрии гостеприимства, однако их рекомендации были нацелены на повышение эффективности работы классических гостиниц, без учета наличия ограниченного бюджета малых бюджетных средств размещения. Отсутствие современного методического обеспечения формирования условий развития малых отелей в современных условиях в России предопределило цель, задачи, предмет и объект исследования.

Цель исследования состоит в разработке научно-методического обеспечения формирования условий развития малого гостиничного бизнеса.

Для достижения цели определены следующие основные задачи:

- изучить сущность и специфика малых средств размещения;
- проанализировать современные подходы к классификации малых средств размещения;
- исследовать тенденции развития гостиничного бизнеса в России и за рубежом;
- проанализировать состояние, перспективы и проблемы развития малого гостиничного бизнеса в Российской Федерации;
- исследовать рынок услуг хостелов г. Белгород;
- разработать комплекс программных мероприятий по совершенство-

ванию деятельности российских хостелов;

- сформулировать методические подходы к формированию системы управления качеством гостиничных услуг малых средств размещения;
- разработать методические рекомендации по привлечению и поощрению клиентов малых средств размещения.

Объектом исследования является рынок российских хостелов как малых средств размещения.

Предметом исследования являются организационно-экономические аспекты развития малого гостиничного бизнеса на примере деятельности российских хостелов.

Исследование основано на использовании законов и закономерностей экономической науки; моделировании экономических процессов; методологии системного подхода, подразумевающей комплексное изучение специфики деятельности хостелов в периоды сокращения платежеспособности населения, а также в условиях конкурентной борьбы за потребителя. При исследовании применялись такие общие методы, как: дедукция и индукция, анализ и синтез, а также специальные методы: экономико-статистического, финансово-экономического, организационно-функционального, сравнительного анализа, экспертные методы.

Информационную базу исследования составили действующие законодательные акты Российской Федерации, указы Президента и постановления Правительства РФ; статистические данные, материалы международных организаций, Федеральной службы государственной статистики, материалы исследований отечественных и зарубежных ученых, периодической печати, данные сети Интернет.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- уточнено понятие малого средства размещения;
- выявлены современные подходы к классификации малых средств размещения;
- сделан анализ тенденций развития гостиничного бизнеса в России и

за рубежом;

- сделан анализ состояния, перспектив и проблем развития малого гостиничного бизнеса в Российской Федерации;
- проведено исследование рынка услуг хостелов г. Белгород;
- разработан комплекс программных мероприятий по совершенствованию деятельности российских хостелов;
- предложены методические подходы к формированию системы управления качеством гостиничных услуг малых средств размещения;
- разработаны методические рекомендации по привлечению и поощрению клиентов малых средств размещения.

Практическая значимость работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы в практике предприятий малого гостиничного бизнеса. Разработка комплекса программных мероприятий по совершенствованию деятельности российских хостелов и методических рекомендаций по привлечению и поощрению клиентов малых средств размещения позволит повысить качество обслуживания клиентов, расширить перечень дополнительных услуг, на основе исследования предпочтений целевого потребительского сегмента; интегрировать в деятельность хостелов разнообразные программы по привлечению и созданию долгосрочных отношений с клиентами, программы повышения потребительской лояльности. Реализация на практике полученных в ходе исследования результатов будет способствовать развитию малого гостиничного бизнеса.

Основные научные положения, методические рекомендации и практические результаты диссертации докладывались и обсуждались на двух научно-практических конференциях.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложений. В работе 109 страниц основного текста, 16 таблиц, 26 рисунков. Список использованных источников включает 99 наименований.

## **1. Теоретико-методические основы развития малого гостиничного бизнеса**

### **1.1. Сущность и специфика малых средств размещения**

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) определяет «средство размещения» как любой объект, который регулярно или эпизодически предоставляет туристам места для ночевки. «Гостиницу» ЮНВТО рассматривает как главный классический тип предприятий размещения, обладающий следующими специфическими признаками:

- номерным фондом, превышающим определенный минимум;
- набором обязательных услуг;
- уборка номеров и санузлов, ежедневная заправка постелей, обслуживание в номерах;
- определенным ассортиментом дополнительных услуг [90, с. 2161].

Кроме того, по мнению ЮНВТО, все гостиницы должны быть сгруппированы в классы и категории в зависимости от конкретного оборудования и особенностей предоставления услуг.

В Национальном стандарте ГОСТ Р 51185-2014 используется понятие «средства размещения», под которым понимаются объекты туристской индустрии (здание, часть здания, строения, сооружения), в которых расположены одно или несколько оборудованных жилых комнат, предназначенных для размещения и временного проживания туристов [3].

Выделяют коллективные и индивидуальные средства размещения. Коллективные средства размещения определяются как здания, часть здания, помещения, используемые для предоставления услуг средств размещения юридическими лицами или индивидуальными предпринимателями. К таким видам средства размещения относятся:

- гостиницы и аналогичные средства размещения (гостиница (отели), апартаменты, сюит-отели, отели-гарни, курортные отели, клубы с проживанием, парк-отели, бутик-отели, мотели);



– специализированные размещения (санаторно-курортные средства размещения, специализированные средства размещения для отдыха и организации досуга, средства размещения для отдыха, оздоровления и организации досуга детей и юношества);

– иные коллективные средства размещения (капсульные отели, апартаменты таймшер, кондоминимумы и др. хостелы, меблированные комнаты, сервисные апартаменты, общежития; индивидуальные жилые дома, в т.ч. клубные дома, дачные дома, виллы, коттеджи, гостевые дома, комнаты в жилых домах и др.).

Индивидуальные средства размещения определяют как средства размещения, используемые физическими лицами, не являющимися индивидуальными предпринимателями, для временного проживания и предоставления услуг средства размещения. Характеризуют индивидуальные средства размещения как иные коллективные средства размещения, и относят к этому виду: жилые дома, в т.ч. клубные дома, виллы, коттеджи, доходные дома, дачные дома, комнаты в жилых домах, квартиры в многоквартирных жилых домах, меблированные комнаты, находящиеся в частной собственности и др.

Помещения, используемые организациями различных организационно-правовых форм, индивидуальными предпринимателями и физическими лицами, оборудованные для предоставления услуг размещения с номерным фондом не более 50 номеров имеют определение малое средство размещения.

В соответствии с ГОСТ Р 54606 2011 к малым формам коллективных средств размещения относятся помещения, используемые организациями различных организационно-правовых форм, индивидуальными предпринимателями и физическими лицами, оборудованные для предоставления услуг размещения с номерным фондом не более 50 номеров [6].

Стандарт внесен Техническим комитетом по стандартизации ТК 199 «Туристские услуги и услуги средств размещения», утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 8 декабря 2011 года. Это первый документ, устанавливаю-

щий общие требования к средствам размещения с номерным фондом не более 50 номеров.

Стандарт устанавливает требования к средствам размещения от 5 до 50 номеров. Таким образом, четко определяется, отели какого размера можно относить к категории «малые средства размещения». В стандарте даны термины и определения, приведены классификационные группировки.

К «аналогичным средствам размещения» разработчики стандарта относят малые (или мини, в зависимости от числа номеров) мотели, пансионаты, загородные отели, спа-отели, туристские базы, хостелы, гостевые дома, сельские гостевые дома.

Отметим, что на наш взгляд, появление в стандарте классификационной группировки и определения «меблированных комнат» является большим шагом вперед. В стандарте ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования», присутствовали определения «коллективных» и «индивидуальных» средств размещения. Не было прописано, что такое «малый отель», а что такое «меблированные комнаты». Это создавало определенные трудности в работе отельеров, поскольку к меблированным комнатам периодически пытались предъявить требования как к гостиницам, опираясь на некоторые формальные признаки (наличие стойки ресепшн, нумерации комнат).

Согласно стандарту малые средства размещения располагаются в отдельно стоящем здании или занимают часть здания с отдельным входом. Отмечена сноска, «за исключением меблированных и гостевых комнат, которые могут располагаться в части здания, подъезде жилого дома, на разных этажах и иметь общий вход с жильцами дома».

Таким образом, в соответствии с этим стандартом владелец меблированных комнат может подтверждать соответствие этому статусу и осуществлять свою деятельность (оказание услуг меблированных комнат) вполне легально, не опасаясь, что к нему будут предъявлять требования как к гостинице, расположенной в нежилом фонде [33].

Что касается требований к вывеске, в стандарте указано, что «малые средства размещения должны иметь вывеску с указанием наименования, режима работы и категории средства размещения, если такая присвоена». И здесь есть важная сноска: «за исключением меблированных и гостевых комнат».

Стоит обратить внимание на требования к оснащению малого средства размещения инженерными системами и оборудованием. Последние должны обеспечивать:

- круглосуточное электроснабжение всех помещений;
- круглосуточное горячее и холодное водоснабжение (в районах с перебоями в водоснабжении необходимо предусмотреть минимальный запас воды не менее чем на сутки с возможностью ее подогрева);
- поддержание температуры воздуха в жилых и общественных помещениях не ниже чем +18,50 С;
- естественную или принудительную вентиляцию, исключающую проникновение посторонних запахов в номера (комнаты) и общественные помещения;
- прием телевизионного вещания в номерах или помещениях общего пользования (холлы, комнаты для отдыха и приема туристов);
- телефонную связь коллективного пользования [3].

Малые средства размещения должны иметь канализацию или локальные очистные сооружения (при отсутствии возможности подключения к централизованным сетям). В зданиях малых средств размещения с этажностью более пяти этажей должен быть оборудован пассажирский лифт с круглосуточным режимом работы.

Отдельный пункт «Общих требований к малым средствам размещения» касается гостей с ограниченными возможностями. При проектировании, строительстве новых и реконструкции старых зданий малых средств размещения необходимо предусматривать условия для приема и обслуживания туристов с ограниченными возможностями.

Важный момент – это требование к площади гостиничного номера. Минимальная площадь номера в малом средстве размещения должна быть не менее 9 м<sup>2</sup> в одноместном номере. Что касается двухместных и многоместных номеров, норматив по площади на одного человека составляет не менее 6 м<sup>2</sup> при круглогодичном функционировании и 4,5 м<sup>2</sup> - при сезонной работе. Последний момент упрощает ситуацию для средств размещения, которые функционируют ограниченный период времени. В их числе загородные гостиницы и курортные отели в южных регионах страны.

К мини гостиницам относятся и хостелы. Хостел (англ. hostel «общеежитие») – европейская система размещения, предоставляющая своим постояльцам на короткий или длительный срок жильё, представляющее собой, как правило, спальное место без дополнительных удобств в комнате [77, с. 148].

ГОСТ 56184-2014 «Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам» дает определение хостелу – экономичное средство размещения, предназначенное для временного проживания, преимущественно для мало-бюджетного туризма, имеющее номера/комнаты различной вместимости и санузел, как правило, за пределами номера/комнаты, а также помещения (зоны, места) для общения гостей [5].

С вступлением в силу нового ГОСТа с 01.01.2015 открытие хостелов квартирного типа разрешено, если они соответствуют требованиям. По актуальному ГОСТу, хостелы, расположенные в квартирах многоквартирных жилых домов (как правило, мини-хостелы и малые хостелы) могут иметь вход через общий подъезд с соседями. При этом помимо ГОСТа, они должны соответствовать Жилищному кодексу РФ, техническим регламентам, СанПиНам и другим, указанным в ГОСТе нормативным актам.

Хостел это мини-гостиница эконом-класса, как правило, переоборудованная из большой квартиры или офиса. Цены на койко-место в хостелах, как правило, в 3-4 раза ниже гостиничных, за счёт гораздо более низкого уровня комфорта. Отметим, что в российском законодательстве нет ни чёткого определения понятия «хостел», ни детально прописанных требований по качеству

услуг, предоставляемых хостелом. Практически законодательная база по деятельности хостелов отсутствует, что приводит к наличию разнообразных точек зрения на понятийный аппарат данной формы малых средств размещения (табл. 1.1)

Таблица 1.1

## Различные точки зрения специалистов на понятие «хостел»

Определение понятия «хостел»	Источник
1	2
Малые средства размещения эконом-класса, предоставляющие своим постояльцам на короткий или длительный срок жилье, как правило, предоставляющее собой спальное место без дополнительных удобств в комнате	Левченко Т.П., Р.Г. Федоров Хостелы как перспективная форма развития малых средств размещения эконом-класса // Известия Сочинского гос. университета, 2013. №1 (23) С. 47-53
Европейская система размещения, предоставляющая своим постояльцам на короткий или длительный срок жилье, предоставляющее собой, как правило, спальное место без дополнительных удобств в комнате	Хостел Википедия <a href="https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BB">https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BB</a>
Тип европейской гостиницы с множественным размещением и минимальным набором услуг по доступной цене	Печерица Е.В. Хостел-движение: международный опыт и перспективы развития в РФ (на примере Санкт-Петербурга) // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, 2013. №39 (228) С. 54-56
Разновидность гостиницы, которая предоставляет спальное место без дополнительных удобств в комнате-номере, где проживают несколько других посторонних людей	Прочнева О.К. Специализированные средства размещения: учебное пособие. Омск: ОГИС, 2013. 95 с.
Бюджетная мини-гостиница/мини-отель, которая предоставляет номера/койко-место для проживания на небольшой срок без дополнительных удобств в номере	Абакумов Р.Г., Свинаярева Е.Л. Правовые основы регулирования требований к хостелам // Международный журнал «Инновационная наука», 2017. С. 185-187.
Малая форма гостиничного бизнеса эконом-класса, большая часть номерного фонда которого представлена множественными номерами, функционирующими по упрощенным стандартам гостиничного обслуживания, с количеством номеров не более 50, и имеющая гостевые зоны общего пользования для самостоятельного приготовления пищи, работы, свободного времяпрепровождения и т.д.	Сыромятникова С.В., Климова А.С. Перспективы развития рынка хостелов г. Оренбурга // Сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной Году экологии в России. - Курганский гос. университет, 2017. С. 185-187.
Место, где можно с уютом переночевать в дружественном окружении и по доступной стоимости	Hostelling International (International Youth Hostel Federation) <a href="https://www.hiusa.org/">https://www.hiusa.org/</a>

1	2
Хостел – это малобюджетное коллективное средство размещения для непривередливых в отношении комфорта туристов, которое предлагает минимальный набор услуг и удобств за самую низкую цену	Батина С.И., Селезнева Т.А. Хостелы как социальные предприятия индустрии гостеприимства ив сфере малобюджтного туризма // Бизнес и стратегии, 2016. №4 (05). С. 6-9.
Предприятие, предоставляющее услуги размещения и питания, управление которым осуществляется коммерческой организацией; проживание – в многоместных номерах, питание – с ограниченным набором блюд и/или наличие оборудования для самостоятельного приготовления пищи; предоставление дополнительных услуг, включая развлекательные и образовательные программы	ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003) Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения
Коллективные средства размещения, предоставляющие более ограниченный набор услуг, обладающие как правило, меньшим номерным фондом и обеспечивающие меньшую стоимость размещения в сравнении с «традиционными» гостиницами	Латушко Н.А., Гнездилов В.В., Рубан Д.А. Ценовая политика хостелов в крупных городах (на примере юга России) // Вестник УрФУ/ Серия экономика и управление, 2016. Том 15. №4. С. 462-485.

Анализ определений понятия «хостел», представленный в таблице 1.1 позволяет утверждать, что практически все авторы сходятся во мнении, что это экономичный вид размещения и что потребителю продается не номер, а койко-место. Далее в различных определениях идут разного рода уточнения. В большинстве определений (например, Левченко Т.П., Абакумова Р.Г., Печерицы Е.В.) подчеркивается такая особенность как минимальный набор услуг [48, 8, 67].

В другом определении отмечается наличие обязательных зон в хостеле. Во многих определениях делается уточнение относительно сроков проживания в хостеле [40]. В некоторых определениях имеется формулировка «на длительный срок проживания», что практически приравнивает хостел к общежитию [48, с. 47].

Кроме того, во всех указанных определениях не учитывается то, что хостелы могут иметь различную категорию. Вполне вероятно, что такое понимание хостелов связано с тем, что в России хостелы появились относительно недавно, законодательная база по ним отсутствует и многим потребителям они представляются, как общежитие. Однако за рубежом стоимость

проживания в различных хостелах значительно колеблется в связи с различной комфортностью хостелов, количеством предоставляемых услуг и количеством койко-мест в номере.

Салманова И. П. в своей статье пишет, что за рубежом хостелы сертифицируются по классности от 1 до 4 «ёлочек». Во многих европейских странах можно наблюдать тенденцию по увеличению интереса у туристов к хостелам, предоставляющим размещение в 2-3- местных номерах [74, с. 28].

Соответственно, цена за размещение в таких номерах несколько больше. Для хостелов характерна атмосфера доброжелательности, общения, знакомства проживающих друг с другом людей, совместного проведения свободного времени, поэтому практически во всех хостелах должны быть предусмотрены общие зоны для приготовления пищи, для настольных игр, общения и т.д. В хостелах высокой категории (4 ёлочки) обязательно в стоимость проживания включен завтрак, интернет, услуги камеры хранения, в номере размещается не более 3 человек. Категория «1 ёлочка» присваивается хостелам с номерами на 15-20 человек. Хостелы низкой категории работают, в основном, в высокий сезон. С увеличением количества дополнительных услуг и комфортности проживания хостелы становятся серьезным конкурентом для трехзвездочных классических гостиниц.

Главное преимущество хостела – это серьезный выигрыш в цене по сравнению с любой гостиницей. Хостел будет всегда дешевле отеля, хоть совсем без звезд. Хостел дает возможность близко пообщаться с людьми из разных стран. Неформальная атмосфера, тесное проживание, а также длительный срок, на который часто остаются постояльцы хостелов – все это очень сближает. В хостелах можно улучшить свои знания языка, общаясь с его носителем, или просто получить ценный жизненный опыт и найти интересного собеседника. Предлагаемые хостелами услуги обеспечивают достаточный комфорт для проживания [46, с. 1063].

На основании данных исследований под «хостелом» в диссертации будем понимать экономичное средство размещения, которое предоставляет

койко-места для временного проживания.

Малые гостиницы являются привлекательным видом бизнеса для начинающих предпринимателей в сегменте туристической индустрии, связанный с относительно малым объемом необходимых стартовых инвестиций, высоким уровнем рентабельности, относительно быстрым сроком окупаемости и высоким спросом. Одной из основных проблем изучения деятельности малого гостиничного бизнеса РФ является недостаток средств и методов экономического и статистического учета предприятий, что не позволяет грамотно и точно оценивать социальный и экономический эффект от деятельности малых гостиниц РФ. Тем не менее, с точки зрения автора, основной проблемой анализа результатов работы малых средств размещения является не недостаточность разработки системы учета, а отсутствие единого мнения по вопросу что же такое малое средство размещения и какие виды малых предприятий существуют в гостиничном бизнесе [41, с. 98].

Необходимость корректировки терминологического аппарата связана с тем, что в российской практике индустрии гостеприимства к малым средствам размещения принято относить только специальные здания, официально зарегистрированные как средство краткосрочного размещения туристов. Тем не менее, в структуре малых средств размещения данные предприятия не являются основным типом гостиниц. Большинство предприятий, относящихся к малым средствам размещения, располагаются либо в этажах жилой застройки, либо находятся в арендованных помещениях, зарегистрированных как коммерческая площадь. Эти постройки относят к категории «арендного бизнеса», а не гостиничного. В соответствии с новым законопроектом «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» гостиницам необходимо будет проходить классификацию.

На данный момент для получения разрешения достаточно, чтобы объект был введен в эксплуатацию и соответствовал требованиям жилого помещения. В связи с большим количеством разнообразных типов малых средств



размещения в центрах деловой и туристической активности необходимо создание классификации, основанной на статистической информации, с целью создания базы для дальнейшего изучения данного сегмента гостиничной индустрии. Данный инструмент позволит изучить процессы управления малыми гостиницами с научно обоснованной точки зрения, эффективно и системно. Основной проблемой учета результатов деятельности малых гостиничных предприятий является не недостаточность разработки системы учета, а отсутствие единого мнения по вопросу что же такое малая гостиница.

В связи с этим, в работе нами дается определение малого средства размещения туристов как места краткосрочного проживания, оказывающего услуги по размещению, питанию и другим дополнительным сервисам, с номерным фондом до 25 номеров либо коечным фондом до 50 койко-мест одинаковой или близким категориям, отвечающих требованиям законодательства по отношению к номерному фонду гостиниц и аналогичных средств размещения.

Данное определение отличается от нынешнего официального определения малого средства размещения тем, что нами дается значительно меньший объем номерного и коечного фонда. Это связано со статистической особенностью Российской Федерации, в которой в среднем на 1 гостиницу приходится 31 номер. Таким образом, определение становится связано с реальной картиной дел в стране и отражает статистические данные, так как текущие нормы были сформированы европейским подходом, а не основываясь на реалиях ведения бизнеса в Российской Федерации. Предел в 50 номеров целесообразно закрепить лишь за сегментом специализированных средств размещения, таких как пансионаты и санатории, поскольку данные средства размещения туристов в основном находятся за чертой города и отличаются большим объемом номерного фонда по сравнению с городскими отелями. Данное определение позволяет включить в сегмент малых средств размещения отельные апартаменты в жилом фонде, этажные отели, а также хостелы и сравнительно небольшие пансионаты.

## 1.2. Современные подходы к классификации малых средств размещения

В системе международного и национального регулирования вопросов классификации средств размещения существует набор нормативно-правовых документов, регламентирующих или рекомендуемых подходы к классификации и требования к средствам размещения. Схема взаимодействия представлена на рисунке.



Рис. 1.1. Схема взаимодействия международного и национального регулирования вопросов классификации средств размещения

Статистической комиссией Организации объединенных наций (ООН) разрабатывается и постоянно совершенствуется «Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности» (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities – ISIC). В настоящий момент действует ревизия №4 данного документа, принятая в 2009 г. В ней есть раздел, касающийся средств размещения. Дается

общее определение и рекомендуется система классификации [12].

На основании этой классификации Всемирная туристская организация (UNWTO) обновила документ «Международные рекомендации по статистике туризма» (International Recommendations for Tourism Statistics – IRTS). Действующая редакция данного документа датирована 2008 г. В нем рекомендовано применять классификацию в соответствии с ISIC [16, с. 7].

Национальным статистическим организациям рекомендовано разрабатывать стандарты на основе IRTS. В Российской Федерации существует целый набор государственных стандартов, в которых раскрываются вопросы средств размещения любых видов.

На основании данных стандартов и документа UNWTO «Межрегиональная гармонизация критериев гостиничной классификации на основе классификационных стандартов» (Interregional Harmonization of Hotel Classification – ИННС), разработанного в 1989 г., в РФ принят Приказ Минкультуры России от 11.07.2014 № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями». Он пришел на смену приказу № 1488 от 3 декабря 2012 г. с таким же названием [29, с. 43].

Кроме того, на основании существующих ГОСТов и Международных гостиничных правил, принятых Международной гостиничной ассоциацией (IHRA), в РФ приняты «Правила предоставления гостиничных услуг в РФ». Действующая редакция этого постановления Правительства Российской Федерации – № 1085 от 9 октября 2015 г. [1].

ИННС содержит требования к различным гостиничным предприятиям категорий 1-5 звезд. Кроме того, важным моментом выступает количество номеров, при котором гостиница может считаться именно гостиницей – 10 номеров. Однако национальные стандарты не всегда соответствуют этому требованию и зачастую устанавливают свой норматив.

IRTS 2008 пришло на смену изданию 1993 г. В старом варианте была

установлена классификация средств размещения на индивидуальные и коллективные. К коллективным относились гостиницы и подобные средства размещения, специализированные (санатории, лагеря труда и отдыха, коллективные средства транспорта (поезда, морские и речные суда и яхты), а также конгресс-центры), прочие коллективные средства размещения (комплексы домов и бунгало, организованные в качестве жилищ, предназначенных для отдыха, огороженные площадки для палаток, автоприцепов, домов на колесах, бухты для малых судов, а также молодежные общежития и т.д.). К индивидуальным – собственные жилища: квартиры, виллы, особняки, коттеджи, используемые посетителями-резидентами (в том числе и апартаменты таймшера), комнаты, арендуемые у частных лиц или агентств, помещения, предоставляемые бесплатно родственниками и знакомыми [13, с. 847].

В связи с ростом разнообразия средств размещения в действующем документе рекомендовалось перейти на систему классификации ISIC, разрабатываемую на тот момент и окончательно принятую в 2009 г.

В РФ на основании рекомендаций IRTS 1993 г. был принят государственный стандарт ГОСТ Р 51185 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования», пересмотренный в 2008 и 2014 гг. (принят летом 2015 г). Однако в нем не были учтены рекомендации ООН и UNWTO, поэтому в настоящий момент в РФ действует старая классификация средств размещения на коллективные и индивидуальные.

Фактически этим ГОСТом установлено минимальное количество номеров, при котором объект может считаться средством размещения – 5.

Приказ Минкультуры России № 1215 устанавливает требования к категориям средств размещения и требования по номерам. Согласно этому документу выделяют шесть категорий гостиниц: 1-5 звезд и «без звезд». По типу предприятия выделяют гостиницы и иные типы размещения с количеством мест до 50; с количеством мест свыше 50; курортные гостиницы; гостиницы и иные средства размещения, находящиеся в зданиях, расположенных на территории исторического поселения; гостиницы и иные средства размеще-

ния, находящиеся в зданиях, являющихся объектами культурного наследия; апартаменты; дома отдыха, пансионаты и другие аналогичные средства размещения [20, с. 453].

Правила предоставления гостиничных услуг в РФ содержит всего два определения: гостиница и малое средство размещения, причем определение гостиницы не соответствует действующему ГОСТу: «гостиница и иное средство размещения» – имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для оказания гостиничных услуг (далее – гостиница)».

ГОСТ Р 53423-2009 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения» содержит описание всех возможных средств размещения, включая даже такие, которые не применяются в других нормативных документах: гостиница, гест хауз (которое не соответствует общепринятому названию «гостевой дом»), гостевые комнаты, пансион, сельская хижина, хостел, база отдыха, кемпинг, мотель, курортный отель, ферм хауз, постоялый двор, горный приют, шале, бунгало, бординг хауз, автодом, палатка, детский оздоровительный лагерь и т.д. [2].

Согласно ГОСТ Р 54606-2011 «Услуги малых средств размещения. Общие требования» малые средства размещения подразделяют на следующие группы:

- малые гостиницы, малые отели и аналогичные малые средства размещения (малые мотели, малые пансионаты, малые загородные отели, малые спа-отели, малые туристские базы, малые хостелы, малые гостевые дома, малые сельские гостевые дома и т. д.);

- мини-гостиницы, мини-отели и аналогичные мини-средства размещения (мини-мотели; мини-пансионаты, мини-спа-отели и т. д.);

- меблированные комнаты;

- гостевые комнаты [4].

Малое средство размещения – это помещения, используемые организациями различных организационно-правовых форм, индивидуальными пред-

принимателями и физическими лицами, оборудованные для предоставления услуг размещения с номерным фондом не более 50 номеров.

Малая гостиница или малый отель – это малое средство размещения с номерным фондом от 16 до 50 номеров.

Мини-гостиница или мини-отель – это малое средство размещения с номерным фондом от пяти до 15 номеров.

Меблированные комнаты – помещения, предназначенные для проживания туристов, с ограниченным перечнем оказываемых услуг, как правило, без услуг питания и других дополнительных услуг.

Гостевые комнаты – комнаты, оборудованные мебелью, находящиеся, как правило, в частном жилом помещении, в которых предоставляют услуги временного проживания.

Своя классификация есть у хостелов в зависимости от количества проживающих гостей:

- мини-хостелы (до 25 проживающих);
- малые хостелы (от 25 до 50 проживающих);
- большие хостелы (свыше 50 проживающих).

Хостелы подразделяются по различным принципам на усмотрение администрации. Так, например, хостелы могут делиться на женские и мужские, семейные. Хостелы могут делиться по гражданству страны из которой прибыл турист. И еще хостелы часто подразделяются по вероисповеданию, для предотвращения стычек в общении между постояльцами.

В общепринятых нормах хостелы подразделяются на «елочки» по комфортабельности комплекса.

- четырехелочные хостелы самый комфортабельный вариант проживания (1-2 мест);
- трехелочные хостелы (2-4 мест);
- двухелочные хостелы (4-10 мест);
- одноелочные хостелы (до 20 мест);
- безелочные самый не дорогой вариант проживания (20-40 мест) [12].

Все российские хостелы можно классифицировать на основе следующих критериев:

- по целевому потребительскому сегменту: молодежные, деловые путешественники, родители с детьми, универсальные и т.д.;
- по вместимости: мини хостелы (до 25 человек), малые хостелы (25-50 человек), большие хостелы (более 50 человек);
- по организационной форме управления: независимые и сетевые;
- по уровню комфортабельности;
- по месторасположению (в центре города, на окраине, рядом с объектами экскурсионного показа и т.д.) [18, с. 35];
- по наличию членства в ассоциациях: национальных и международных;
- по использованию глобальных систем интернет-бронирования;
- по продолжительности работы (круглогодично, сезонно) [27, с. 121];
- по перечню предоставляемых дополнительных услуг;
- по типу организации пространства (капсульные, квартирные, отельные) [15, с. 41].

Остановимся на выделенных критериях подробнее.

1. По целевому потребительскому сегменту хостелы можно условно разделить на молодежные, для командировочных/приехавших на заработки, для семейных и прочее. Но надо понимать, что это деление очень условно и зависит от местоположения хостела.

2. По вместимости хостелы делятся:

– мини хостелы (до 25 человек). При отсутствии государственного регулирования деятельности хостелов, в том числе мини-хостелов, предприниматели в России очень часто использовали квартиры в жилых домах. Такие хостелы открывались только на период высокого туристического сезона;

– малые хостелы (25-50 человек) расположены в большей части на первых этажах зданий. Создание хостелов в черте города, вблизи от культурно-исторического центра, является весьма экономически целесообразным;

– большие хостелы (более 50 человек). Постояльцами больших хостелов часто являются участники молодежных слетов, бюджетные туристические группы и прочее. Такие организованные группы не тяготеют к совместному проживанию, так как они объединены единой целью поездки, в большинстве случаев такое совместное проживание способствует сплоченности группы, тесному общению, совместному времяпровождению.

3. По организационной форме управления: независимые и сетевые. В настоящее время вложение инвестиций в создание хостела привлекает довольно многих предпринимателей. Тем более, что открытие хостелов не требует таких значительных финансовых вложений, как открытие классической гостиницы. Однако, опыта работы в сфере гостиничных услуг у большинства будущих хостельеров нет, поэтому многие из них идут по пути покупки франшизы у уже эффективно работающей сети хостелов, которая оказывает разнообразную помощь: подбор помещения для хостела, реклама, работа в системах бронирования, подготовка документов для государственных и муниципальных структур, подбор персонала и его обучение, маркетинг, инструкции и учет внутри хостела, база клиентов и работа с ними и т.д. Например, сеть хостелов «Хостелы РУС» [96], работающая на гостиничном рынке России с 2012 г., за 4 года открыла на основе продажи франшизы 87 хостелов в 14 регионах России [60].

Исследования экспертов свидетельствуют, что многие постояльцы хостелов предпочитают сетевые проекты, имея положительный опыт размещения в одном из средств размещения сети [55, с. 106].

4. По уровню комфортабельности. В России стандартов уровня комфортности по хостелам нет. Международная Федерация Молодежных Хостелов Hostelling International (HI) разработала основополагающие критерии/требования к уровню качества услуг, предоставляемых хостелами. С 2004 г. HI запустила проект «Программа Качества», по которому на добровольной основе проводит аккредитацию хостелов во всем мире. По результатам лучшие хостелы награждаются Сертификатом Качества (HI-Q). Напри-



мер, хостел «ЛЭНД» (г. Санкт-Петербург) входит в систему Международной Федерации Молодежных Хостелов, а также является участником программы качества HI-Quality. Упомянутый сертификат свидетельствует о высоком качестве гостиничного обслуживания, подтверждает соответствие предоставляемых услуг стандартам качества [91, с. 112].

С целью ориентации потребителя в вопросах комфортабельности хостела компания Booking.com разработала несколько рейтингов для оценки качества обслуживания в российских хостелах. В настоящее время на сайте компании представлено 388 хостелов в Санкт-Петербурге и 465 хостелов в Москве. Есть два варианта рейтингов. Один вариант рейтинга выставляется самим хостелом по ценам, удобствам и услугам. Другой рейтинг выставляется хостелу на основании его участия в привилегированной программе Booking.com (критерии: достойный сервис, хорошее соотношение цена/качество). Оценка в обоих случаях производится на основе отзывов посетителей хостелов, что, как понятно, очень субъективно [99].

5. По месторасположению. Хостелы, расположенные в черте города, на окраине, непосредственно у объектов экскурсионного показа, на морских курортах и т.д. В большинстве случаев хостелы расположены относительно недалеко от объекта, представляющих интерес для туристов. Это одно из его главных преимуществ перед классическими отелями.

6. По наличию членства в ассоциациях: национальных и международных. Формирование хостел-движения основано на развитии молодежных/студенческих путешествий, поэтому самая известная ассоциация, которая координирует деятельность хостелов и отстаивает их интересы является Международная Федерация Молодежных Хостелов Hostelling International (HI), основанная в Германии в 1919 г. В настоящее время практически во всех странах есть национальные ассоциации/союзы/объединения хостелов, представляющие собой некоммерческие организации, существующие за счет взносов их членов. Характеристики ассоциаций хостелов по ряду стран представлены в таблице 1.2.

## Характеристики деятельности ассоциаций хостелов по ряду стран

Название ассоциации	Страна, год создания	Характеристика
Хостел ассоциация Австралии (YHA)	Австралия, 1939	является крупнейшим поставщиком бюджетных путевок в Австралии, с сетью из 80 общежитий в каждом штате и территории по всей стране. YHA также является частью крупнейшей в мире сети размещения бюджетных средств, Hostelling International (HI), которая насчитывает более 3500 общежитий в 60 странах.
Austrian Youth Hostel Association (OEHV)	Австрия, 1946	имеет 12 общежитий, а также владеет многими студенческими общежитиями в Австрии. Эти современные, хорошо оборудованные общежития предлагают путешественникам около 3000 мест во всей стране Австрии. Являясь членом Hostelling International, крупнейшего некоммерческого объединения сервисного обслуживания в мире и представленного в 90 странах, OEHV является частью всеобъемлющей глобальной сети для путешественников, которые ищут недорогое жилье.
Hostelling International Canada	Канада, 1933	является частью крупнейшей в мире сети общежитий, состоящей из 3500 общежитий в 89 странах. Пятьдесят четыре из этих общежитий находятся в Канаде. HI Canada – некоммерческая организация, основанная на членстве, и все общежития сети регулярно проверяются на соответствие высоким стандартам качества
Hostelling International Norway	Норвегия, 1930	является зонтичной организацией для более чем 50 общежитий по всей Норвегии. Это некоммерческая членская организация, миссия которой заключается в обеспечении доступного и качественного проживания и мероприятий для членов из-за рубежа и из Норвегии, создании опыта и взаимодействия между путешественниками, чтобы способствовать лучшему взаимопониманию между разными людьми и их культурами.

К основным задачам таких международных и национальных ассоциаций можно отнести:

- 1) развития хостел-движения в мире, увеличение потребительского сегмента на услуги, предоставляемые хостелами;
- 2) формирование стандартов качества обслуживания для хостелов с учетом национальных особенностей стран;
- 4) представление и защита интересов членов ассоциаций в международных, государственных, региональных органах власти, в неправительственных туристских организациях, организация сотрудничества с компаниями–партнерами по гостиничному и туристическому бизнесу;

5) сотрудничество с государственными органами на федеральном и региональном уровне при формировании политики, законодательных и нормативных документов по созданию оптимальных условий функционирования хостелов [86];

6) противодействие недобросовестной конкуренции в сфере гостиничных услуг, в том числе на рынке хостел-движения;

7) расширение международных связей, контактов, взаимодействия между странами в области культуры и просвещения [73].

В России также работает с 2016 г. Межрегиональная ассоциация хостелов и мини-отелей (МАХИМО), однако масштабы ее деятельности пока сложно сравнить с зарубежными объединениями. В настоящее время российская ассоциация насчитывает 14 членов.

6. По использованию глобальных систем интернет-бронирования. Для реализации услуг хостелы в основном используют разнообразные сервисы интернет-бронирования (например, Booking.com), которые обеспечивают бронирование услуг хостела, формируют рейтинги средств размещения на основе отзывов посетителей. Стоимость услуг компании Booking.com составляет 15% от суммы каждого бронирования [72, с. 48].

Многие региональные объединения хостелов выполняют роль маркетинговых союзов, которые размещают информацию о своих членах, рекламируют их услуги, осуществляют сервис бронирования номерного фонда (например, Ассоциация Малых Гостиниц Санкт-Петербурга) [80].

С целью экономии средств российские начинающие хостельеры стараются использовать прямые каналы продаж, что значительно сокращает их возможности по продаже услуг, а также приводит к снижению загруженности средства размещения.

7. По продолжительности работы хостелы делятся: на работающие круглый год и работающие сезонно.

8. По перечню предоставляемых услуг. Согласно ГОСТу Р 56184-2014 «Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам» в хостелах ре-

комендуется предоставлять следующие основные услуги: прием и регистрация постояльцев; ежедневная уборка; смена постельного белья и полотенец не реже 1 раза в 5 дней; вручение корреспонденции гостям; по просьбе клиента утренняя побудка; предоставление места для хранения багажа; возможность бронирования и заказов билетов, такси и т.п.

К дополнительным услугам, оказываемых в хостелах относятся: услуги Интернета; услуги телевидения/радиовещания; организация культурных и развлекательных (анимационных) программ; оказание экскурсионных, туристских и спортивно-оздоровительных услуг; организация детских комнат/площадок, игр, присмотр за детьми; наличие стоянки/гаража для автомобилей и велосипедов; предоставление услуг питания, торговли; услуги прачечной, химчистки; продажа туристской информации, прессы и прочее.

9. По типу организации пространства:

а) капсульный хостел – изобретение японцев, у которых на родине серьезные проблемы со свободным для застройки местом. Посетителей хостела размещают в индивидуальных капсулах, оборудованных освещением и вентиляцией. Также могут присутствовать универсальные «гнезда» для зарядки мобильных телефонов, планшетов и ноутбуков, а также разъемы для подключения наушников с большим выбором радиостанций. Кухня, гостиная и санузел в капсульном хостеле общие. В Москве успешно функционирует сеть капсульных хостелов InterQube, состоящая из трех отелей, находящихся в центре столицы;

б) квартирный хостел – типичный для России способ размещения в переоборудованной квартире в многоквартирном доме. Посетители проживают в общих комнатах по несколько человек. К услугам клиентов квартирного хостела общая кухня, гостиная и санузел. Телевизор и персональный компьютер могут быть общими или располагаться в каждой жилой комнате;

в) отельный хостел – единственное различие от квартирного хостела заключается в том, что первый обустроен в отдельно стоящем здании или занимает часть офисного, административного и другого нежилого здания. В

стандартный набор услуг входит общая кухня, гостиная и санузел, а также возможность пользоваться бытовыми приборами и техникой в порядке очереди.

В ряде стран хостелеры для привлечения туристов открывают свои малые средства размещения в зданиях/объектах, которые сами по себе вызывают интерес у путешественников. Авторы Кривошеева Т. М и Казакова С.А. исследовали зарубежный опыт создания концепции хостела на основе использования привлекательности средства размещения. В Стокгольме на территории аэропорта Арланда на борту самолета работает хостел Jumbo Stay. В Шотландии внутри маяка Rua Reidh есть хостел, из каждого номера которого открывается вид на море. Все номера выполнены в стиле морской тематики. В Амстердаме хостел AmicitiA расположен на барже. В Канаде хостел Jail работает в здании, которое 50 лет назад было главной тюрьмой города. На наш взгляд, данный опыт целесообразно учитывать при создании хостелов, что позволит им заполнять свой номерной фонд как в качестве средства размещения, так и объекта туристического показа [95].

Хостелы – это полностью коммерческие структуры, основная цель деятельности которых – получение прибыли. В условиях отсутствия законодательно установленных нормативов по их деятельности одна часть хостелов зарегистрирована как обычные гостиницы, что необоснованно влияет на увеличение стоимости ночи проживания, другая часть хостелов оформлена собственниками как «сдача мебелированных комнат», третья часть – работают нелегально. Вторая проблема в деятельности хостелов – это психология потребителя, отношение большинства потребителей к данным средствам размещения как к общежитиям с вытекающими отсюда впечатлениями о грязи, неудобствах, шуме, воровстве и прочих негативных впечатлениях. Конечно, нельзя сравнивать проживание в хостеле и проживание в четырех- или пятизвездочной гостинице, но необходимо понимать, что снижение стоимости проживания происходит за счет многоместного проживания и сокращения перечня дополнительных услуг, которые в классических гостиницах автома-

тически включаются в стоимость номера [87, с. 77].

Таким образом, в настоящее время дальнейшее развитие хостел-движения в России сдерживается следующими факторами:

- отсутствием государственного контроля за деятельностью хостелов из-за непроработанной законодательной базы, норм и стандартов обслуживания;
- недостаток информации о российских хостелах на сайтах международных систем бронирования из-за использования ими неэффективных систем продвижения услуг;
- отсутствие регламентированных норм функционирования хостелов приводит к размещению их в жилых домах, что вызывает недовольство местных жителей;
- недостаточное использование хостелами сетевых форм организации бизнеса с целью повышения конкурентоспособности.

На основании изученных статистических данных нами была составлена классификация малых средств размещения, представленная в таблице 1.3.

Таблица 1.3

#### Классификация малых гостиничных предприятий

Тип	Размер	Расположение
Малый отель	До 25 номеров	Городское, пригородное
Малый мотель	До 25 номеров	Пригородное, у крупных магистралей и въездов в город
Этажный отель	До 25 номеров	Городское, в жилых зданиях
Апарт-отель	До 25 апартаментов	Центр города
Эконом-отель	До 25 номеров	Пригородное или окраина города
Пансионат	До 50 номеров	пригородное
Хостел	До 25 номеров	Городское, пригородное

Данная классификация позволяет выявить уровень сервиса и расположение разных видов малых гостиничных предприятий, что позволяет более детально рассмотреть нормы и стандарты обслуживания в данных предприятиях. Безусловным преимуществом малых средств размещения является небольшой масштаб предприятий, при котором легко управлять небольшим штатом сотрудников и номерным фондом.

В малых предприятиях зачастую идет совмещение должностей владельца и управляющего, что способствует особой заинтересованности в результате деятельности фирмы, налаживанию внутренних связей в коллективе, а также оперативному принятию решений в ситуациях, когда требуется быстрая и четкая реакция на внешнее воздействие. С другой стороны, нежелание владельца участвовать в управленческом процессе никак не влияет на работу небольшой гостиницы.

### **1.3. Генезис и тенденции развития малых гостиниц в России и за рубежом**

В России рынок малых гостиниц активно развивается, ежегодный рост составляет 15-20%. Особенно стремительное увеличение количества малых средств размещения наблюдается в таких городах, как Санкт-Петербург, города Золотого кольца, Геленджик, Сочи, Анапа, то есть в регионах, которые представляют для путешественника интерес с познавательной и рекреационной точки зрения. В Санкт-Петербурге и Калининграде малые средства размещения составляют более 70% от общего числа гостиниц [85].

Кроме того, развитию малых средств размещения способствует активный рост популярности разнообразных специализированных видов туризма (сельский, экологический, этнический, приключенческий и др.). Данные виды туризма не предполагают размещение туристов в крупных гостиничных комплексах, так как тогда теряется сам смысл такого путешествия, которое предполагает приближение человека к природе и здоровому образу жизни.

Еще одной причиной роста популярности малых средств размещения эконом-класса явился финансовый кризис 2014 г., после которого население России стало более рационально тратить финансовые средства, и в том числе на отдых, развлечения и путешествия. В настоящее время многие туристы самостоятельно планируют свои поездки, бюджет на путешествия, разрабатывают маршрут, выбирают места проживания [48, с. 462]. Самостоятельный туризм предполагает, что главным для путешественника становится не ком-

фортабельный отдых, а информационная насыщенность программы, что приводит в результате к экономии на средствах проживания и выборе отелей/гостиниц эконом-класса с минимальным набором дополнительных гостиничных услуг.

Например, на черноморском курорте Сочи в хостелах часто останавливаются родители с детьми: в 2016 г. этот показатель был равен 10,97%, в 2017 г. – 13,82%. При этом доля мужчин и женщин сократилась: 33,32% мужчин и 55,8% женщин жило в сочинских хостелах в 2016 г., в 2017 г. – 30,89% мужчин и 55,28% женщин [74].

Растет количество отдыхающих с детьми, так как у многих россиян курорт Сочи воспринимается как отличный, комфортный отдых с детьми на море, где много предприятий питания, хорошие пляжи, много развлекательных мероприятий и зон отдыха, в том числе и для детей. Удобно добираться от аэропорта. Все это привлекает туристов для семейного отдыха в Сочи (рис. 1.2).

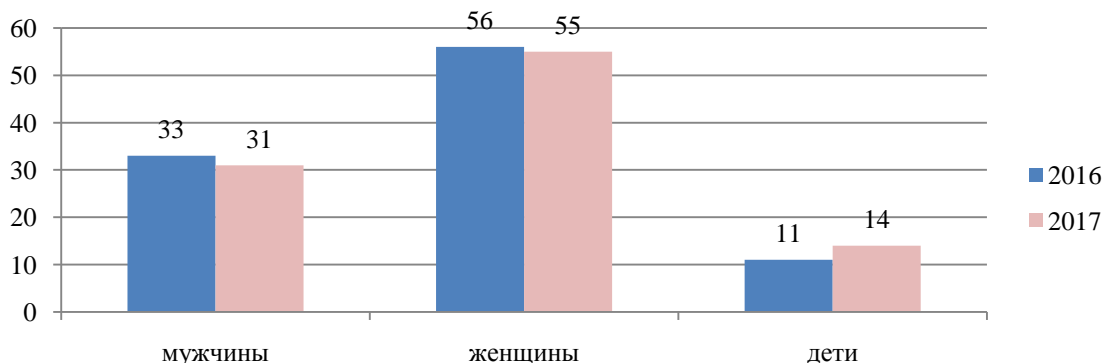


Рис. 1.2. Структура постояльцев хостелов в г. Сочи в 2016-2017 гг., в %

В Севастополе, наоборот, растут показатели отдыхающих женщин, а туристов, отдыхающих с детьми в 2017 г. не было. В 2016 г. количество женщин составило 50,54%, мужчин – 45,16%, туристов с детьми – 4,3%. В 2017 г. картина изменилась: количество женщин выросло до 61,76%, а мужчин сократилось до 30,24%. Данная ситуация объясняется тем, что Севастополь у большинства россиян не ассоциируется с семейным отдыхом. С детьми принято отдыхать в Анапе, Евпатории, Ялте, Алуште и т.д. (рис. 1.3).



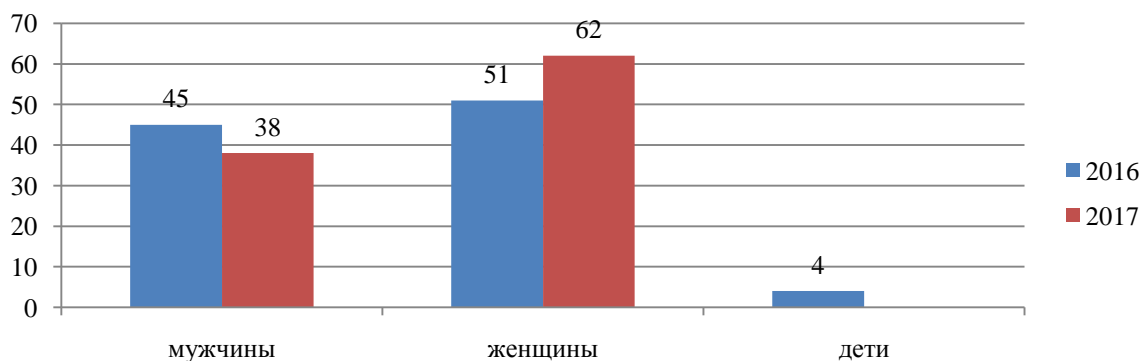


Рис. 1.3. Структура постояльцев хостелов в г. Севастополь в 2016-2017 гг., в %

В московских хостелах преобладают мужчины (50,68% в 2017 г.), в петербургских женщины (72,28% в 2017 г.). Также наблюдается тенденция снижения продолжительности проживания в хостелах: на наиболее короткий срок останавливаются в московских хостелах (3,72 дней в 2017 г.). Это вполне объяснимо, так как для Москвы 3 дня – самый оптимальный срок и для культурно-познавательной программы, и для деловой поездки. В Сочи в 2017 г. по сравнению с 2016 г. продолжительность отдыха сократилась в полтора раза и составила 7,05 дней [71].

Сокращение произошло в основном из-за того, что в последние годы стоимость отдыха в Сочи сильно возросла. Продолжительность пребывания в Санкт-Петербурге в 2017 г. составляла 5,32 дней. В основном это туристы, приезжающие с культурно-познавательной целью.

По составу постояльцев хостелов в исследуемых городах наблюдается устойчивая тенденция увеличения количества туристов, приезжающих по одному. Так, в Сочи в 2016 г. сегмент одиночек составлял 17,35%, в 2017 г. – 53,85%, в Севастополе – 35,05% (в 2017 г. – 51,52%), в Москве – 42,28% (в 2017 г. – 57,14%), в Санкт-Петербурге – 17,29% (37,86% в 2017 году) (рис. 1.4).

Соответственно хостелы, изучая своего потребителя, выделяя свой целевой сегмент, должны подстраивать работу под интересы постояльцев. Если

это родители с детьми, то целесообразно сделать детскую комнату, устраивать анимационные программы для детей [70, с. 206].

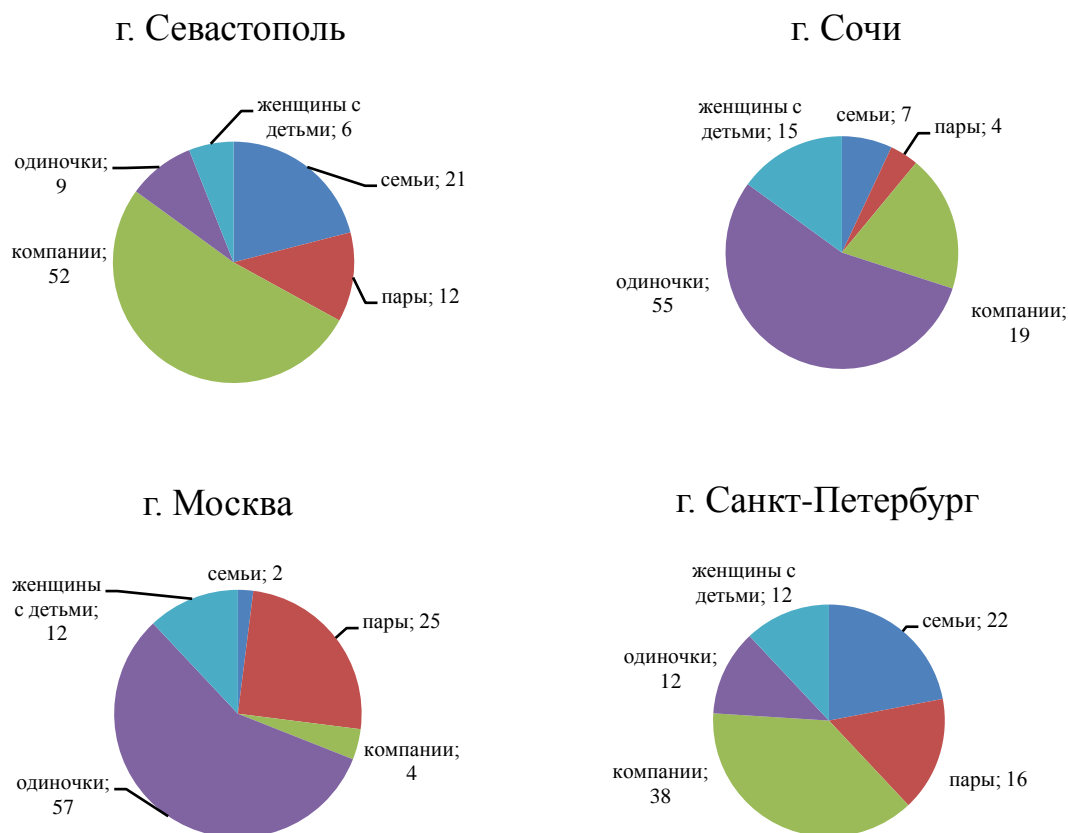


Рис. 1.4. Состав постояльцев хостелов в четырех городах России в 2017 г.

Если преобладает женская аудитория, то продумать наличие зеркал во весь рост, дополнительных вешалок в шкафу, наличие в гостиной женских журналов и цветов. Если в хостеле преобладают люди, приехавшие в город с деловой целью, то оборудовать места для работы, бесплатный Интернет.

Малые формы размещения зародились еще в советское время в Краснодарском крае, были они довольно примитивны, сейчас это уже цивилизованные гостиницы эконом-класса, довольно комфортные и бюджетные и число их ежегодно возрастает. С развитием в стране сельского, событийного, экологического туризма развитие малых форм размещения проникает и в сельскую местность, и в отдаленные уголки России, однако в большинстве случаев, это просто средства размещения, но не хостелы [58, с. 243].

Хостелы – временное место проживания с особой атмосферой, и осо-

бенность этой атмосферы в том, что она создает предпосылки для сближения, общения и знакомство людей. В этом и заключается особенность хостелов, в них всегда существует общее место, как правило, это кухня-гостиная, где можно вместе приготовить себе еду, поиграть в игры, почитать, посидеть в интернете, посмотреть фильм, словом, побыть вместе. Основателем хостелов был немецкий учитель Ширманн, педагог, для организации воскресных прогулок для бедных учеников, догадался устраивать их на ночлег в тех же школах, которые летом пустовали и даже приспособился сдавать молодым путешественникам классы школы, в которой сам работал, но поскольку был он педагогом, при организации таких ночевок важнее всего было все-таки общение, совместная деятельность и, естественно, особая атмосфера. Времена давно изменились, но тенденция сохранилась [54, с. 825].

Первые хостелы, появившиеся в начале прошлого века являлись сторонниками идеологии немецкого молодежного движения *Die deutsche Jugendbewegung*, возникшего еще в 1896 г. и пропагандировавшего предоставление возможности путешествий для молодых необеспеченных людей. Отличительной особенностью хостелов в те времена являлась работа исключительно ночью, днем эти заведения были закрыты, поскольку предполагалось, что днем обитатели хостелов будут заняты на работе вне стен хостела, зарабатывая тем самым деньги на содержание хостела. С течением времени эта традиция канула в лету, и теперь обитатели хостела должны просто оплатить свое проживание, не заботясь о том, на что и как хостел существует.

Особое развитие хостелы получили в середине XX века благодаря хиппи, которые пропагандировали путешествие, перемену мест, готовность к минимальному перечню удобств и комфорта [50, с. 6].

Со временем хостелы значительно изменились. Из непритязательных мест временного проживания, предлагающих только ночевку, они превратились в средство размещения, которое предлагает не только основные, но и ряд дополнительных услуг, а именно: интернет, питание (завтрак), возможность междугородней и международной 40% 28% 32% 2-х местные 4-х мест-

ные 6-ти местные 35 связи, спутниковое телевидение, наличие кондиционера, экскурсионно-развлекательные программы и многое другое. В хостелах имеется разнообразный номерной фонд различной вместимости. Имеются номера с удобствами а также удобства могут быть на несколько комнат (в блоке). Если в хостеле предлагаются номера большой вместимости (10-20 человек), то удобства обычно располагаются на этаже. Соответственно, чем менее комфортабельные условия проживания для постояльцев, тем дешевле обойдется проживание (рис. 1.5).

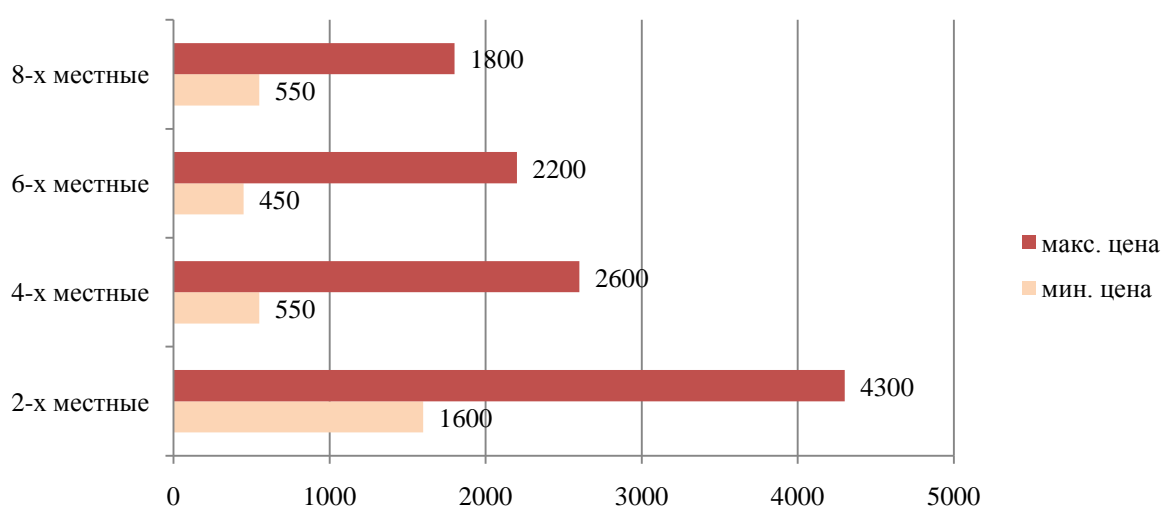


Рис. 1.5. Средняя стоимость проживания по типу номеров

Некоторые хостелы за смену постельного белья берут дополнительную оплату. В ряде хостелов завтрак включен в стоимость проживания. Многие туристы, останавливающиеся в хостеле, предпочитают готовить еду самостоятельно, тем самым экономя средства на питание в ресторанах и кафе, поэтому в большинстве хостелов предлагается для этой цели использовать общие кухни. Чтобы обезопасить постояльцев от краж имущества в хостелах есть камеры хранения и сейфы [53, с. 364].

Специалисты считают, что сейчас в мире функционирует около 4,5-5 тыс. хостелов, в которых ежегодно осуществляется около 30 млн ночевков. С недавнего времени хостелы пользуются популярностью и у российских туристов. В большей части основным целевым потребительским сегментом хос-

телов являются люди молодого возраста. Однако если учесть, что основным фактором, привлекающим постояльцев в хостелы, является низкая стоимость проживания, то услугами хостелов пользуются путешественники любого возраста. Например, в Санкт-Петербурге минимальная стоимость ночи проживания в хостеле составляет 350 руб., а минимальная стоимость двухместного стандартного номера в трехзвездочной гостинице на окраине города будет 1700 руб. [37].

Тем не менее, необходимо отметить, что у хостелов есть и недостатки: проживание в номере с незнакомыми людьми; возможность краж; ванная, душ и кухня общего пользования. Несмотря на растущую популярность средств размещения эконом-класса количество хостелов значительно меньше, чем обычных гостиниц. В тоже время скорость прироста хостелов в общем количестве средств размещения свидетельствует о перспективности развития данного типа размещения (рис. 1.6).

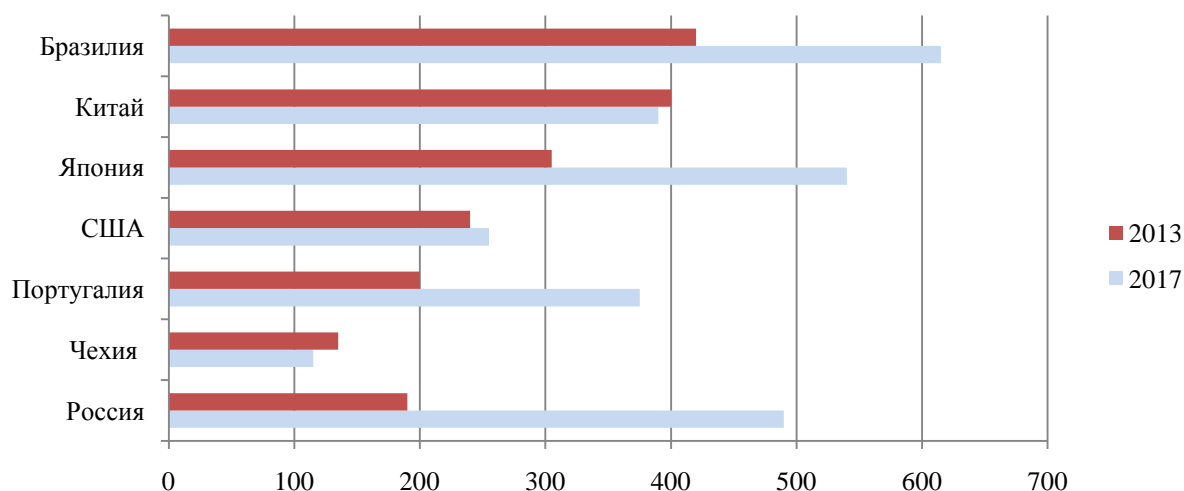


Рис. 1.6. Количество хостелов в различных странах мира

В настоящее время Россия значительно отстает по числу хостелов от таких стран, как Бразилия и Япония. Это объясняется тем фактом, что массово хостелы в России начали открываться в 2010 – 2011 гг. И только в 2014 г. появился первый нормативный документ (ГОСТ Р 56184-2014 «Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам»), рамочно регламенти-

рующей их деятельность [5].

Согласно ГОСТу хостелы на сегодняшний день могут быть организованы в отдельных зданиях, а также расположены на одном этаже или занимать ряд квартир. Большая часть хостелов (80%) находится в жилых многоквартирных домах. На основании данных ассоциации «Межрегиональное объединение развития индустрии хостелов» в России работает сейчас приблизительно 1 тыс. хостелов, доход от деятельности которых составляет 3,5-4 млрд. руб. в год. [35].

Основными преимуществами хостелов по сравнению с классическим гостиницами являются:

- стоимость проживания, которая значительно ниже, чем в самых дешевых классических гостиницах, возможность экономии на самостоятельном приготовлении еды;
- атмосфера, присущая хостелам [38, с. 149].

Возможность общения и знакомства с разными людьми из различных стран, проведение хостелами разнообразных мероприятий, экскурсий, игр для своих гостей, способствующих сплоченности и знакомству людей. Формирование на российском гостиничном рынке такого кластера средств размещения, как хостелы выполняет и социально-экономическую функцию.

Социально-экономическая эффективность работы хостелов формируется из большого числа составляющих.

1. Увеличение туристской пропускной способности региона. Во многих российских городах наблюдается проблема отсутствия достаточного количества мест в средствах размещения, особенно остро эта проблема встает в высокий туристический сезон и при проведении крупных спортивных, деловых и развлекательных мероприятий. В эти периоды цены в гостиницах увеличиваются в 3-5 раз (например, в период Чемпионата мира по футболу в Москве). Поэтому наличие таких альтернативных средств размещения позволяет посещать туристский регион во время проведения мероприятий не только высокодоходным слоям населения планеты, но и остальным слоям общества.

Соответственно, отсутствие номерного фонда в регионе очень сдерживает развитие его туристической составляющей, и соответственно отражается на его финансовых доходах (упущенная прибыль) [30, с. 39].

2. Открытие хостела в короткие сроки и быстрая окупаемость проекта. Быстрая окупаемость хостелов является главным их экономическим преимуществом перед классическими гостиничными предприятиями. Меньший объем инвестиций объясняется относительно небольшими затратами на аренду здания, ремонт и покупку мебели по сравнению с покупкой земли и проведением коммуникаций, необходимых для открытия классического отеля. В среднем для открытия хостела нужно порядка 3 млн. руб. – это точка входа, из которой примерно 45% уходит на ремонт, 15-16% – аренда: первый и последний месяц, оборудование – 30% и все остальное – документы и накладные расходы [23, с. 973].

3. Открытие новых средств размещения, в том числе хостелов, положительно влияет на уровень деловой активности местного населения, создаются новые рабочие места, развиваются сектора региональной экономики, смежные с туризмом. Это способствуют снижению уровня безработицы в принимающем туристов регионе [25, с. 79].

4. Наличие гибкого управления, возможность быстро подстроиться под изменяющиеся рыночные условия функционирования дает возможность хостелам быстро реагировать на спрос и формировать новые предложения, соответствующие запросам целевых потребительских сегментов. Относительно небольшой номерной фонд позволяет хостелам учитывать индивидуальные требования постояльцев значительно быстрее, чем это могут сделать крупные гостиничные комплексы.

5. Работа в хостеле являются для большого количества людей стартовой площадкой для дальнейшей деятельности в гостиничной индустрии. Начиная работать в небольших гостиницах, люди практикуются и учатся основам гостиничного дела.

6. Хостелы вносят огромный вклад в развитие гостинично-

туристического сектора экономики региона, в активное развитие смежных с туризмом отраслей (музеев, экскурсионных бюро, объектов показа, предприятий общественного питания, транспорта и т.д.) [14, с. 188].

Многие хостелы заключают с указанными компаниями договора на обслуживание своих постояльцев. Таким образом, проанализировав социально-экономический эффект от деятельности хостелов целесообразно сделать вывод, что данный тип малых средств размещения перспективен, и для его дальнейшего развития в России требуется разработка специальных нормативов, правил и стандартов на законодательном уровне, учитывающих специфические особенности работы хостелов

Сфера гостеприимства в России развивается, не смотря на кризисные явления в экономике, строятся новые отели, открываются гостиничные комплексы, по-прежнему индустрия туризма является одной из самых доходных отраслей экономики. Многие россияне в состоянии позволить себе отдых в дорогих фешенебельных отелях, где цена за номер составляет сумму месячной пенсии отдельно взятых граждан страны [22, с. 137].

Однако основная масса путешествующих по стране позволить себе этого не может и рынок туристических услуг, отвечая требованиям времени, должен быть социально ориентированным, а, следовательно, доступным для социально незащищенных слоев населения.

В этом случае на выручку приходят бурно развивающиеся в нашей стране в последние годы и, ставшие довольно популярными, хостелы. Эти современные недорогие молодежные гостиницы с минимальными дополнительными услугами разительно отличаются от просто малобюджетных гостиниц. В последнем случае это просто средство размещения, а в случае с хостелами-определенная философия.

Зачастую, для того, чтобы обеспечить регионы наплывом туристов, необходимо привлечение достаточного количества инвестиций. Это обусловлено тем, что предприниматели предпочитают строить большие гостиничные комплексы среднего класса и выше, рассчитывая на моментальную окупае-



мость.

Но данная сфера бизнеса в последнее время приковывает к себе пристальное внимание не только больших корпораций или муниципальных объединений, но и достаточно маленьких фирм и даже индивидуальных предпринимателей. При этом все большей популярностью пользуются не многомиллионные проекты больших гостиничных комплексов, а так называемые малые гостиницы.

Европейская эволюция гостиничного бизнеса привела к появлению следующей пропорции: 60% туристов обслуживаются крупными отелями, 40% потока прибывающих – малым гостиничным бизнесом [34, с. 93].

В России ежегодно растет количество малых средств размещения. За последнее десятилетие ежегодный прирост гостиничного рынка в России составил 15–20% именно благодаря развитию малых форм размещения (от 10 до 50 номеров) в различных регионах. Особенно активно подобный формат размещения развивался на юге России (в городах Геленджике, Анапе, Сочи), а также в Санкт-Петербурге и городах Золотого кольца. В целом по стране объем ввода таких объектов ежегодно прирастает на 50% [31, с. 67].

Данная сфера всегда остается открытой для новых идей, перспектив и возможностей. И, несмотря на то, что Россия в этом сегменте бизнеса всегда идет на шаг позади ведущих стран – отельеров, сегодня можно с уверенностью заявить, что гостиничное дело в России развивается достаточно успешно.

## **2. Анализ состояния, перспектив и проблем развития малого гостиничного бизнеса в Российской Федерации**

### **2.1. Современный рынок хостелов в России: состояние и проблемы**

Развитие российского рынка хостелов в последние годы связано с рядом факторов, которые, несмотря на их негативный характер, положительно отразились на росте индустрии гостеприимства, в том числе и на увеличении спроса на услуги российских хостелов:

– падение курса национальной валюты. С одной стороны – падение курса национальной валюты негативно отражается на экономике России, с другой стороны, путешественники, имеющие средний уровень дохода, переориентировались на отдых в России, который обходится им дешевле, чем путешествие за рубежом;

– закрытие наиболее популярных туристических направлений (Египет и Турция). Альтернативой этим направлениям для россиян являются Тунис, Таиланд, Вьетнам и др.;

– рост привлекательности внутреннего туризма России. В России в течение последних лет проходит много мероприятий международного масштаба (Универсиада в столице Татарстана; Сочинские зимние Олимпийские Игры-2014; музыкальный конкурс Евровидение в Москве; саммиты во Владивостоке, Санкт-Петербурге, Чемпионат Мира по Футболу-2018). Проведение такого уровня мероприятий требует реставрации многих памятников культуры и архитектуры, строительства новых средств размещения, спортивных и развлекательных комплексов, транспортных предприятий, что увеличивает интерес россиян к познанию собственной страны [36].

Одновременно с формированием туристской инфраструктуры, увеличивается комфортабельность отдыха внутри страны. Определенную роль в развитии внутреннего туризма сыграли санкции. Запреты на выезд в ряд стран небольшой категории правящей и бизнес-элиты страны повлек за собой некую «моду» на отечественный отдых и путешествия.

Точной статистики по количеству хостелов в России нет, официальная статистика относит их к разряду альтернативных средств размещения (рис. 2.1).

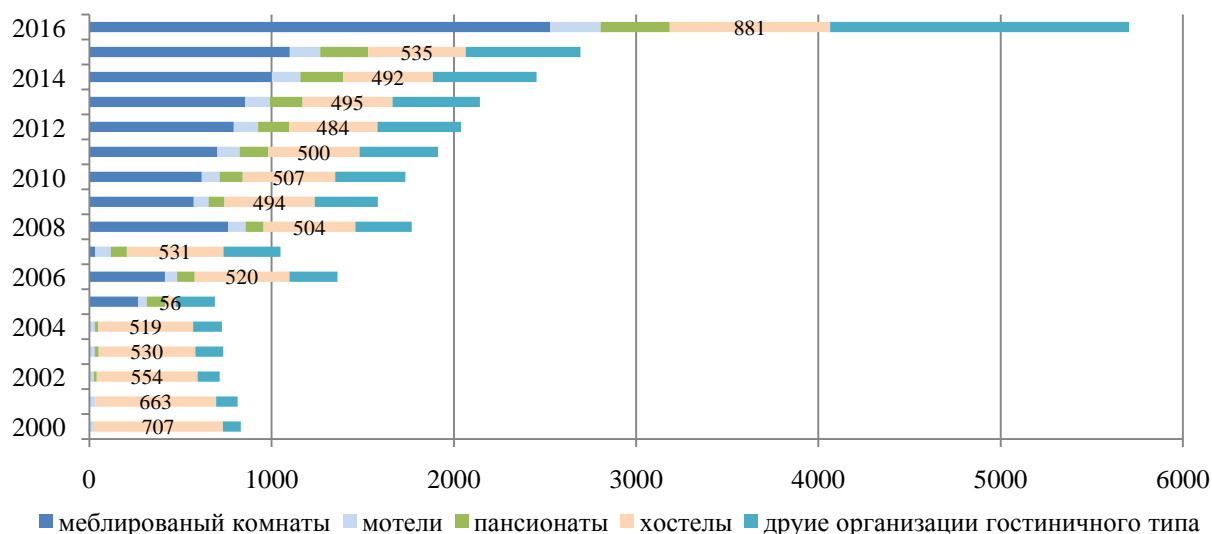


Рис. 2.1. Динамика увеличения в России альтернативных средств размещения за 2000-2016 гг.

Из рисунка 2.1 видно значительное увеличение альтернативных средств размещения, однако потребительские предпочтения в России меняются гораздо с меньшей скоростью. Если оценить емкость коллективных средств размещения гостиничного типа в 2016 году (63 тыс. мест), то получается, что совокупная емкость мотелей и хостелов составляет лишь 8,3% от емкости классических гостиниц (750 тыс. мест) [88].

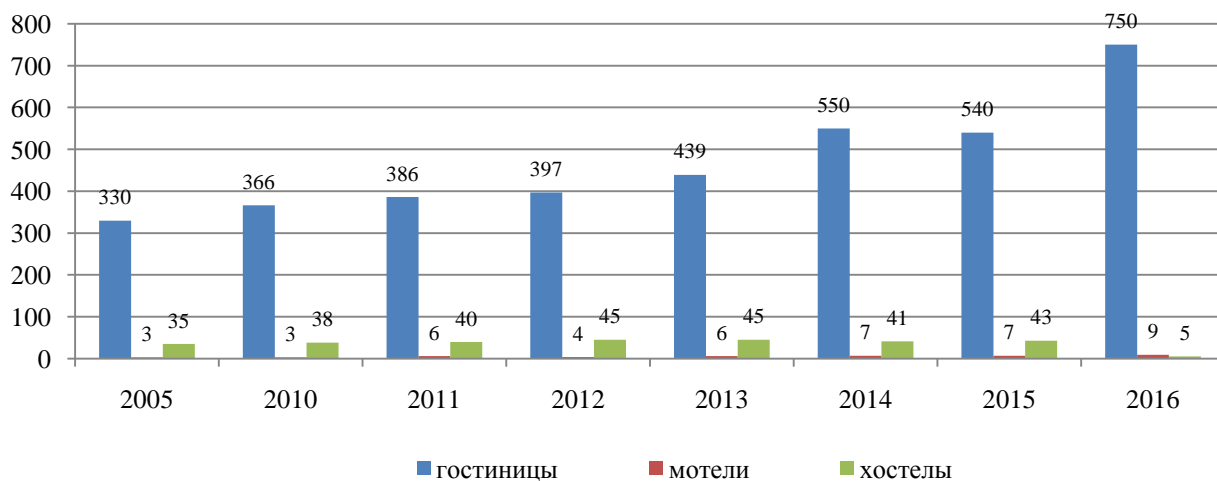


Рис. 2.2. Число мест в гостиницах, мотелях и хостелах в РФ, тыс.

Причем число мест в альтернативных средствах размещения с 2005 года выросло крайне незначительно. Даже с учетом некоторого снижения номерного фонда российских отелей, который Росстат зафиксировал в 2015 году, гостиницы сохраняют безусловное доминирование в отечественной индустрии гостеприимства (рис. 2.2). С 2000 г. по 2016 г. количество лиц, пользующихся услугами отелей сократилось лишь на 3% (рис. 2.3).

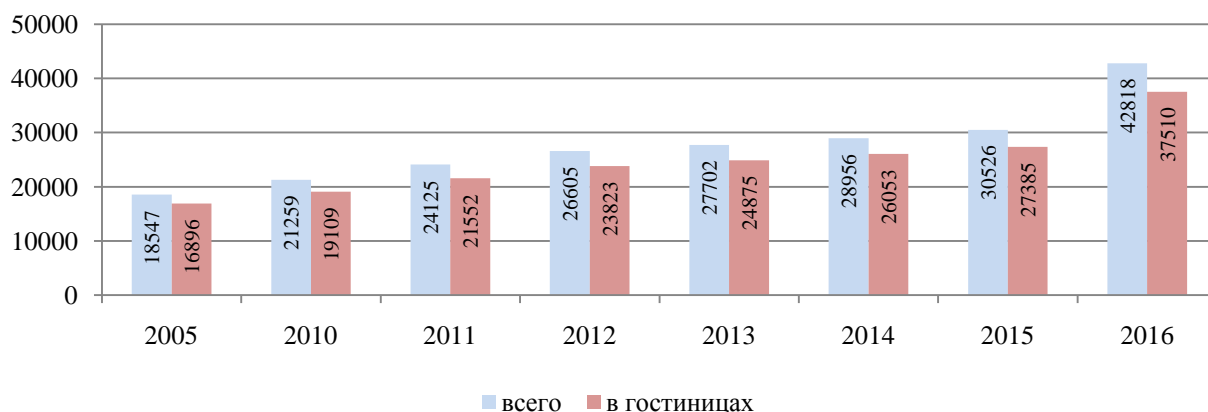


Рис. 2.3. Сравнительная характеристика количества постояльцев, использующих классические гостиницы и другие альтернативные средства размещения, тыс.

По данным Росстата, услугами российских гостиниц в 2016 г. воспользовались более 37,5 млн чел., а услугами хостелов около 800 тыс. чел. (рис. 2.3, 2.4).

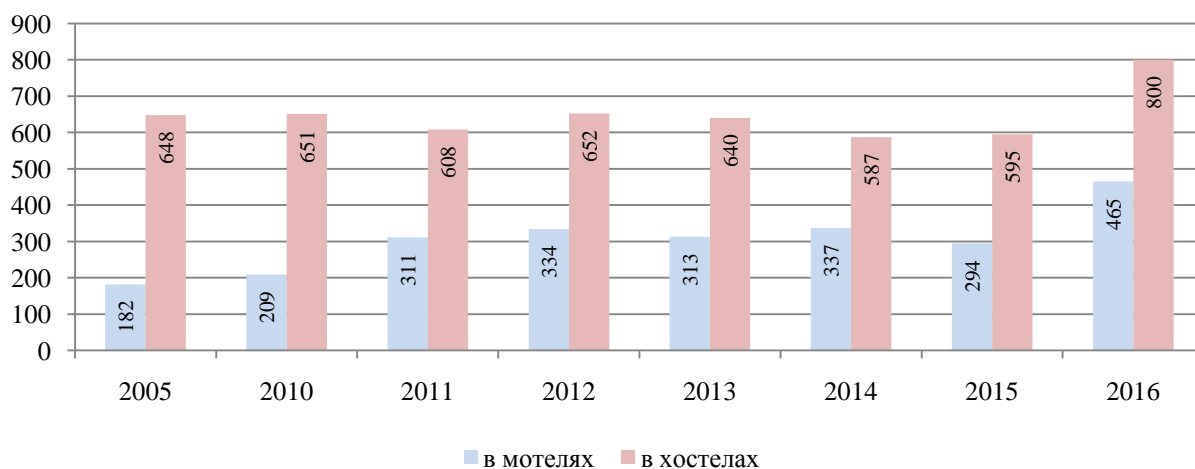


Рис. 2.4. Количество постояльцев, пользующихся услугами мотелей и хостелов в 2005-2016 гг., тыс. чел.

На основе анализа рисунка 2.4 видно, что в 2016 г. совокупная емкость мотелей и хостелов составляет лишь 8,3% от емкости классических гостиниц. То есть классические гостиницы сохраняют безусловное доминирование в российской сфере гостиничных услуг.

На основании этих статистических данных можно утверждать, что российская сфера гостиничных услуг демонстрирует устойчивый рост, в том числе и в сфере альтернативных средств размещения. Вместе с тем, степень достоверности данных не понятна – особенно в отношении хостелов.

На сайте системы интернет-бронирования отелей Booking.com представлено приблизительно 2 тысячи российских хостела, из них в Москве – 475, в Санкт-Петербурге – 397 [99].

В международных системах интернет-резервирования хостелов Hostelworld.com и Booking.com представлено различное количество хостелов. В отличие от системы Booking.com система Hostelworld.com дает также информацию по средней стоимости одной ночи проживания в хостелах по ряду российских городов и присваивает средний рейтинг хостелам города на основании отзывов посетителей системы бронирования (табл. 2.1, 2.2).

Таблица 2.1

Средняя стоимость ночи проживания в хостелах в ряде российских городов на основе данных, предоставляемых системой онлайн-бронирования Hostelworld.com, руб.

Город	Средняя стоимость ночи проживания
Москва	996,95
Владивосток	921,43
Санкт-Петербург	773,72
Казань	730,42
Иркутск	591,71
Новосибирск	536,25
Екатеринбург	533,95

В системе бронирования Hostelworld.com возможно резервирование услуг хостелов в 52 российских городах. Больше всего новых хостелов на начало 2018 г. открылось в Москве – 60, в Санкт-Петербурге – 27, в Казани –

11, что связано с подготовкой к чемпионату мира по футболу.

Таблица 2.2

Количество хостелов в различных российских городах, представленных в международных системах онлайн-бронирования Hostelworld.com и Booking.com.

Город	Количество хостелов в системе бронирования Booking.com	Количество хостелов в системе бронирования Hostelworld.com
Санкт-Петербург	475	155
Москва	397	118
Казань	99	15
Екатеринбург	85	22
Ростов-на-Дону	66	5
Сочи	44	13
Нижний Новгород	4	3
Калининград	35	6
Самара	40	-
Волгоград	29	-

В преддверии ажиотажного спроса на гостиничные услуги оказалось достаточно много предпринимателей, которые использовали создание хостелов, как один из самых малозатратных видов гостиничного бизнеса по стоимости входа в отрасль.

Практически все хостелы открывались заранее, чтобы отработать внутренние бизнес-процессы и собрать положительные отзывы постояльцев, на которые болельщики обязательно будут обращать внимание при выборе.

В настоящее время конкуренция между хостелами в Москве довольно жесткая. Для приема иностранных туристов, приезжающих на чемпионат мира по футболу, все хостелы должны были пройти обязательную классификацию. 360 московских хостелов получили официальный сертификат, подтверждающий категорию [37]. Подавляющее большинство из них имеет категорию «без звезд», но некоторые получили категорию 1-2 звезды (рис. 2.5).

Динамика увеличения сертифицированных хостелов в Москве представлена на рисунке 2.6. Таким образом, проведение крупных международных мероприятий в России способствовало тому, что рынок хостелов сделал существенный «рывок» в сторону цивилизованного развития – получение

сертификации, возможность бронирования койко-мест через международные системы онлайн-бронирования [63, 64].

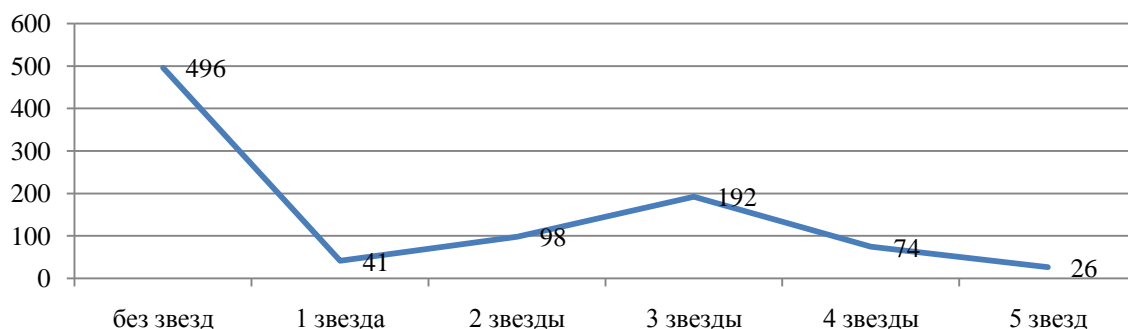


Рис. 2.5. Количество классифицированных средств размещения по категориям в Москве перед Чемпионатом мира по футболу-2018

Согласно данным исследований большинство хостелов расположены в Центральном округе Москвы – около 60%. В пределах Третьего транспортного кольца свою деятельность осуществляет 26% хостелов. 20% всех московских хостелов находятся в пределах Бульварного кольца. Самое большое количество хостелов сосредоточено в Басманном районе г. Москвы, что обусловлено близостью к популярным туристическим местам – историческому району Китай-город, улицам Арбат и Тверская [75].

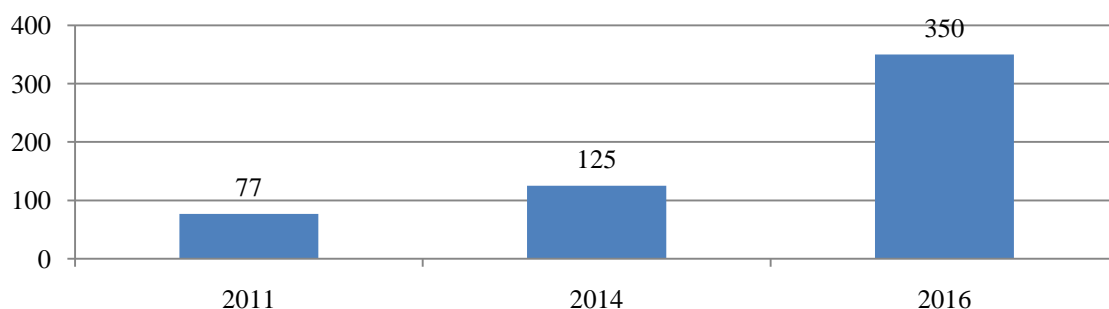


Рис. 2.6. Динамика увеличения количества московских хостелов в 2011-2016 гг.

Кроме того, очень популярны у путешественников хостелы, находящиеся вблизи транспортных узлов (вокзалов), выставочных центров и разнообразных развлекательных центров.

Диапазон цен на размещение в хостелах значительно колеблется и за-

висит от количества койко-мест в номере. При двухместном размещении цены практически приближаются к ценам в трехзвездочных московских классических отелях. С целью анализа политики ценообразования в хостелах выделим на сайте системы онлайн-бронирования booking.com 70 хостелов, имеющие рейтинг выше 6,0 по отзывам постояльцев средств размещения и находящиеся в ЦАО Москвы (рис. 2.7).

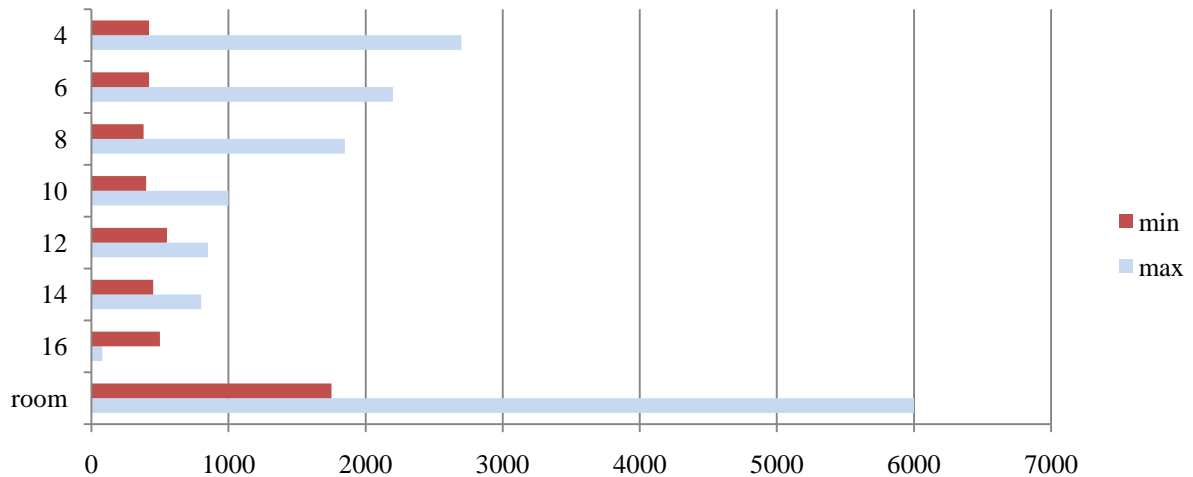


Рис. 2.7. Диапазон цен за ночь проживания в московских хостелах по количеству койко-мест в комнате

Благодаря наличию большого количества номеров как в классических отелях, так и в бюджетных средствах размещения в Москве наблюдается тенденция уменьшения срока предварительного бронирования в хостелах (доля бронирований «last-minute» увеличилась до 60%) [62].

Тенденция роста количества хостелов характерна и для других российских городов, но увеличение числа бюджетных средств размещения там идет гораздо более медленными темпами. Темпы роста числа мини-отелей и хостелов зависят от объемов внутреннего туризма в российских регионах и развития транспортной инфраструктуры. Под воздействием снижения курса рубля, роста интереса к России со стороны зарубежных групп туристов с более высоким уровнем ценовой чувствительности в нашей стране сегодня наблюдается рост внутреннего туризма. Следовательно, развитие хостел-движения находится в неразрывной связи с развитием туризма в целом. Бы-



страя, в сравнении с прочими средствами размещения, окупаемость хостелов позитивно сказывается на темпах роста их числа и, следовательно, на увеличении показателя обеспеченности гостиничными местами определенной туристской дестинации.

С целью привлечения клиентов в хостелы многие владельцы позиционируют их в качестве community-пространства, арт-пространства, подчеркивая тем самым уникальность и индивидуальность средства размещения. В качестве примера арт-хостела можно привести «Хостел Fabrika», который находится в здании бывшей фабрики, поэтому хостел оформлен в дизайне «заводских времен». Хостел позиционирует себя в качестве галереи современного искусства: на стенах представлено огромное число картин современных художников, часто проходят творческие встречи, выставки, лекции и дискуссии на тему искусства. Хостел располагает собственным выходом на крышу здания, где можно пить чай и изучать достопримечательности Москвы. Другим примером community и арт-пространства может служить «Baby Lemonade Hostel». Хостел сочетает современные блага цивилизации и стиль 60-х годов: эстетика хиппи, виниловые пластинки и автобусы Volkswagen в разных интерпретациях. По субботам гости играют в настольные игры: мафию, твистер, а каждый вечер готовят что-то особенное из национальных блюд всего мира [28, с. 18].

В последние годы весьма остро и в профессиональной среде, и на уровне федеральных властных органов идет обсуждение вопроса законодательного регулирования работы хостелов. Среди положительных тенденций можно отметить начало формирования цивилизованного рынка хостел-услуг, которое связано, в том числе, с принятием ГОСТа «Общие требования к хостелам». В его тексте присутствуют ключевые требования к таким объектам размещения.

Во-первых, стандартом признается, что хостелы способны осуществлять деятельность в разных правовых формах – физические лица или индивидуальные предприниматели. Это весьма важно, так как статистика говорит

о том, что свыше половины хостелов ведут деятельность от лица индивидуальных предпринимателей. ГОСТом дается три определения: хостел, хостельер и малобюджетный туризм и закрепляются нормативы площади (высоту потолков, минимальную площадь жилой комнаты), а также определяется перечень дополнительных и основных услуг, которые предоставляются в хостеле.

В ГОСТе указано, что хостелы могут находиться в отдельно стоящем здании или в части здания, а также в квартире или нескольких квартирах. Не обязательным является условие, что хостелы должны иметь отдельный вход, так как приблизительно 80% хостелов размещаются в жилых фондах. Это положение Стандарта удобно для предпринимателей, но не удобно для людей, проживающих в доме, где квартиры переделаны в хостелы, так как это дополнительный шум, незнакомые лица (подозрительные) в подъезде, незапланированная нагрузка на коммуникации в доме и т.д. Участники рынка отмечают, что добросовестные хостельеры, открывая объект, берут на себя все обязанности по содержанию подъезда и территории. Предпринимателям, которые занимаются этим бизнесом легально, невыгодно портить себе репутацию.

В связи с недовольствами жильцов многоквартирных домов, был предложен законопроект № 876688-6 «О внесении изменения в статью 17 Жилищного кодекса Российской Федерации». В законе предлагалось запретить использовать жилые помещения под любого рода средства размещения, так как это нарушает права жителей, живущих в соседних с хостелами квартирах. Кроме того, депутаты обращали внимание, что деятельность по оказанию гостиничных услуг может осуществляться лишь после перевода жилого помещения в нежилое. Жилищный кодекс предусматривает возможность перевода жилого помещения в нежилое, если данное помещение расположено на первом этаже. Если выше первого этажа, то под ним должны быть помещения, не являющиеся жилыми. Для организации в таком помещении хостелов или мини-гостиниц должен быть организован отдельный вход, соблю-

даться требования пожарной безопасности и гигиенические нормативы.

Против принятия такого закона выступили представители хостельного рынка, ряд экспертов индустрии гостеприимства, а также некоторые федеральные ведомства, в том числе и Минкультуры РФ, представители которого пообещали подготовить альтернативный вариант закона. Однако в итоге проект федерального закона «О внесении изменения в статью 17 Жилищного кодекса Российской Федерации» (в части запрета использования жилых помещений в качестве гостиницы, иного средства временного размещения, а также предоставления в них гостиничных услуг) был принят на заседании Госдумы РФ 13 мая 2018 г. На подачу поправок в текст законопроекта отведено 30 дней. Пока неизвестно, когда именно парламентарии рассмотрят скандальный законопроект во втором и третьем чтении.

Портал Гарант.ру провел опрос читателей об их отношении к размещению хостелов в жилых домах. 44% опрошенных считают, что при наличии контроля и регулирования деятельности хостелов со стороны государственных и муниципальных структур возможно открытие малых средств размещения в жилых домах. Между тем 34% опрошенных категорически против размещения мини-гостиниц по соседству. Принятие этого закона в первоначальной редакции может привести к таким негативным последствиям как возникновение социальной напряженности и развитию теневого сектора экономики.

В течение 2016 г. после жалоб жильцов многоквартирных домов на деятельность хостелов по результатам проверок было закрыто более 40 столичных хостелов. Основными нарушениями, выявленными при проведении проверок, являются: отсутствие отдельного входа в хостел; шум после 23 часов; неудовлетворительные санитарно-гигиенические условия; отсутствие независимой системы кондиционирования; непроведение работ по дезинфекции и дератизации; отсутствие у персонала хостелов санитарно-медицинской книжки; нарушение законодательства в по защите прав потребителей; нарушение антитабачного закона.

В тоже время владельцы хостелов выступают категорически против

принятия Государственной думой закона о запрете средств размещения в жилых помещениях.

Они предлагают принять Закон с рядом поправок:

- из-под действия закона выводятся индивидуальные жилые дома;
- использование жилого помещения в многоквартирном доме для оказания гостиничных услуг разрешается при условии оснащения помещения приборами учета коммунальных ресурсов;
- регионам разрешается вводить собственные условия для использования помещений в жилых домах малыми средствами размещения – согласие (или отсутствие возражений) собственников соседних квартир, выплата компенсаций по содержанию общедомового имущества.

Одновременно в работе российских хостелов имеются существенные проблемы, а именно практически не ведется работа по персонализированному взаимодействию с клиентом перед заездом и после выезда.

К примеру, целесообразно постоянно взаимодействовать со своим клиентом, отправляя ему до заезда благодарственное письмо за выбор хостела с описанием дополнительных услуг, которые ему могут быть предоставлены. После выезда гостя из хостела деятельность хостела должна быть нацелена на обеспечение повторного посещения гостем средства размещения. С этой целью потенциального гостя должны информировать о всевозможных скидках и интересных мероприятиях, которые проводятся в средстве размещения, с приглашением принять в них участие.

В мире активное участие в развитии сегмента хостелов играют ассоциации. В России тоже функционируют такие некоммерческие партнерства как «Межрегиональное объединение развития индустрии хостелов» (также известное как «Союз хостелов России») и «Лига Хостелов». Две указанные ассоциации объединяют владельцев хостелов, сервисных апартаментов и мини-отелей.

Цели «Лиги Хостелов» – развитие хостельного движения в России и цивилизованных рыночных отношений в сфере гостеприимства. Ассоциация

«Лига хостелов» разработала и направила на рассмотрение в правительство проект по соблюдению санитарно-эпидемиологических правил и норм малыми средствами размещения. В тоже время на сайте «Лиги Хостелов» почти отсутствует какая-либо информация об участниках, обновлений нет с прошлого года.

Ассоциация «Общество содействия развитию Хостел-движения» (НП «ОСРХД») является членом Международной Федерации молодежных хостелов (НП), в тоже время деятельность его по продвижению российских хостелов на платформе НП малоэффективна. Выгода хостелов от членства в данных некоммерческих партнерствах очень сомнительна, потому что на территории России результаты деятельности упомянутых некоммерческих партнерств слабо выражены, вследствие чего хостельеры считают плату за членство в организации и пользование знаком НП маловыгодным.

Таким образом, для развития сегмента необходимо совершенствовать деятельность партнерств в России, участвовать в популяризации хостелов и организации молодежного туризма, создании благоприятного образа России для жителей других стран. Итогом совершенствования деятельности российских ассоциаций должна стать гарантия качества услуг в хостеле, а также развитие молодежного туризма.

На основании всего вышеизложенного, среди основных проблем развития рынка хостелов в России целесообразно выделить следующие:

- 1) отсутствие полноценного контроля и регулирования деятельности хостелов со стороны государственных и муниципальных органов;
- 2) отсутствие для хостелов стандартов качества оказания услуг размещения, а, следовательно, системы сертификации деятельности хостелов;
- 3) низкая узнаваемость хостелов среди иностранных путешественников из-за того, российские хостелы слабо представлены в международных системах интернет-бронирования;
- 4) активное сопротивление жителей многоквартирных домов по размещению в их жилом фонде хостелов и прочих малых средств размещения;

5) недостаточное использование преимуществ франчайзинга при развитии рынка хостелов;

6) отсутствие в большинстве российских хостелов постоянной работы с клиентом, выявление его предпочтений и требований;

7) необходимость расширения перечня дополнительных услуг в хостелах, продвижение уникальности каждого из них с учетом особенностей целевого потребительского сегмента.

## **2.2. Тенденции развития хостелов на рынке гостиничных услуг за рубежом**

Современные хостелы из «общежитий» постепенно превращаются в средства размещения, которые имеют определенные специфические черты. Государственные органы зарубежных стран, понимая их роль в социально-культурной жизни общества, стараются поддерживать частных предпринимателей в создании рынка бюджетных гостиничных услуг, оказываемых хостелами. В настоящее время рынок хостелов во всем мире стремительно развивается и, целесообразно выделить тенденции его дальнейшего пути развития, которые сейчас уже наметились во многих зарубежных странах. Исследование тенденций развития зарубежного рынка хостелов необходимо в данной работе, так как более «молодой» российский рынок хостелов вероятнее всего будет развиваться в аналогичном направлении.

К перспективным направлениям развития рынка хостелов целесообразно отнести следующие.

1. Изменение портрета целевого потребительского сегмента в хостелах. Большая часть исследователей считает, что основным потребительским сегментом хостелов являются самостоятельно путешествующие туристы, именуемые в зарубежных источниках «бэкпекеры», которые рассматриваются как люди, принадлежащие к особой субкультуре. Бэкпекеров хостелы интересуют по целому ряду причин. Это низкая стоимость проживания, возмож-

ность новых знакомств, коммуникаций, знаний, контактов. Интерес для бэкпекеров представляют знакомства как с такими же путешественниками, как они, так и контакты с местным населением принимающей страны. Однако с начала 2010-х годов целевой потребительский сегмент хостелов в мире начинает изменяться, увеличивается количество постояльцев старше 35 лет (рис. 2.8).

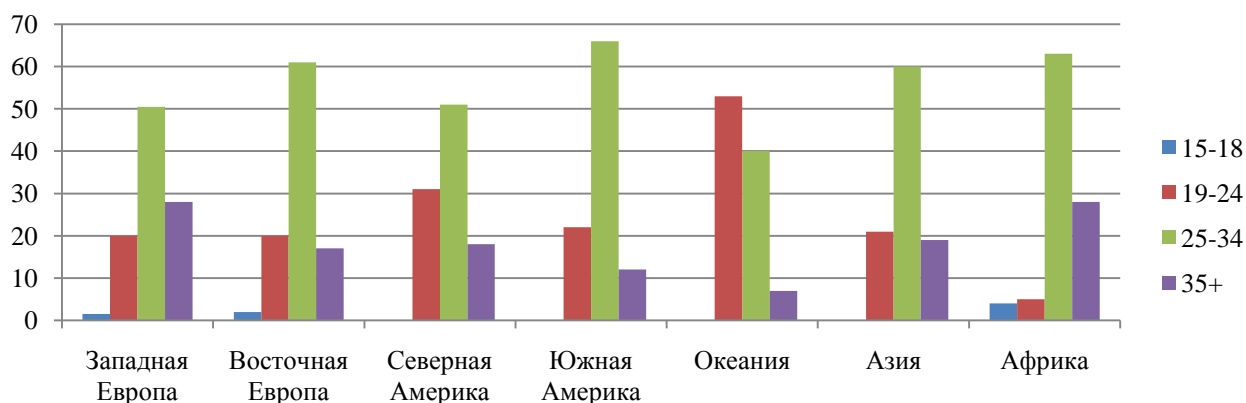


Рис. 2.8. Структура распределения постояльцев хостелов по возрасту в различных регионах мира, в процентах

На основе анализа рисунка 2.1 видно, что наибольшую долю клиентов хостелов составляют постояльцы от 25 до 34 лет, что объясняется популярностью хостелов у людей, которых называют «flashpacker» или «рюкзачниками», предпочитающих атмосферу хостелов и возможность общения. Необходимо отметить, что, в отличие от бэкпекеров, флэшпекеры рассчитывают на больший набор услуг, предоставляемый хостелами. Таким образом, в настоящее время четко прослеживается тенденция популярности хостелов у всех возрастных категорий посетителей, а, следовательно, маркетинговые инструменты продвижения хостелов должны быть более разнообразными с расчетом на предпочтения и требования различной возрастной клиентуры. Существенную долю постояльцев хостелов составляют деловые путешественники и семейные туристы, чьи интересы средства размещения тоже должны учитывать [10].

Большинство клиентов хостелов – это люди, стремящиеся к междуна-

родному общению, постоянно ищущие друзей. По мере становления и развития рынка хостелов претерпевает изменения и их клиентура. Самостоятельных туристов становится меньше, увеличивается количество групповых туристов, молодежных спортивных команд, участников выставочно-ярмарочных мероприятий, семинаров и конференций, студентов, приезжающих на обучение. В хостелах стали останавливаться деловые путешественники – командированные граждане, малые предприниматели. Активно данные средства размещения используют некоторые компании для уменьшения затрат на командировочные расходы своих сотрудников. Но, в то же время, ещё остаются люди, которые рассматривают хостел в качестве общежития для длительного проживания, поэтому ряд хостелов вводят правило предельного срока проживания, не превышающего 14 дней.

2. Наличие национальных ассоциаций хостелов, продвигающих на туристическом рынке не только хостелы своей страны, но также и саму страну в целом, как туристическое направление.

В Западной Европе (Германия, Великобритания, Франция) большая часть хостелов сосредоточена в крупных городах и ориентирована на молодежь и студенческий туризм. В Испании и Италии хостелы равномерно расположены по всей стране. Примерное количество хостелов в ведущих европейских странах представлено на рисунке 2.9.

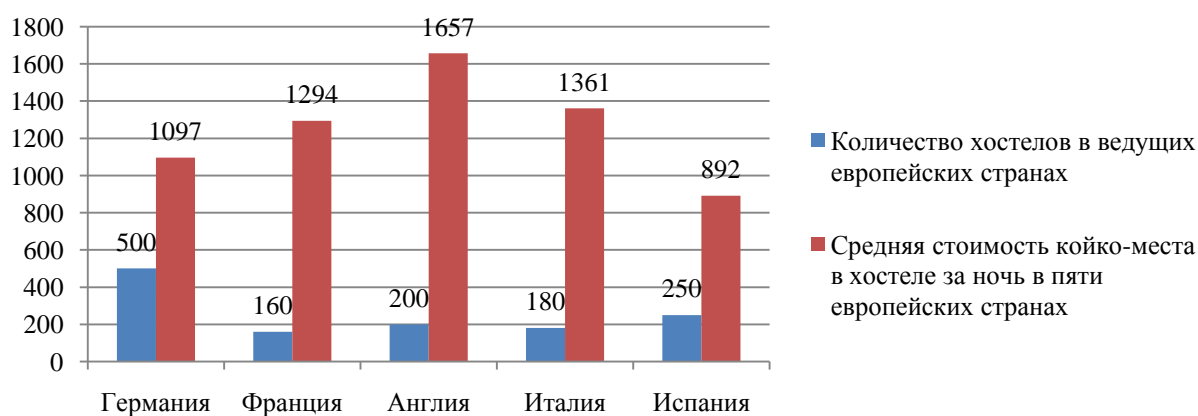


Рис. 2.9. Количество хостелов и средняя стоимость койко-места в хостеле за ночь в пяти ведущих европейских странах



Москва и Санкт-Петербург входят в число мировых лидеров по количеству хостелов. По данным Booking.com, в российской столице действует 354 хостела, что значительно больше, чем в столицах других стран мира [11].

На втором месте с большим отрывом – Бангкок, столица Таиланда (264 хостела), на третьем – Сеул, столица Южной Кореи (172 хостела). Показательно, что число хостелов в столицах западных стран заметно меньше. В Лондоне их 90, в Берлине – 64, в Мадриде – 37, в Париже – 28, в Хельсинки – 11. Стоит отметить, что в США, по сравнению с Россией, число хостелов в крупных городах также относительно невелико. Однако американские хостелы, в отличие от отечественных, в основном представлены крупными объектами, расположенными в отдельных помещениях [52].

Стоимость 1 койко-места за ночь приблизительно колеблется в ведущих европейских странах в диапазоне от 892,4 руб. до 1657,9 руб. Самые высокие цены на проживание в хостелах Великобритании, что объясняется высоким уровнем цен в указанной стране, в том числе и на гостиничные услуги.

В Германии к хостелам предъявляются очень высокие требования по стандартам обслуживания и качеству предоставляемых услуг. С этой целью все хостелы объединены в ассоциацию IYHF, которая контролирует качество оказываемых услуг. Практически все хостелы предоставляют не только перечень основных услуг, но и также дополнительные услуги: экскурсионные программы, присмотр за детьми, организацию анимационных программ для детей и взрослых, игры и мероприятия на воздухе и прочее (табл. 2.3).

Таблица 2.3

Число хостелов в ряде городов Германии и средняя стоимость койко-места за ночь

Город в Германии	Число хостелов в городе	Средняя стоимость койко-места за ночь, руб.
Берлин	101	985
Кельн	13	1489
Мюнхен	17	1480
Франкфурт-на-Майне	7	960
Гамбург	21	1135

Основной целевой сегмент французских хостелов – это молодежь, приезжающая в страну с культурно-познавательной целью или с целью занятий спортом (французские Альпы) (табл. 2.4).

Таблица 2.4

Число хостелов в ряде городов Франции и средняя стоимость койко-места за ночь

Город в Франции	Число хостелов в городе	Средняя стоимость койко-места за ночь, руб.
Паи	30	1528
Ницца	13	873
Марсель	4	1275
Лион	2	976
Тулуза	2	889

В Великобритании успешно функционирует Ассоциация молодежных хостелов Англии и Уэльса, членами которой является более 200 хостелов. Интерес представляет тот факт, что кроме продвижения услуг хостелов и бронирования койко-мест, на сайте Ассоциации можно найти информацию об основных достопримечательностях тех регионов Великобритании, в которых находятся упомянутые средства размещения. Тем самым, Ассоциация продвигает не только гостиничные услуги своих членов, но и страну как туристический объект показа (табл. 2.5).

Таблица 2.5

Число хостелов в ряде городов Великобритании и средняя стоимость койко-места за ночь

Город в Великобритании	Число хостелов в городе	Средняя стоимость койко-места за ночь, руб.
Лондон	121	1768
Ливерпуль	8	957
Брайтон	8	1356
Манчестер	5	1125
Бат	5	1130

Большинство городов Италии имеют богатую историю, связаны с творчеством великих художников, музыкантов, архитекторов, вероятно, поэтому

хостелы в Италии эффективно функционируют по всей стране (табл. 2.6).

Таблица 2.6

Число хостелов в ряде городов Италии и средняя стоимость койко-места за ночь

Город в Италии	Число хостелов в городе	Средняя стоимость койко-места за ночь, руб.
Милан	18	969
Флоренция	38	1312
Неаполь	10	879
Рим	59	1676
Венеция	13	989

В Испании все хостелы объединены в Национальную испанскую ассоциацию хостелов (REAJ). Количество членов Ассоциации более 250 хостелов. Отличительной чертой хостелов в Испании является наличие многоместных хостелов на 300-400 койко-мест, которые имеют большой спрос у путешественников (табл. 2.7).

Таблица 2.7

Число хостелов в ряде городов Испании и средняя стоимость койко-места за ночь

Город в Испании	Число хостелов в городе	Средняя стоимость койко-места за ночь, руб.
Гранада	20	790
Мадрид	25	815
Севилья	27	984
Валенсия	16	933
Барселона	89	902

3. Привлечение постояльцев в хостелы на основе использования сервиса интернет-систем бронирования. Для увеличения спроса на койко-места и обеспечения оптимальности загрузки хостелы активно сотрудничают с интернет-системами бронирования на основе выплаты комиссионных за каждое бронирование. На основании исследования Ассоциация STAY WYSE была выявлена структура эффективности распределения каналов бронирования койко-мест в хостелах: 29% бронирований происходит на веб-сайтах интер-

нет-систем бронирования, 20% брони койко-мест поступает по электронной почте, 18% - резервирование койко-мест через собственные сайты хостелов и 11% по телефону. 70% резервирований на веб-сайтах интернет-систем бронирования обеспечивают три компании: Booking.com, HostelWorld.com и Hostelbookers.com. [45, с. 102].

4. Создание уникальной концепции хостела и расширение перечня дополнительных услуг [21, с. 246]. К основным критериям выбора хостела потенциальный потребитель относит его местоположение и ценовую политику. В тоже время клиентов привлекают и другие аспекты – это концепция хостела, поэтому многие хостелеры оборудуют свои средства размещения как арт-галереи (в хостеле «Location Hostel» в Санкт-Петербурге проводятся выставки молодых русских художников и фотографов, из окон хостела открываются виды на Дворцовую площадь) или с использованием индивидуально-тематического подхода. Например, в хостеле «Comics Guesthouse» в Риме можно читать комиксы прямо на стенах, в хостеле «AthenStyle» в Афинах на стенах картины, рассказывающие историю древней Греции, и из окон вид на Акрополь.

Модный тренд в гостиничном бизнесе на открытие бутик-отелей нашел отражение и на рынке хостелов. В Европе стали появляться бутик-хостелы, имеющие дизайнерский интерьер, быстрый бесплатный Wi-Fi, номера с собственными ванными комнатами, программы развлечений. Так хостелы превратились из бюджетных средств размещения в места временного проживания с уникальным интерьером в центре города и с сохранением атмосферы, располагающей к знакомству и общению всех постояльцев хостела.

Новой тенденцией в зарубежных хостелах стало создание кафе или баров на территории средства размещения, открытых не только для гостей, но и других посетителей. Это позволяет хостелам расширить перечень предлагаемых услуг за счет приготовления еды и напитков [44, с. 73].

В ближайшей перспективе хостелы будут более узкоспециализированными на определенный целевой потребительский сегмент, универсальные

гостиничные услуги, предоставляемые хостелами, сменяются персонализированными услугами. На рынке хостелов будет развиваться клиентоориентированный сервис и расширение спектра дополнительных услуг.

5. Потенциальные потребители услуг хостелов при бронировании анализируют отзывы постояльцев в социальных сетях на разнообразных интернет сайтах и платформах. Таким образом, отзывы становятся одним из средств продвижения хостелов [39, с. 78].

Основными конкурентами хостелов являются мини-отели и трехзвездочные гостиницы. Поэтому важной составляющей деятельности по обеспечению загрузки становится брэндинг, отзывы, оценки и рекомендации постояльцев на [booking.com](http://booking.com) и [tripadvisor.com](http://tripadvisor.com). Специалисты компании [tripadvisor.com](http://tripadvisor.com) считают, что посетители их интернет-платформы в 138 раз меньше бронируют услуги тех средств размещения, у которых отсутствуют отзывы гостей.

Сейчас в мире происходит активное развитие социальных медиа, различающихся своей направленностью. В связи с этим социальные сети становятся одним из перспективных средств рекламы и продвижения гостиничного продукта. Использование платформ и сервисов для продвижения уменьшает затраты хостела на рекламную деятельность, обеспечивает возможность постоянного контакта с клиентом, позволяет учитывать негативный опыт, отзывы постояльцев и тем самым повышать качество предоставляемых услуг, дает возможность определить целевой потребительский сегмент хостела (возраст, род занятий, семейное положение, интересы и т.д.) [51, с. 48].

Социальные сети представляют собой уникальное средство для поиска потенциальных клиентов и проведения рекламных кампаний. Для привлечения гостей хостельеры в своих маркетинговых и рекламных стратегиях уделяют особое внимание транспортной доступности мини-гостиницы, что наиболее ярко реализуется в названии предприятия размещения и оформлении сайта (картографическое сопровождение, дизайн с фотографиями объектов).

6. Формирование франчайзинговых сетей хостелов [68]. Увеличение

количества мест и хостелов в каждой сети в 2012 и 2016 годах отражено в таблице 2.8.

Таблица 2.8

Динамика роста количества сетевых хостелов и койко-мест в них в Европе

Названия европейских сетевых хостелов	2012		2016	
	Число хостелов, входящих в сеть	Общее количество койко-мест	Число хостелов, входящих в сеть	Общее количество койко-мест
A&O	22	14000	31	22000
Meininger	17	7000	17	8500
Generation	11	5000	12	7000
St Christopher Inn's	17	2000	20	н/д
Wombats	6	1900	6	н/д
Equity Point	9	1800	7	н/д
Plus Hostels	3	1100	5	н/д
Hip Hop Hostels	12	1000	20	н/д
Euro Hostels	3	900	4	н/д

Сеть хостелов «Generator Hostels» основана в 1995 г. Все хостелы сети имеют удачное месторасположение, дизайнерские интерьеры, предлагают высокий уровень сервисного обслуживания. Для привлечения клиентов сеть проводит разнообразные акции (например, проживание за 1 евро).

7. Наличие в хостелах номеров с разным количеством койко-мест для возможности предоставления потребителю выбора. Компания «Stay Wyse» провела исследование и выявила, что 53% индивидуальных путешественников предпочитают останавливаться в многоместных номерах, а 25% – в отдельных (рис. 2.10).

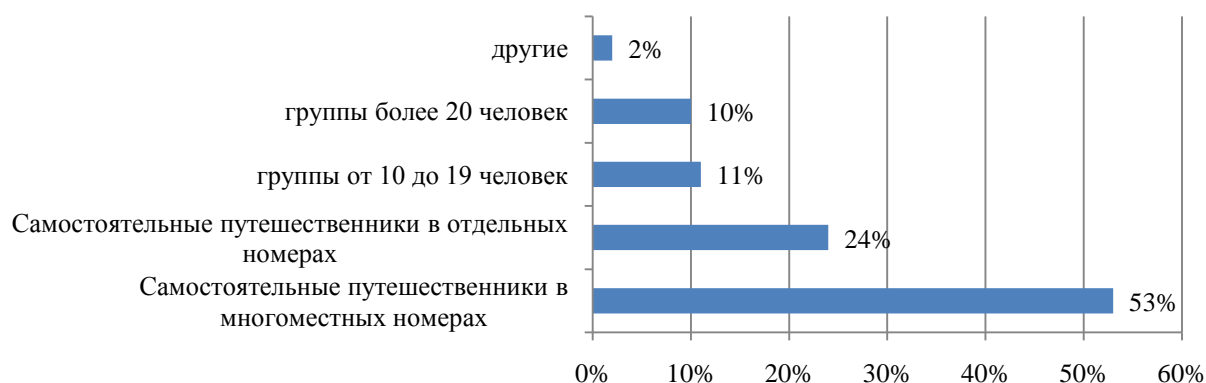


Рис. 2.10. Распределение койко-мест в европейских хостелах согласно их предпочтениям

Для развития рынка хостелов США характерны некоторые другие особенности, хотя ряд тенденций совпадает. В Америке небольшое количество хостелов сосредоточено в городах, но в тоже время практически все они имеют большую вместимость (более 150 койко-мест). Стоимость размещения в американских хостелах колеблется в диапазоне от 34 долл. до 70 долл. за ночь. Все средства размещения расположены в пешей доступности до главных достопримечательностей [52].

Хостелы в США располагаются в отдельно стоящих зданиях (3-5-этажных). Каждый хостел имеет просторный холл, а в некоторых есть лифт. Большинство хостелов в США расположено в зданиях, где раньше были 3-х звездочные гостиницы. В хостелах в основном блочное расположение номеров. На несколько номеров (в номере 4-6 койко-мест) одна ванная и туалет. Блочный характер номеров представляется очень привлекательным для постояльцев хостелов, так как при этом предполагает определенную приватность.

Структура бронирования услуг хостелов в США несколько отличается от европейской: 30% резервирования койко-мест дает система Hotels.com, 30% – Booking.com, 40% – другие каналы бронирования. За резервирование через системы интернет-бронирования хостелы платят комиссию в размере 10% от каждой брони [66, с. 93].

В американских хостелах, как и в европейских, действуют жесткие правила проживания. Заселение для иностранных граждан только по предъявлении загранпаспорта. Многие хостелы в мире ввели правило запрета на проживание более 14 дней. Таким образом, хостелы не приветствуют долгосрочных постояльцев.

### 2.3. Анализ рынка услуг хостелов г. Белгород

В национальном рейтинге туристической привлекательности регионов г. Белгород занимает золотую середину. Если ориентироваться на исследования туристической привлекательности регионов, которые регулярно проводят журнал «Отдых России» совместно с Центром информационных коммуникаций «Рейтинг», Белгород отличается хорошим потенциалом.

По сумме баллов, складывающейся из «оценок» по десяти базовым критериям, Белгородская область за 2017 год поднялась ровно на 10 пунктов и заняла 50-е место (44,3 балла) из 85 [35].

При составлении рейтинга учитывался уровень развития гостиничного бизнеса, процент занятых в сфере туризма жителей региона и объём заработанных за счёт туризма средств. А также – насколько привлекателен Белгород для россиян и иностранцев (исходя из количества ночёвок в гостиницах), его туристская уникальность (достопримечательности из разряда объектов культурного наследия) и даже экологичность с криминогенной обстановкой. Отдельной графой рассматривалось количество запросов в поисковиках, равно как и публикаций в СМИ, направленных на продвижение туристского потенциала региона в сети Интернет.

По мнению экспертов, г. Белгороду, как и ряду других городов, расположившихся по соседству в данном рейтинге, не хватает ярких, интересных проектов, системности в продвижении своих регионов.

Отметим, что предыдущие годы Россия прожила в непростой политической и экономической ситуации, в условиях санкций. Запрет на продажу путёвок в Турцию, прекращение авиасообщения с Египтом, снижение курса рубля по отношению к иностранным валютам – эти и другие факторы привели к кризису в работе туроператоров, ориентированных на организацию отдыха за рубежом для миллионов граждан. Россияне начали массово отдыхать в родной стране. На этом фоне, по данным экспертов, число выездных туроператоров за два года сократилось в три раза, в то время как число компаний,



работающих на въездной и внутренний туризм, увеличилось почти в 5 раз. Так бизнес перестроился на внутренний рынок.

В 2017 году туристский и экскурсионный поток составил 1 458,1 тысячи человек. Общий объем туристских услуг и услуг гостиниц составил 2018,4 млн. рублей.

Событийный туризм является одним из приоритетных видов туризма в области. В 2017 году единый событийный календарь включал 130 мероприятий во всех районах области. В рамках подпрограммы «Развитие туризма, ремесленничества и придорожного сервиса» государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 годы» организованы и проведены 26 событийных туристических мероприятий, которые собрали более 128 тысяч зрителей и участников.

Наиболее массовыми стали: «Фомина яшняя», «Холковский лох», «БелМелФест», «Русская каша», «Небосвод Белогорья», «Белгородская слобода» в рамках фестиваля «Хотмыжская осень».

«Успенская ярмарка – Узорный хоровод» (Грайворонский район) заняла III место в номинации «Туристическое событие по популяризации народных традиций и промыслов» Национальной премии в области событийного туризма Russian EventAwards 2017 года.

Фестивали «Русская каша» и «Стригуновское лукоморье» вошли в ТОП-200 лучших туристических событий России и получили статус «Национальное событие 2017 года». В 2017 году Белгородская область заняла 9 место в Национальном рейтинге развития событийного туризма на территории Российской Федерации и вошла в Золотую лигу «Лучшие из лучших».

В 2017 году в городе осуществляли деятельность 35 отелей (2276 мест), 2 апартамента (176 мест) и 9 хостелов (141 место) [17, с. 83].

Показатель обеспеченности гостиничными местами в Белгороде составляет 9,4 места на 1000 жителей, что выше среднего показателя по России (4,5). Средняя стоимость проживания варьируется 500 – 4900 рублей в сутки

при среднем уровне загрузки гостиниц 48%.

Приоритетным направлением развития сферы туристических и гостиничных услуг в Белгородской области является доведение их качества до международных стандартов и усовершенствование туристических технологий, внедрение новых видов и форм обслуживания, которые позволят в полном объеме удовлетворить потребности клиентов.

Доля хостелов в гостиничном фонде Белгород составляет в 2017 г. 20% (рис. 2.11) [89, с. 316].

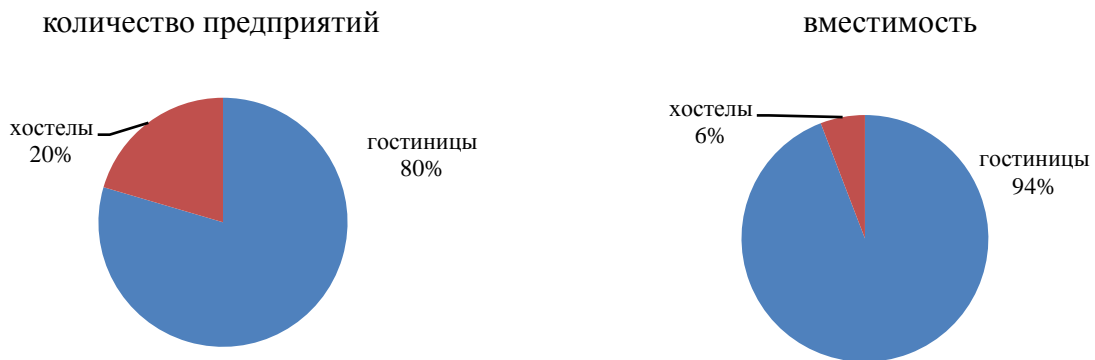


Рис. 2.11. Доля хостелов на гостиничном рынке г. Белгород, в процентах

В городе, основными гостями которого являются бизнес-туристы, необходимо развивать именно этот сектор услуг, считают эксперты. Причем развивать качественно, стараясь предвосхитить ожидания постояльцев, изоблаженных качественным предложением.

Отметим, что курортно-туристический комплекс города Белгород развивается стабильно и динамично. Быстро растущий спрос на туристские услуги внутри города способствует росту открытия малых гостиниц и хостелов, увеличению объемов инвестиционных предложений на развитие гостиничного бизнеса.

Проведем анализ стоимости проживания в хостелах в г. Белгород, представленных на сайтах бронирования. Нами были проанализированы данные шести сайтов бронирования: trivago.ru, agoda.com, 101hotels.ru, booking.com, hotels.ru, vashotel.ru (табл. 2.9, 2.10).

## Данные о хостелах на сайтах бронирования

Название	trivago.ru		agoda.com		101hotels.ru	
	стоимость, руб.	оценка	стоимость, руб.	оценка	стоимость, руб.	оценка
Хостел Парковый	800	7,7	593	7,7	-	-
Хостел Корона	800	-	593	9,3	-	-
Хостел Крыша	800	-	339	8,4	-	-
Хостел FullHouse	1100	8,6	339	7,8	-	-
Hostel Apart Express	1300	-	-	-	-	-
Панорама	1520	-	-	-	510	9,8
Хостел Квартира 31	1550	8,9	466	9,6	550	9,6
Хостел Kвartira 31	1600	-	-	-	-	-
Апельсин	-	-	-	-	-	-
Хостел Квартира 31 ЖД	-	-	600	9,7	600	9,8
Hotel ' Na Sumskoу'	-	-	1102	7,2	-	-
Хостел Sport House	-	-	-	-	400	10
Патриот	-	-	-	-	600	7,9
TsentrHostel	-	-	-	-	800	9,6
Хостел SURF	-	-	-	-	-	-
Сувенир	-	-	-	-	-	-
Cubby Hostel	-	-	-	-	-	-

Анализ показал, что данные о стоимости проживания иногда сильно отличаются. Максимальное количество хостелов представлено на booking.com – 10, на trivago.ru и hotels.ru – по 8, agoda.com – 7, и меньшее количество на 101hotels.ru и vashotel.ru – по 6.

Стоимость проживания сильно отличается между хостелами, самые бюджетные варианты проживания предлагают хостелы Крыша и FullHouse – 339 руб. за койко-место (по версии agoda.com), хостел Sport House – 400 руб., хостел SURF – 450 руб. за койко-место (по версии vashotel.ru).

При оценке хостела гостями учитывается местоположение, качество и полнота услуг, удобство проживания. Максимальная оценка у Хостела Sport House (10 – 101hotels.ru) Панорама (9,8 – 101hotels.ru) Квартира 31 ЖД (9,8 – 101hotels.ru, 9,7 – agoda.com) Hostel Apart Express (9,7 – booking.com), Хостел Квартира 31 (9,7 – booking.com), TsentrHostel (9,6 – 101hotels.ru) Хостел Корона (9,3 – agoda.com).

Отметим, из исследованных 17 хостелов только 3 имеют сайт: Парко-

вый (hostelbel.ru); Hostel Apart Express (<http://apartexpress.ru/>); хостел Квартира 31 (<http://kvartira31.com/>).

Таблица 2.10

## Данные о хостелах на сайтах бронирования

Название	booking.com		hotels.ru		vashotel.ru	
	стоимость, руб.	оценка	стоимость, руб.	оценка	стоимость, руб.	оценка
Хостел Парковый	800	7,7	800	7,7	1043	3,9
Хостел Корона	800	9,2	800	9,3	700	-
Хостел Крыша	800	8,3	800	8,2	-	-
Хостел FullHouse	1100	7,2	1100	7,7	1043	4
Hostel Apart Express	600	9,7	600	9,7	-	-
Панорама	1600	9,5	1600	9,5	-	-
Хостел Квартира 31	1395	9,7	1550	9,6	1550	4,8
Хостел Kvartira 31	1440	9,7	-	-	-	-
Апельсин	-	-	-	-	1043	-
Хостел Квартира 31 ЖД	-	-	1600	9,7	1600	4,8
Hotel ' Na Sumskoj'	-	-	-	-	-	-
Хостел Sport House	1200	8,8	-	-	-	-
Патриот	-	-	-	-	-	-
<u>TsentrHostel</u>	800	-	-	-	-	-
Хостел SURF	-	-	-	-	450	4,3
Сувенир	-	-	-	-	1043	4
Cubby Hostel	-	-	-	-	1043	4,6

Целевая аудитория малых гостиниц это представители среднего класса, которые часто путешествуют и имеют богатый опыт туризма. Размещение подобных гостей не требует богатой и престижной обстановки. Такие клиенты требуют умеренного комфорта, хорошего питания, удобства и безопасности. К этому добавляется потребность в умеренных ценах и особая домашняя обстановка, которую трудно создать в гостиничных объектах более крупного сегмента. Целевая аудитория хостелов города Белгород это туристы, молодые и активные люди, основные участники фестивалей и спортивных мероприятий. Те лица, которые посещают хостелы в городе Белгород по разным причинам. Это личные цели, командировки и бизнес.

Для выявления целевой аудитории хостелов города Белгород было проведено анкетирование гостей хостелов.

Результаты проведенного анкетирования представлены ниже. На ри-

сунке 2.12 изображена структура клиентов посещающих хостелы в городе Белгород.

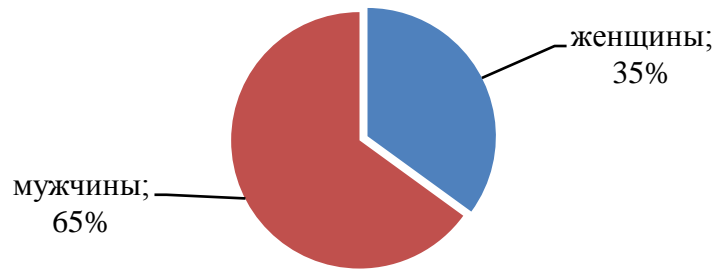


Рис. 2.12. Структура клиентов хостелов

Данные проведенного исследования показали, что большинство постояльцев это мужчины (65%). На рисунке 2.13 представлена структура клиентов по виду деятельности.

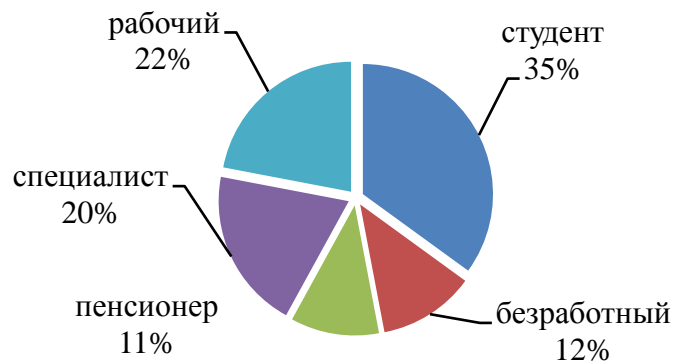


Рис. 2.13. Структура клиентов по виду деятельности

Большая часть клиентов хостелов это студенты (30%). На рисунке 2.14 представлена структура клиентов по возрасту.

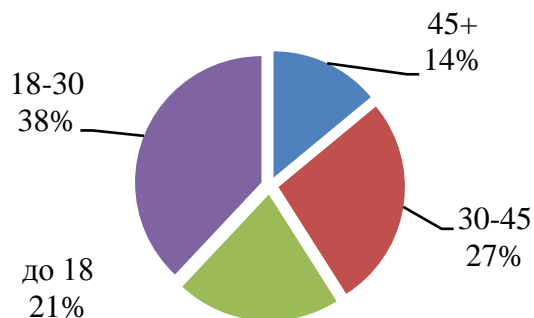


Рис. 2.14. Структура клиентов по возрасту

Как видно, большинство клиентов в возрасте 18-25 лет (34%). Далее на рисунке 2.15 рассмотрим структуру клиентов по цели пребывания в городе Белгород.

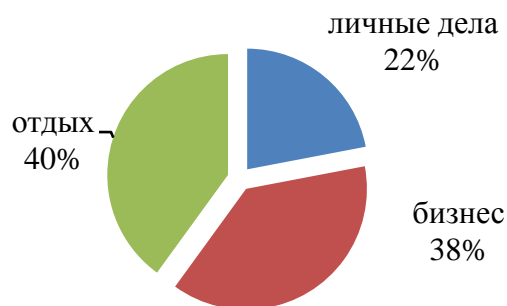


Рис. 2.15. Структура клиентов по цели пребывания в г. Белгород

Как видно, большая часть клиентов находятся в Белгород в связи с отдыхом (41%). Из проведенного анализа можно сделать следующие выводы, большинство клиентов хостела мужчины, основная масса гостей приходится на студентов предпочитающих недорогое размещение по приемлемой цене, возрастная категория варьирует от 18 до 35 лет, большая часть гостей останавливается на отдых и развлечения, меньшее количество людей приехали по работе.

Рассмотрим характеристики хостелов города Белгород по отдельности.

Хостел «Парковый» расположен в Белгороде, в 1,7 км от Соборной площади, в 2 км от Белгородского государственного драматического театра и в 2,1 км от Белгородского государственного художественного музея. К услугам гостей общий лаундж и бар. Предоставляется бесплатный Wi-Fi. Hostel Parkoviy работает 20 января 2015. В номерах хостела установлен письменный стол. В общей ванной комнате предоставляются бесплатные туалетно-косметические принадлежности. В номерах установлен шкаф для одежды.

Хостел «Крыша» расположен в Белгороде, в 5 минутах ходьбы от парка Ленина, в 16 минутах ходьбы от Белгородского государственного литературного музея, в 16 минутах ходьбы от Соборной площади и в 18 минутах от Белгородского государственного драматического театра. Хостел «Крыша»

открылся летом 2017. В номерах хостела есть чайник, установлен фен. В некоторых номерах есть мини-кухня с холодильником.

Хостел Централь расположен в Белгороде, в 8 минутах ходьбы от парка Ленина, в 1,9 км от Марфо-Мариинского монастыря, в 2 км от Соборной площади и в 300 м от Белгородского государственного кукольного театра. К услугам гостей номера с кондиционером и бесплатным Wi-Fi. Белгородский государственный драматический театр находится в 2,1 км. В общей ванной комнате предоставляются бесплатные туалетно-косметические принадлежности. TsentrHostel начал работать с июля 2018.

Хостел «Apart Express» расположен в 7 минутах ходьбы от Смоленского собора, в 7 минутах ходьбы от Соборной площади и в 14 минутах ходьбы от Белгородского государственного драматического театра. До Белгородского государственного литературного музея – 300 м. К услугам гостей бесплатный Wi-Fi и круглосуточная стойка регистрации. Во всех номерах хостела есть чайник и письменный стол, а в некоторых – кухня с микроволновой печью, холодильником и плитой. Рядом с хостелом Apart Express можно заняться различными видами активного отдыха. Это любимая часть города Белгород среди гостей согласно независимым отзывам. Hostel Apart Express: работает с июля 2017.

Хостел «FullHouse» с бесплатным Wi-Fi расположен в 500 метрах от стадиона «Салют». К услугам гостей общая кухня и экскурсионное бюро. Каждый номер оборудован системой отопления. Гости могут воспользоваться общей ванной комнатой. В распоряжении гостей различные номера, включая двухместный номер с 1 двухспальной кроватью, а также общие номера с двухъярусными кроватями, на 4 или 6 человек. Постельное белье и полотенца входят в стоимость проживания. Среди прочих удобств и услуг – запирающиеся шкафчики и сейф, а также сувенирный магазин. За дополнительную плату для гостей организуется трансфер от/до аэропорта. В 10 минутах ходьбы от хостела «FullHouse» работают ресторан, кафе и продуктовые магазины. FullHouse Hostel принимает гостей с осени 2014 года.

Хостел «Sport House» расположен в 4 км от Белгородского государственного историко-краеведческого музея, в 4,1 км от городского парка Победы и в 4,2 км от Белгородского государственного художественного театра. До Марфо-Мариинского монастыря 4,4 км. В каждом номере хостела установлен письменный стол. Все номера хостела «Sport House» оснащены телевизором, а из некоторых открывается вид на город. В номерах есть шкаф и чайник. Sport House Hostel открылся летом 2018 года.

Стандартным набором услуг хостелов являются:

- общая ванная комната;
- общий туалет;
- оборудованная общая кухня;
- спальные принадлежности;
- отопление;
- кондиционер;
- гладильные принадлежности;
- Wi-Fi предоставляется бесплатно;
- трансфер (за дополнительную плату);
- круглосуточная стойка регистрации;
- камера хранения багажа;
- запирающиеся шкафчики;
- общий лаундж/гостиная с телевизором;
- прачечная;
- ежедневная уборка номеров;
- компьютер;

Хостелы обладают достаточным набором услуг для комфортного пребывания гостей по низким ценам. Проанализировав хостелы города Белгород можно сделать вывод, что вместимость хостелов колеблется от 10 до 70 мест, цены от 450 до 1600 руб/сут.



### **3. Организационно-методическое обеспечение формирования условий развития малого гостиничного бизнеса**

#### **3.1. Разработка комплекса программных мероприятий по совершенствованию деятельности российских хостелов**

Развитие туристского комплекса каждой страны предполагает создание условий для отдыха и путешествий людям с различными доходами, что позволяет путешествовать большому количеству людей, знакомиться с историко-культурным наследием и, соответственно, увеличивать бюджет принимающего города/региона. Для эффективного развития туристской составляющей любого города/региона необходимо создание средств размещения различного уровня комфортности, ориентированных на разнообразные потребительские группы путешественников [46; 57; 59]. Поэтому целесообразна разработка и реализация комплекса мер по развитию в российских регионах средств размещения эконом-класса, а именно, хостелов.

В Европе и США функционирование и регулирование деятельности хостелов – это одна из составляющих социально-экономической программы по развитию туризма и путешествий малоимущих групп населения [9, с. 306]. Правительство европейских стран с помощью создания бюджетных средств размещения предполагает уменьшить безработицу, преодолеть снижение жизненного уровня населения и ряд других негативных проявлений, ведущие к регрессу. Стимулирование развития малых средств размещения со стороны государства должно способствовать увеличению предприятий малого и среднего бизнеса, которые обеспечивают новые рабочие места. Для европейских хостельеров бизнес в сфере гостиничных услуг выгоден по следующим причинам: предоставление льготного кредитования/дотирования и налогообложения хозяев хостелов для переоборудования зданий и сооружений; наличие относительно небольших затрат при открытии хостелов и малый срок окупаемости; получение реальных текущих доходов непосредственно от деятельности хостела.

Европейская государственная политика поддержки хостел-движения решает не только экономико-социальные задачи, но и социокультурные – пропаганду культуры и национальных особенностей стран и регионов, их туристско-рекреационных ресурсов, что представляется особенно важным в условиях создания общеевропейского культурного пространства на территории ЕС. Образование в России рынка хостелов позволяет решать задачи, с которыми не справлялись имеющиеся классические гостиничные предприятия: обеспечение средствами проживания различных слоев населения; создание кластера бюджетных средств размещения; повышение уровня внутреннего и въездного потока путешественников в России; трудоустройство местного населения городов/регионов; развитие малого и среднего предпринимательства в стране.

Дальнейшее развитие рынка хостелов как сектора сферы гостиничных услуг создает условия для реализации других внутриотраслевых и социальных факторов.

1. Высокая экономическая эффективность хостелов. Организация управления хостелов и технологический процесс обслуживания гостя дает низкую себестоимость услуг, и, следовательно, услуги средства размещения имеют высокую конкурентоспособность по сравнению с более затратными и дорогими услугами классических гостиниц. Современные хостелы только из средства для ночлега превратились в средства размещения, предлагающие перечень дополнительных услуг. Хостелам это позволяет дифференцировать предлагаемый продукт для различных потребительских сегментов (семейный отдых, молодежь, бизнес-путешественники). Хотя этот перечень дополнительных услуг достаточно узкий, он дает возможность хостелам сохранять доступные цены для малообеспеченных путешественников [56, с. 58].

2. Высокая конкурентоспособность услуг хостелов по показателю цена–качество, гибкость структуры, возможность быстро реагировать на изменения спроса и предложения.

3. Организация деятельности хостелов позволяет предлагать потреби-

телю конкурентоспособные цены (стоимость размещения в хостелах ниже, чем в гостиницах экономического класса). На основе анализа зарубежного опыта можно утверждать, что хостелы являются более гибкими рыночными структурами, меньше зависят от конъюнктуры рынка и могут быстро изменить ценовую и маркетинговую политику.

4. Хостелы удовлетворяют спрос на размещение широких слоев населения – молодежи и среднего класса, что обеспечивает им высокий уровень загрузки средств размещения [43].

5. Философия хостелов учитывает современную тенденцию людей к расширению общения, знаний, познания стран и мира на основе путешествий.

Цель развития рынка хостелов в России, вытекающая из логики социально-экономического развития страны, заключается в формировании конкурентоспособных, качественных бюджетных средств размещения, деятельность которых направлена на формирования деловой и туристской привлекательности России, на удовлетворение спроса российских и иностранных туристов на широкие возможности выбора мест проживания и отдыха в соответствии с их целями приезда и индивидуальными предпочтениями.

Цель создания конкурентоспособного рынка хостелов в России основывается на выполнении следующих основных принципов:

– хостелы должны быть органической частью градостроительного, культурного и делового облика российских городов/регионов, находиться близко к зонам повышенного туристского интереса, к крупным бизнес-центрам, объектам туристско-экскурсионного показа;

– организация управления хостелами должна осуществляться на основе использования современных методов и технологий управления средством размещения;

– координация деятельности участников рынка хостелов на основе согласованной политики ценообразования, маркетинговой деятельности, соблюдения стандартов качества при обслуживании клиентов.

На основании выделенной цели целесообразно сформулировать основные задачи развития рынка хостелов.

1. Выстраивание политики государственной поддержки развития хостелов в России как деятельности, способствующей пополнению бюджета страны и приносящей доход местному населению города/региона путем открытия новых вакансий в малых средствах размещения.

2. Определение перспективных направлений развития хостел-движения на федеральном и региональном уровне с учетом национальной и региональной специфики.

3. Создание условий для эффективной работы хостелов на основе разработки нормативно-правового, финансового, организационного, информационного обеспечения на всех уровнях управления (национальном, региональном, муниципальном).

4. Формирование на мезо-экономическом уровне управления маркетинговой программы продвижения услуг хостелов как одного из доходных секторов российской экономики.

5. Сертификация хостелов для повышения качества предоставляемых услуг в соответствии с международными стандартами обслуживания.

Для эффективного решения задач, стоящих перед сферой гостиничных услуг в области развития бюджетных средств размещения необходим концептуальный подход, по которым понимается система взглядов на создание предпосылок для развития конкурентоспособного сегмента российских хостелов в сфере гостеприимства, приносящего ощутимый социокультурный и экономический эффект населению и стране в целом.

Комплекс программных направлений по управлению развитием рынка хостелов в России должен предусматривать расширение взаимодействия между частным, государственным, и региональным секторами, так как именно такая форма организации управления является эффективной в России.

Согласование действий по развитию хостел-движения между частным бизнесом и государством возможно с помощью плановой деятельности, что

позволит не только увеличить туристскую пропускную способность регионов и городов, но и создать дополнительные рабочие места. Планирование позволит частному бизнесу и государству ориентироваться на перспективное развитие, с учетом последних изменений и нововведений на внешнем и внутреннем рынках.

Разработанные программные мероприятия по совершенствованию деятельности хостелов для государственного сектора управления призваны решить следующий перечень задач.

1. Разработка нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность хостелов. С этой целью необходимо провести:

– мониторинг существующих нормативных и правовых актов, касающихся деятельности хостелов;

– подготовка и принятие нормативно-правовых актов, нацеленных на формирование социально-экономических условий для функционирования хостелов в правовом режиме.

2. Создание единых систем продвижения и бронирования услуг хостелов по всей России. Для реализации данной задачи необходимо:

– формирование единой базы данных по российским хостелам;

– издание рекламной продукции (каталогов, буклетов) по хостелам с указанием перечня предоставляемых услуг;

– сотрудничество с существующими системами интернет-бронирования гостиничных услуг для представления на них ресурсов разрабатываемой системы резервирования хостелов;

– создание отечественной системы бронирования услуг хостелов;

– проведение совещаний и семинаров, затрагивающих вопросы деятельности хостелов, внедрение инновационных технологий в сфере гостиничных услуг;

– участие в международных выставках и ярмарках с целью продвижения хостелов;

– реклама услуг хостелов в средствах массовой информации и на ин-

тернет-ресурсах.

3. Развитие отношений с образовательными учреждениями с целью подготовки кадров для работы в хостелах:

- обучение сотрудников на курсах повышения квалификации в образовательных учреждениях;
- участие хостельеров в образовательных программах вузов;
- проведение конференций с участием научного сообщества, бизнеса и государственных структур по обсуждению текущего состояния и проблем рынка хостелов.

4. Совершенствование механизма финансирования развития рынка хостелов. Целесообразна государственная поддержка хостелов в сфере налогообложения и кредитования, а также применение рыночных механизмов инвестиционного обеспечения развития рынка хостелов путем финансирования целевых программ развития.

5. Установление сотрудничества с международными и региональными организациями с целью продвижения России, как туристского центра для людей, имеющих различный уровень доходов. Пропагандировать возможность бюджетного отдыха в России для иностранных туристов.

Таким образом, программные мероприятия по совершенствованию деятельности хостелов в России направлены на: формирование нормативной правовой базы работы хостелов на российском гостиничном рынке, разработку рекламной и маркетинговой стратегии продвижения хостелов на международном и российском рынках, создание единой системы кадрового, консультационного и информационного обеспечения хостелов в рамках деятельности ассоциации/союза/объединения хостелов, подготовка инвестиционных проектов по реконструкции и строительству новых хостелов в перспективных российских туристско-рекреационных кластерах, формирование сетевого бизнеса на рынке хостелов, развитие дальнейших отношений с национальными и международными организациями, занимающимися развитием хостел-движения.

Разработка программных мероприятий по развитию рынка хостелов должна предполагать поиск баланса между интересами хостельеров и местных жителей. Эффективная работа частного сектора (хостелов) должна быть постоянно направлена на экономическое развитие города/региона и предполагает решение ими следующих основных задач:

- повышение качества предоставляемого обслуживания, расширение спектра дополнительных услуг с учетом требований и пожеланий целевого потребительского сегмента хостелов;
- соблюдение стандартов качества обслуживания;
- обеспечение безопасности проживания своим клиентам;
- организация гибкой ценовой политики с целью развития внесезонного туризма на основе предложения потребителям бонусов, дисконтов, дополнительных услуг;
- формирование условий для профессионального развития работников хостелов;
- сотрудничество с организациями, союзами, объединениями, представляющими интересы хостел-движения на национальном и международном уровне;
- обмен опытом, передовыми методами и технологиями работы на рынке хостелов;
- продвижение совместно с собственными услугами на внутреннем и международном рынке туристско-рекреационных возможностей города/региона, где находится хостел;
- ведение строгой финансовой и статистической отчетности хостелами с целью дальнейшего планирования деятельности и определения перспектив развития.

Анализ развития хостелов в России, представленный во второй главе диссертации, дал возможность выделить внутренние и внешние факторы, препятствующие поступательному развитию рынка хостелов. К числу внутренних факторов целесообразно отнести: недостаточно развитую норматив-

но-законодательную базу по деятельности хостелов; недостаток координации и регулирования деятельности хостелов; отсутствие эффективного механизма управления развитием хостел-движения; примитивные методы рекламы и продвижения, используемые хостелами; отсутствие работы хостелов по повышению лояльности клиентов; нехватка профессиональных кадров для работы в хостелах; отсутствие взаимодействия российских хостелов с международной ассоциацией HI.

Внешние факторы, мешающие развитию хостелов на территории РФ – это: политическая ситуация вокруг России из-за санкционной политики США и европейских стран, терроризм, наличие правонарушений в городе/регионе/стране, плохие погодные условия, миграционная политика, разнообразные эпидемии, экологическая обстановка.

Формирование комплекса программных направлений по управлению развитием рынка хостелов позволит повысить экономическое и социальное положение населения России, будет содействовать увеличению интереса граждан к внутреннему туризму и способствовать пропаганде туристско-рекреационных ресурсов России.

Данная политика увеличит туристические потоки как российских, так и иностранных туристов, что будет способствовать росту доходов от туризма на принимающих российских территориях. Доходы от внутреннего и въездного туризма будут способствовать росту инвестиций в туристский сектор принимающих российских городов/регионов.

Необходимо реализовывать программные мероприятия, в два этапа. Первоочередными являются следующие мероприятия:

- оценка работы существующих хостелов и их оптимизация;
- разработка нормативной и правовой базы для хостелов;
- сертификация и стандартизация работы хостелов;
- создание реестра хостелов;
- создание ассоциации хостел-движения, координирующей деятельность хостелов по всей России, и занимающейся продвижением их услуг;



- развитие сетевых форм организации управления хостелами;
- пропаганда и популяризация хостел-движения;
- создание новых рабочих мест.

На втором этапе планируется:

- создание новых хостелов в различных регионах России;
- создание специализированных систем бронирования услуг в хостелах;
- повышение качества услуг и обслуживания в хостелах;
- сотрудничество российских хостелов с различными международными и национальными организациями, работающими на рынке хостелов;
- подготовка квалифицированного персонала для работы в хостелах.

В результате реализации программных мероприятий рынок хостелов получит: базу нормативно-правовой документации, регламентирующую их деятельность; возможность открытия новых хостелов, соответствующих международным стандартам; рост вакансий в средствах размещения, что снизит уровень безработицы в городе/регионе; наличие дифференцированных предложений для потребителя по бюджетным средствам размещения, а также возможность постоянного повышения профессиональных умений и навыков персонала хостелов.

Для достижения позитивных перемен на рынке хостелов нужны совместные действия органов государственного управления и хостелов. Совместные усилия позволят не только провести мероприятия по совершенствованию работы российских хостелов и вывести их на новый уровень развития, но обеспечат защиту хостелов от влияния негативных факторов, обусловленных слабыми сторонами деятельности хостелов и угрозами (табл. 3.1).

Сотрудничество частного и государственного секторов экономики по вопросам развития рынка хостелов предполагает:

- разработка нормативно-правовых документов, регламентирующих деятельность хостелов в России;
- разработка специализированных федеральных целевых программ;

## Сильные и слабые стороны деятельности хостела

Сильные стороны	Слабые стороны
Увеличение количества туристов Рост популярности проживания в хостелах Рост количества хостелов с ценовой политикой «ниже среднего» Центральное месторасположение Индивидуальный подход к гостям Постоянно высокий уровень загрузки хостелов	Отсутствие стандартов качества обслуживания Массовое появление на рынке гостиниц экономического класса Отсутствие в необходимом количестве информации о услугах хостелов Отсутствие законодательного регулирования деятельности хостелов
Возможности	Угрозы
Расширение рынка малых средств размещения Получение международных сертификатов качества Создание полноценной работающей ассоциации, представляющей интересы российских хостелов	Переизбыток рынка услугами хостелов Смена интересов путешественников к более комфортабельному проживанию Подавление хостелов отелями категории 2-3 звезды Отсутствие государственной поддержки Снижение потока инвестиций

– создание реально работающей ассоциации/союза/объединения, помогающей хостелам в продвижении услуг, оказывающей консультационную помощь, участвующей в разработке законодательных документов по деятельности хостелов и т.д.;

– совместная работа над вопросами обеспечения безопасности туристов в городах/регионах России, а также в хостелах.

Необходимость разработки комплекса программных мероприятий по совершенствованию деятельности хостелов обусловлена:

- ростом количества внутренних и въездных туристов;
- необходимостью развития бюджетных средств размещения для удовлетворения потребностей людей с небольшим доходом в путешествиях;
- появлением национальных сетей хостелов и необходимостью осуществления их деятельности в правовом поле;
- внедрением современных информационных технологий, позволяющих оптимизировать технологический процесс обслуживания клиентов.

Концептуальная модель программных мероприятий по совершенствованию деятельности российских хостелов представлена на рисунке 3.1.

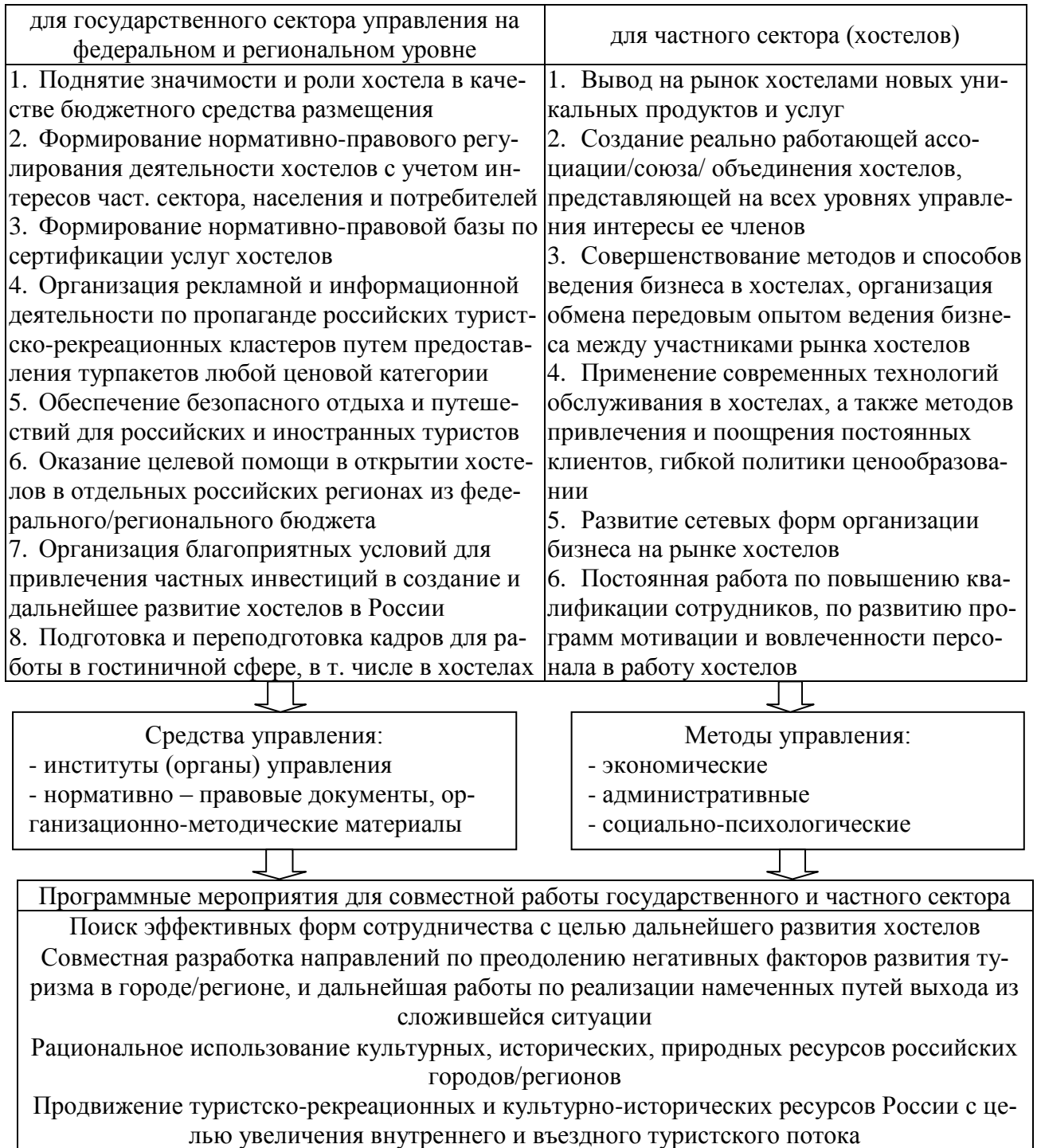


Рис. 3.1. Комплекс программных мероприятий по совершенствованию деятельности российских хостелов

Разработка программных мероприятий по совершенствованию деятельности хостелов, комплексно отражающих исследуемую область и процессы, происходящие на нем, позволяет систематизировать направления совершенствования деятельности по развитию рынка хостелов в России.

### **3.2. Методические подходы к формированию системы управления качеством гостиничных услуг малых средств размещения**

Качество гостиничной услуги малых средств размещения – это совокупность определенных стандартами и ожидаемых потребителем свойств однородных услуг, обеспечивающих удовлетворение установленных и/или предполагаемых индивидуальных потребностей гостя в проживании, питании и прочем обслуживании в пределах малой гостиницы.

Восприятие и оценка гостем получаемого обслуживания – процесс субъективный в силу уникальности сформировавшихся частных ожиданий и восприятия фактически получаемого обслуживания. Эффект предоставления услуги определяется тем, с чем клиент остается после взаимодействия с субъектом оказания услуг и формирует «техническое качество» услуги. По мнению автора, понятие этического качества искусственно вычленено из категории технического, так как безопасность клиента является необходимым условием предоставления гостиничных услуг и изначально заложена в нормативно-правовых актах, регламентирующих предоставление услуг по размещению и подлежит контролю со стороны контролирующих органов. Поэтому, автор предлагает рассматривать качество гостиничной услуги с точки зрения дуального состава – функциональной и технической составляющей.

Нематериальность гостиничных услуг малых средств размещения, обуславливаемая их природой, определяет невозможность объективной оценки и подтверждения качества по методикам, разработанным для сферы материального производства. Поэтому логично утверждать возможность оценки качества гостиничных услуг в процессе их предложения, исполнения и потребления с позиций наличия в услуге свойств, обеспечивающих контроль не только технологической, но и функциональной составляющей полного качества услуг малых средств размещения. Вышеуказанные категории, в конечном итоге, являются определяющими при восприятии качества предоставленных услуг клиентом, и в то же время позволяют рассматривать полное ка-

чество гостиничной услуги как зависимую величину от технического и функционального качества.

В рамках данного подхода, можно выделить области воздействия на качество обслуживания менеджментом малых средств размещения:

1) состояние материально-технической базы размещения, питания, мест общего пользования, а так же прочих основных фондов гостиницы; эффективность взаимодействий элементов комплекса инфраструктуры производства;

2) применяемые технологии производства и обслуживания клиентов, в том числе в контактной зоне;

3) профессионализм и компетентность обслуживающего персонала, способность работников к созданию атмосферы гостеприимства, определяемая морально-нравственными качествами каждого работника;

4) управление качеством обслуживания на основе разработки и внедрения локальных и всеобщих стандартов качества, корректировки обслуживания.

Исходя из того, что гостиничная услуга является комплексной категорией, автор предполагает, что ее качество складывается из индивидуального качества ее составляющих, формирующегося под влиянием условий, приведенных на рисунке 3.2.

Причем, уровень участия каждого параметра в услуге, степень его влияния на результат могут быть различными. С этой точки зрения, обоснованной является, по мнению автора, дифференциация составляющих гостиничной услуги малых средств размещения по степени участия в качестве услуги:

1) на критические, определяющие саму возможность оказания услуг, как для всех организаций гостиничного хозяйства (общекритические), так и для малых средств размещения претендующих на заявленный уровень качества (частнокритические);

2) на некритические, дополняющие базовые критические составляю-

щие и допускающие значительную дифференциацию для малых средств размещения, предоставляющих услуги в пределах одной категории.



Рис. 3.2. Условия, определяющие качество гостиничных услуг малых средств размещения

Разделение группы критических составляющих качества на общие и частные предполагает, что первые определяют саму возможность существования малого средства размещения. Если они отсутствуют, то его функционирование мы полагаем невозможным.

Соответствие частных критических составляющих нормативным значениям является существенным условием для отнесения малого средства размещения к определенной категории. В свою очередь, некритические составляющие гостиничной услуги играют дополняющую роль и фактически формируют конкурентные преимущества отдельного малого средства разме-

щения перед конкурентами одной категории. При этом, некритические составляющие при повышении категории могут переходить в разряд критических и наоборот. По нашему мнению, функция управления некритическими параметрами качества гостиничных услуг малых средств размещения относится к сфере компетенции хозяйствующих субъектов, тогда как критические параметры рассматриваются как объект некоего совместного управления.

Приведенная классификация в контексте управления качеством гостиничных услуг, с нашей точки зрения, позволяет:

- 1) определить качество общих составляющих гостиничных услуг малых средств размещения;
- 2) выделить конкретные параметры качества гостиничных услуг, присущие малым средствам размещения;
- 3) определить качество параметров гостиничных услуг характерных для отдельных малых средств размещения.

Исходя из обоснованной необходимости реализации комплексного подхода, определены современные требования к управлению качеством гостиничных услуг малых средств размещения:

- 1) достижение необходимого и возможного уровня качества услуг обеспечивается при условии участия всех заинтересованных субъектов управления;
- 2) процесс управления качеством требует четкой конкретизации роли каждого субъекта управления, формализации и организации их взаимодействий в рамках системы;
- 3) взаимодействие элементов системы управления должно осуществляться как в процессе производства, так и на предваряющих и последующих за ним этапах;
- 4) исходным посылом управляющих воздействий и реализации связей является удовлетворение ожиданий потребителя в соответствии с существующими возможностями производителя на данном этапе развития матери-

ально-технической и технологической базы индустрии гостеприимства;

5) процесс управления должен осуществляться на основе обратной связи с минимальной инерцией системы;

6) результат управленческих действий должен быть взаимовыгоден как для потребителей, так хозяйствующих субъектов;

7) управление качеством должно осуществляться на основе сокращения индивидуальной затрат с выделением зон персональной и коллективной ответственности.

На основании сформулированных основных требований к управлению и подходов к формированию системы управления качеством гостиничных услуг малых средств размещения, в роли первоочередного условия единства, с нашей точки зрения, целесообразно рассматривать композиционное согласование целевых установок в составе подсистемы субъекта управления на достижение желаемого, возможного и необходимого уровня качества гостиничного продукта малых средств размещения в интересах наиболее полного удовлетворения потребностей всех заинтересованных субъектов, определяющего возможность существования равновесно-компромиссного состояния системы.

Исходя из широты необходимых к выполнению в рамках системы функций, распределения участия в решении задач стратегического и тактического характера, расширения набора методов и инструментов управления качеством гостиничных услуг, основываясь на принципах построения, сформулированных выше, разработана схема двухконтурной управляющей подсистемы качеством гостиничных услуг малых средств размещения, обеспечивающая реализацию целевых установок заинтересованных уровней управления и их активное взаимодействие между собой (рис. 3.3).

Взаимодействие блоков управления, осуществляется на основе двусторонних связей, предполагающих возможность их взаимного влияния в рамках собственной компетенции (сплошные стрелки на схеме). Пунктиром на схеме показана обратная связь, осуществляемая не только на основе после-



дующего, но так же предварительного и текущего контроля параметров объекта управления, направленных на снижение инерционности системы.

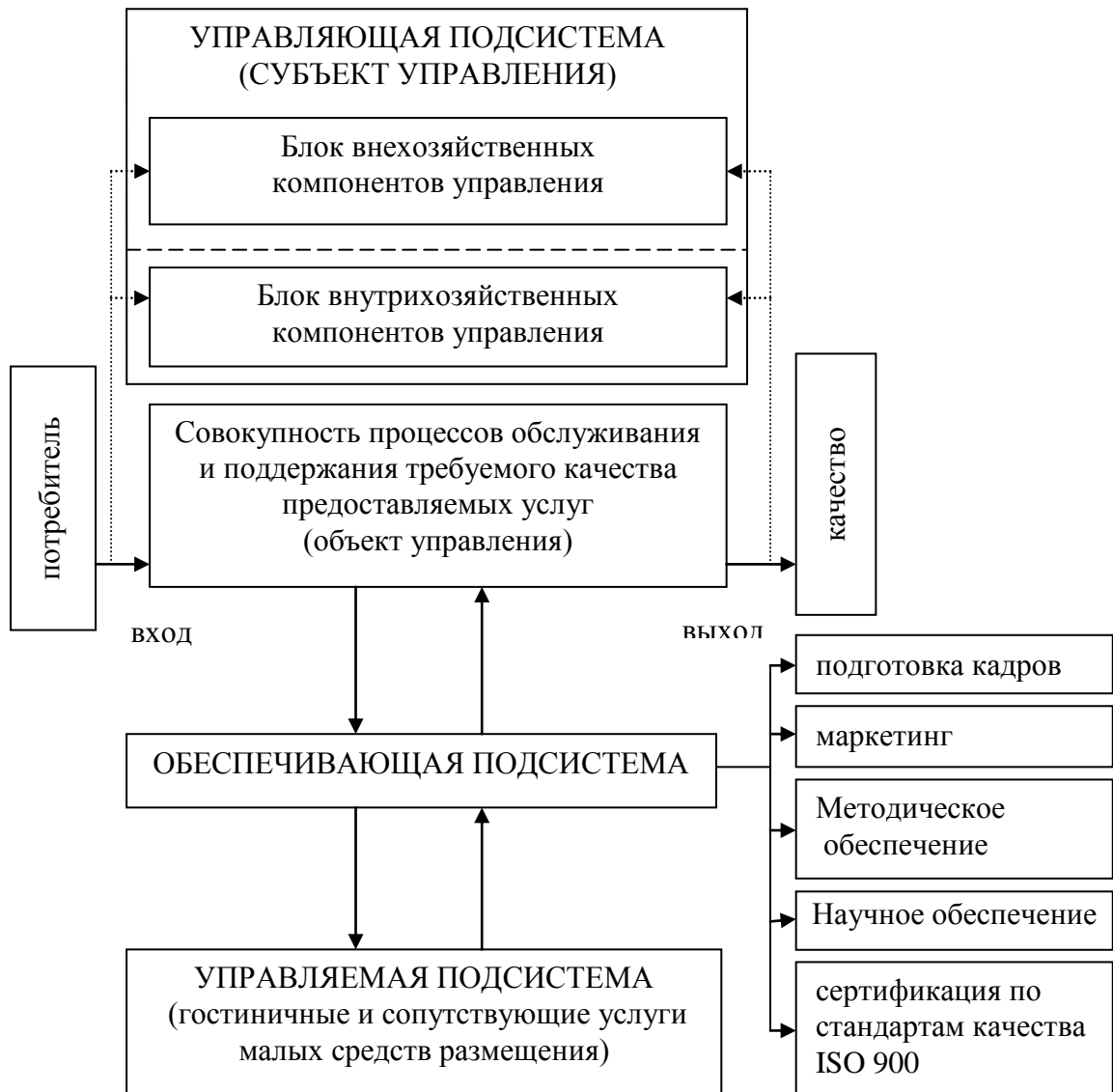


Рис. 3.3. Система управления качеством гостиничных услуг малых средств размещения

Компоненты сферы администрирования рассматриваются нами как структуры концентраторы и трансляторы управленческих воздействий, обеспечивающие координацию и согласование действий элементов системы.

Отдельные малые средства размещения, как самостоятельные субъекты хозяйствования, совместно с существующими государственными и негосударственными уполномоченными структурами соответствующего уровня, в нашем представлении, наделяются полномочиями непосредственной реали-

зации и первичного контроля результирующих параметров и состояний объекта системы.

Таким образом, формируется единая подсистема субъекта управления, позволяющая связать требования к качеству услуг, исходящие от разнородных компонентов различных уровней. Вместе с тем, функционирование отдельных элементных групп подсистемы субъекта управления в различных организационно-правовых средах является объективной предпосылкой необходимости рассмотрения взаимодействий и связей в системе гостиничного хозяйства.

### **3.3. Методические рекомендации по привлечению и поощрению клиентов малых средств размещения**

Аналитики крупнейших международных гостиничных сетей и компания Amadeus подготовили прогноз для европейской и мировой индустрии гостеприимства на 2018-2020 гг. В основу прогноза легли основные тенденции, которые будут характерны для всей отрасли гостеприимства в ближайшие годы.

1. Использование мобильных платежей на новом уровне. Наличие возможностей осуществления транзакций для онлайн-бронирования отелей.

2. Изменение у потребителей понятия «роскошь». Строгость уже не является отличительной чертой роскошного отеля. За последнее время одним из главных критериев этого сегмента становится непринужденность. Например, приходить в костюме «тройке» в ресторан отеля больше не обязательно. Многие гости роскошных отелей больше не хотят себя ничем обременять на отдыхе, и это одна из главных тенденций. Они желают приходить в ресторан в кроссовках и дорогих спортивных брюках. Сегодняшний потребитель роскоши имеет те же большие деньги, что и его предшественники 5–10 лет назад, но тратит он их совсем по-другому. Особенно это относится к поколению «миллениалов», которое, как известно, тратит деньги не столько на ма-

териальные блага, сколько на уникальный опыт.

3. Экологичность путешествий. В настоящее время туристы с широким кругозором и ориентированные на созидание намерены извлечь максимум от своих путешествий, не навредив при этом природе. Экологичность, охрана окружающей среды – это сейчас модный тренд развития во всем мире, поэтому многие путешественники считают, что прогрессивные средства размещения, предоставляющие качественные услуги должны принимать участие в экологических акциях и программах.

4. Повышение интереса у потребителя к индивидуальным услугам. Для индивидуализации услуг средства размещения собирают и постоянно поддерживают базу данных по своим клиентам, стараются узнать их требования, предпочтения, привычки, чтобы квалифицированно разработать спектр предлагаемых дополнительных услуг. С этой целью гостиницы используют разнообразные мобильные приложения и программы потребительской лояльности.

5. Наличие чат-ботов – решений для обмена мгновенными сообщениями в Facebook и Messenger. Этот удобный инструмент позволяет путешественникам детально ориентироваться в регионе путем геолокации.

6. Создание «умных» и велнесс-номеров с использованием голосовой активации и интернет команд, чтобы улучшить гостевой опыт. Например, это такие тестируемые функции, как: подключенный планшет, позволяющий регулировать свет и музыку в комнате, закрывать занавески, наклонять спинку кровати и управлять аудиовизуальным оборудованием. Также к услугам гостей возможно светодиодное освещение с датчиком движения, вспомогательные средства для сна, такие как светящийся метроном Dodow или Dreem – заставка, способствующая лучшему сну.

7. Установка в гостиницах цифровых киосков. Все больше гостиниц устанавливают в своих фойе цифровые киоски или терминалы, чтобы гости попадали в привычное hi-tech окружение. Их используют для регистрации, получения материалов или информации о гостинице и местных достоприме-

чательностях. Информацию с них можно легко загрузить себе на смартфон или планшет в виде файла PDF. В фойе 1000 hotel в Сиэтле стоит игровой интерактивный стол Microsoft, на котором можно поиграть в виртуальные шахматы или узнать все о гостинице от цифрового консьержа.

8. Цифровое убранство номеров. В гостинице Ruby Hotel в Венне цифровые технологии привнесли в номера. Гостей приветствует планшет и загружает в цифровом виде газеты, а также информацию о гостинице, дает доступ к интернету, загружает приложение для выезда из номера, отзывы гостей, а также предлагает услугу быстрого бронирования номера в Ruby Hotel на будущее. Гости могут зарегистрироваться лично, им не обязательно делать это через планшет. Предложив выбор, гостиница смогла устранить очереди на стойке регистрации и высвободила у персонала больше времени для качественного обслуживания постояльцев.

9. Ключ от номера – мобильник. В гостинице Starwood Hotels and Resorts ввели мобильный замок в номерах. Система SPG Keyless – это первая в мире система, позволяющая клиентам открывать свои номера, просканировав смартфон (с приложением SPG). Когда номер готов, клиентам приходит сообщение и код. Они могут приехать в отель и напрямую пойти в номер, регистрация на стойке не нужна.

10. Интерактивные новинки социальных сетей. Все внимание уделяется качеству обслуживания клиентов, и социальные сети играют в этом огромную роль, делают обслуживание приятнее и комфортнее. Некоторые отели как бы вводят третье измерение, устанавливая доступ к социальным сетям прямо в фойе. На табло показывают контент, созданный пользователями, лучшие фото гостей и данные страничек в социальных сетях тех, кто посетил этот отель. Например, в Marriott в фойе стоит огромный интерактивный цифровой экран и приложение под названием «Шесть градусов (Six Degrees)», которое позволяет людям общаться друг с другом. Этот экран нацелен на бизнес путешественников, которые много переезжают с места на место по делам и хотят легко находить единомышленников в новых местах. Цель эк-

рана – познакомить между собой как можно больше гостей, которые проживают в гостинице. Лишь немногие приложения выполняют подобную функцию. Социальные сети становятся публичными и позволяют гостям связаться друг с другом. Дав своим гостям новые возможности для общения и снятия стресса во время путешествий, отели позволяют им расслабиться, погрузиться в атмосферу гостиницы и воспользоваться всеми ее услугами, удобствами, возможностями по использованию новых интерактивных технологий.

Таким образом, технологии начинают доминировать в обществе. Они играют ключевую роль на работе и отдыхе. Отелюерам нужно играть на опережение и брать новейшие технологии на вооружение, чтобы не отставать от времени. Средства размещения должны предлагать своим гостям те же технологии, что доступны им дома.

Не являются исключением и хостелы, если они хотят быть конкурентоспособными. Однако понятно, что хостелы, являясь бюджетным средством размещения, не могут позволить себе многие достижения научно-технического прогресса, потому что тогда это приведет к удорожанию их гостиничных услуг.

Рассмотрим наиболее приемлемые варианты по привлечению постояльцев в российские хостелы:

- наличие гибких тарифов в зависимости от сезона. Малым средствам размещения, к которым относятся и хостелы, разумеется, легче гарантированно обеспечивать загрузку, чем большим. Однако и у них есть периоды снижения загрузки, поэтому хостелы должны, учитывая конкуренцию на рынке и сезонность работы гостиничного сектора, вести гибкую ценовую политику. Самый распространенный метод, используемый хостелами – это скидки. Скидки бывают для постоянных клиентов, сезонные цены, групповые цены, скидки выходного дня. Но, к сожалению, предоставление скидок в хостелах – это не массовое явление. Хостелам целесообразно предлагать клиентам в низкий сезон возможность бронирования на полсутки или почасовое;
- расширение спектра дополнительных услуг и поддержание постое-

янной связи с клиентом. Если раньше дополнительные услуги были особенностью и преимуществом крупных отелей, то сегодня эту нишу успешно осваивают хостелы. Собственная кухня, услуги прачечной, организация экскурсионных программ – продажа любых дополнительных услуг способна принести прибыль хостелу;

– формирование сетей хостелов. Объединение хостелов дает массу преимуществ: узнаваемый бренд; снижение издержек на расходные материалы, рекламу и маркетинг.

В исследовании остановимся на двух последних пунктах более подробно. С целью исследования оптимального перечня дополнительных услуг, предоставляемых хостелами, автором был проведен опрос 50 постояльцев белгородских хостелов (рис. 3.4).

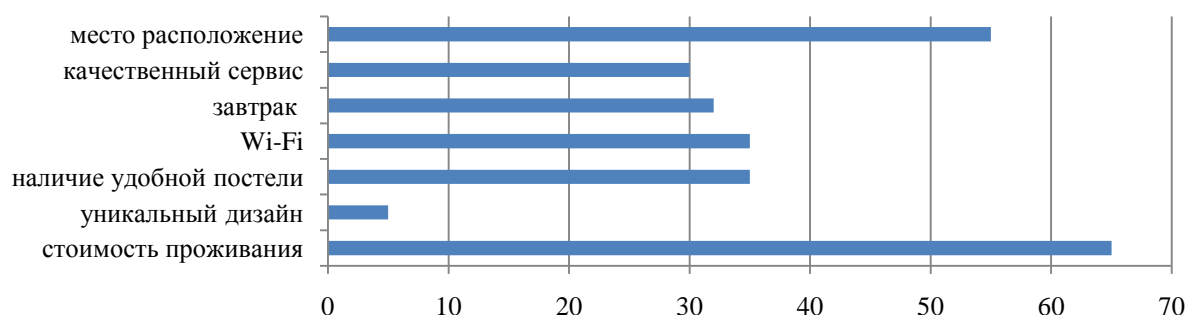


Рис. 3.4. Факторы выбора хостела, выявленные на основании опроса респондентов

Большая часть клиентов хостелов при выборе средства размещения обращает внимание на стоимость проживания (65%). Не менее важно при выборе хостела было его местоположение (55%). Российским и иностранным туристам важно выбрать средство размещения, близко расположенное к основной цели путешествия или откуда удобен проезд до этой цели. Немаловажным фактором является близость хостела к различным достопримечательностям или наличие красивой местности вокруг. Удивительно, что малое количество опрошенных указало, что при выборе средства размещения им важен дизайн хостела, его уникальность. Всего 5% респондентов отметили,

что, выбирая хостел, они руководствовались дизайном и уникальностью оформления. Возможно, это связано с тем, что постояльцы, проживающие в таких хостелах, не попали в список опрошенных в ходе исследования.

В тоже время много постояльцев хостелов обращают внимание на качество основных услуг и перечень дополнительных услуг, предоставляемых хостелом. Например, за наличие удобной постели для сна в номере высказалось 36% опрошенных; такой же процент респондентов проголосовал за наличие бесплатного доступа к сети (wi-fi); 35% выбирают отели с включенным завтраком. Большинство опрошенных обращают внимание на качественный сервис в хостеле (30%). Соответственно такие предпочтения гостей хостелов необходимо учитывать, это даст им ощутимое увеличение загрузки.

Актуальное исследование относительно изучения предпочтений потребительских групп сделано в сети хостелов «Artist Hostel». Всех своих клиентов сеть делит на 9 групп: турист, студент, авантюрист, командировочный, транзит, лечение, влюбленная пара, семья, группа. Для каждой выделенной группы в сети хостелов имеются свои рекомендации (табл. 3.2).

С целью расширения спектра дополнительных услуг и создания неповторимой атмосферы свободного общения ряд хостелов организуют для своих постояльцев кинопросмотры и совместное обсуждение увиденного фильма, проводят кулинарные мастер-классы по приготовлению блюд национальной кухни. Целесообразно познакомить гостей с местными традициями, оставив для них набор продуктов для приготовления национальных блюд.

Кроме того, можно организовывать и ряд других мероприятий, а именно: лирический вечер; клуб изучения иностранных языков; обучающие семинары и тренинги; проведение мастер-классов; вечера настольных и ролевых игр, празднование культурных и национальных праздников.

Среди молодых людей все большую популярность приобретают городские квесты. Это игра-экскурсия, в которой человек получает задания. Но, помимо заданий, присутствуют интересные факты, истории и легенды.

Таблица 3.2

## Описание портретов трех видов психотипов, являющихся наиболее частыми постояльцами хостелов

Характеристика	Тип постояльца		
	Турист	Студент	Авантюрист
Описание типа постояльца	Возраст от 18 до 45 лет и выше. Муж/жен – 50/50; Планируют поездку заранее - читают отзывы, сравнивают хостелы и гостиницы. Продумывают свое расписание и маршрут; Путешествуют не менее двух человек (друзья или пара), а также семьей или группой	Возраст от 18 до 24 лет. Муж/жен – 50/50; Доверяют отзывам и информации в соц. сетях, рекомендациям своих знакомых и друзей; Осуществляют бронирование напрямую в хостеле.	Возраст от 18 до 35 лет. Муж/жен – 80/20; Поездку планируют заранее, но бывает она получается спонтанной (потеря работы, расставание со своей «половинкой», другой жизненный случай); Нет определенности в будущем, что так же заставляет оплачивать и продлевать свое проживание ежедневно.
Предпочтения	Близость хостела к культурным, историческим и развлекательным местам и учреждениям, а также транспортная доступность; Полноценный отдых - душ, ужин (кухня/кафе), тишина для меланхоликов / флегматиков и общение с другими гостями для сангвиников/холериков. Хотят иметь карту города и достопримечательностей, интересуются организацией экскурсий в хостеле	При сравнении и выборе хостела предпочтение будет отдано близости к учебному заведению, стоимости проживания, комфорту и атмосфере внутри хостела и самого номера. Атмосфера - присутствие таких же гостей, как он, анимация и программы, объединяющие его сегмент (квесты, игра в мафию, игровая приставка, поездки по городу и выезды на природу).	Основные предпочтения – круглосуточный вход, транспортная доступность
Требования к проживанию	2-х местные с отдельными кроватями; 2-х местные с большой кроватью; общие; семейные	Наличие койко-места, оборудованного розеткой, светильником, ящиком для вещей, столом и стулом для учебы.	Наличие компьютерного уголка, гладки, стирки, кухни, комфортной зоны вокруг спального места
Продолжительность пребывания в хостеле	От 2 до 3 суток.	От 3 до 30 суток.	От 3 до 30 суток и более



Продолжение табл. 3.2

Периодичность посещений хостела	1-2 раза в год	1 раз в год	
Источник получения информации и средство бронирования	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Booking.com и другие операторы бронирования;</li> <li>2. Google AdWords и Яндекс.Директ;</li> <li>3. Агентства по организации групповых и индивидуальных поездок;</li> <li>4. Отзывы и рекомендации на тематических форумах, картах Yandex и Google, TripAdvisor;</li> <li>5. Трафаретная печать на асфальте авто и ж/д вокзалах.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Реклама на сайтах университетов (реклама на страницах приемных комиссий);</li> <li>2. Объявления в группах университетов в социальных сетях;</li> <li>3. Реклама в соц. сетях;</li> <li>4. Таргетинг в РСЯ и КМС в период сдачи экзаменов и поступления в университеты. Начиная за месяц для тех студентов, у кого уже получается или пытается планировать свою жизнь хоть немного вперед;</li> <li>5. Трафаретная печать на асфальте рядом с учебными заведениями;</li> <li>6. Оффлайн реклама в самих университетах и рядом с ними (объявления на стенах).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Реклама в РСЯ (Рекламная Сеть Яндекса) и КМС (Контекстно-медийная сеть) с упором на длительное проживание в хороших условиях и скидки;</li> <li>2. Расклейка объявлений возле метро и на проходных улицах основных пересадочных узлов;</li> <li>3. Объявления в оффлайн изданиях о работе;</li> <li>4. Реклама на сайтах по трудоустройству;</li> <li>5. Реклама на сайтах продаж авто, авиа и ж/д билетов;</li> <li>6. Трафаретная печать на асфальте авто и ж/д вокзалах;</li> <li>7. Листовки на информационных стойках аэропортов, ж/д и автовокзалах.</li> </ol>

Новым направлением в расширении услуг хостелов и их продвижении будет проведение городских квестов среди команд хостелов, участниками которых будет постояльцы. Это позволит людям, проживающим в хостелах, в неформальной, игровой обстановке лучше познакомиться, найти новых друзей, обменяться опытом.

Проживание в малых гостиницах, хостелах для гостей всегда интересно благодаря уникальности каждого малого средства размещения, так как нет жесткой стандартизации. Поэтому сейчас за рубежом растет популярность проживания в тематических хостелах, дизайн которых выполнен в определенном стиле с учетом определенной тематики (например, киноиндустрия, исторические события, сюжеты книг и т.д.).

Тематические хостелы ориентированы на поклонников какой-то тематики, поэтому они пользуются у них заслуженной популярностью. В тематических хостелах постояльцы подбираются на основе общности интересов, взглядов, увлечений. В настоящее время в России функционируют такие тематические хостелы, как: «All you need is» в Санкт-Петербурге, посвященный рок-н-роллу и творчеству The Beatles; питерский «RedHouse», посвященный Джимми Хендриксу, столичный «Star Wars Hostel», предлагающий выбрать светлую или тёмную сторону.

Для обеспечения постояльцев услугами питания наметилась тенденция совместной работы хостелов с предприятиями питания, что экономически выгодно обоим предприятиям

В этом плане интересен опыт сети хостелов «Друзья», у которых создан «Круг друзей», включающий: рестораны, кафе, бары, парк развлечений, сувенирные магазины, кинотеатры, музеи, экскурсионные бюро, салоны красоты, компании по организации квестов.

Организации, входящие в «Круг друзей», предоставляют постояльцам хостелов «Друзья» разнообразные скидки. Такое сотрудничество позволяет расширить целевую аудиторию хостела, что приводит к увеличению загрузки. Это возможно благодаря диверсификации и взаимной дополняемости ус-

луг.

Всемирное исследование вкусов молодых путешественников New Horizons показало, что 67% молодых путешественников предпочитают бронировать жилье через онлайн-системы (в некоторых случаях их называют онлайн-агентства/ОТА) и другие посреднические организации, а не через сайт средства размещения.

Около 46% опрошенных в 2017 г. бронировали жилье через ОТА, в то время как в 2012 г. эта доля составляла 31% [11].

На основании результатов исследования New Horizons по выявлению предпочтений представителей поколения Z (именно эта категория преобладает в хостелах) при бронировании жилья было выявлено, что прямые бронирования осуществляют лишь 33% молодых путешественников [11].

Это свидетельствует, что хостелам, специализирующимся на размещении молодежи целесообразно также самостоятельно заниматься продажами номерного фонда. В большинстве случаев молодежь бронирует жилье через Booking.com и Airbnb. Исследование выявило, что Booking.com – самое популярное в мире ОТА среди путешественников младше 30 лет: его использует 40% представителей этой категории. 23% молодых путешественников сообщили, что бронируют жилье на Airbnb [86].

Основным вариантом размещения для молодежи являются хостелы (около 34%), еще 15% выбирают возможность пожить в домах с местными жителями [43].

В тоже время хостелам все труднее конкурировать как между собой, так и с гостиницами эконом-класса, так как предложений по размещению на сайтах бронирования много. С целью повышения количества бронирования напрямую некоторые классические отели (в основном высококлассные) прибегают к масштабным и дорогим рекламным компаниям, а также к разным уловкам в сети.

Однако есть и другие более бюджетные способы, основанные на формировании долгосрочных отношений хостелов с их постояльцами. Это пере-

писка по электронной почте, которая поможет гостиницам оставаться на связи с клиентами (будущими, нынешними и прошлыми) и узнавать, чего они на самом деле хотят.

Связь с клиентом по электронной почте крайне важна для создания имиджа хостела. Но даже получив у постояльцев электронные адреса, многие хостелы рассылают им лишь общую информацию, заваливают их рекламой, проводят электронные платежи или подтверждают бронирование номера.

Целесообразнее сделать общение с клиентами более личным, завязать с ними отношения, собрать информацию о персональных предпочтениях, что поможет сделать им предложения, от которых они просто не смогут отказаться.

Согласно мнению Formstack, компании, сумевшие сделать отношения с клиентами более личными, персональным, увеличили свои продажи в среднем на 19%. Кроме того, персонализированные электронные письма помогли компаниям увеличить уровень просмотров на 25%, а количество переходов по ссылкам выросло на 51%.

Для сохранения базы данных по постояльцам хостел может использовать программное обеспечение для управления отношениями с заказчиками (CRM) [61, с. 57].

Для увеличения прибыли хостела маркетологи могут использовать информацию о предыдущих пребываниях постояльцев и способ бронирования койко-места, предложив более дорогие услуги или дополнительные услуги. В общем, есть огромный потенциал электронных сообщений как по прямому бронированию, так и по рекламным кампаниям.

Большинство хостелов при прямом бронировании высылают гостям электронное письмо с подтверждением. Если предположить, что данный постоялец никогда еще не бронировал номер в данном хостеле, то это письмо – первое общение с новым гостем.

Так как электронные письма со счетами зачастую просматриваются, хостелам нужно использовать эту возможность, чтобы узнать дополнитель-

ные сведения о клиенте. Целесообразно попросить будущего постояльца рассказать о своих предпочтениях, чтобы сделать его пребывание в хостеле максимально комфортным и узнать, что предложить ему в перспективе. Не лишним будет вставить в письмо ссылки-подписки на социальные сети. Если постояльцы подпишутся на хостел на Facebook, то будет больше возможностей поддерживать с ними долгосрочные отношения.

Кроме того, для рекламы хостелам целесообразно использовать отзывы своих клиентов в качестве доказательств качества предоставляемых услуг. Хостелы могут успешно использовать контент, созданный их гостями. В таких сообщениях можно отсылать отзывы или статьи, написанные бывшими постояльцами. Это побуждают новых клиентов к бронированию и покупке услуг. Для продвижения дополнительных услуг хостела можно использовать твит-сообщение какого-либо гостя, который положительно оценил обслуживание и допущенные средства размещения. Например, компания Amazon на всех страницах товаров предлагает сопутствующие покупки. Такая политика продвижения гостиничных услуг позволит хостелу повысить уровень продаж.

Электронное письмо может содержать прямой призыв к покупке и побуждать гостей заказать ту или иную услугу еще до их приезда в хостел, предложив определенную скидку. Это очень результативно, особенно, если хостельер знает, что в прошлый раз проживания в хостеле постоялец заказывал подобные услуги.

Очень эффективным способом привлечения молодых постояльцев в хостел является использование мобильного телефона для регистрации. Гостям нравится пользоваться мобильными телефонами при бронировании и регистрации, поэтому у хостелов появилась еще одна возможность для привлечения потребителей. Но не имеет смысла использовать возможности мобильных телефонов только для регистрации. В том же сообщении можно предложить гостям возможность забронировать более дорогостоящие варианты проживания, что будет способствовать увеличению прибыли хостела.

С целью увеличения продаж хостелу целесообразно высылать постояльцам приветственные письма с календарем событий на неделю или предлагать новые услуги: «Добро пожаловать! Хотите заказать на сегодня развлекательную программу?». В любом случае хостел должен иметь стратегию общения с клиентами за долго до их приезда, чтобы максимально знать об их требованиях и предпочтениях. На основании данных знаний средство размещения может разработать политику продвижения имеющихся у него услуг с учетом индивидуальных желаний/предпочтений гостя, что повысит эффективность его продаж (рис. 3.5).

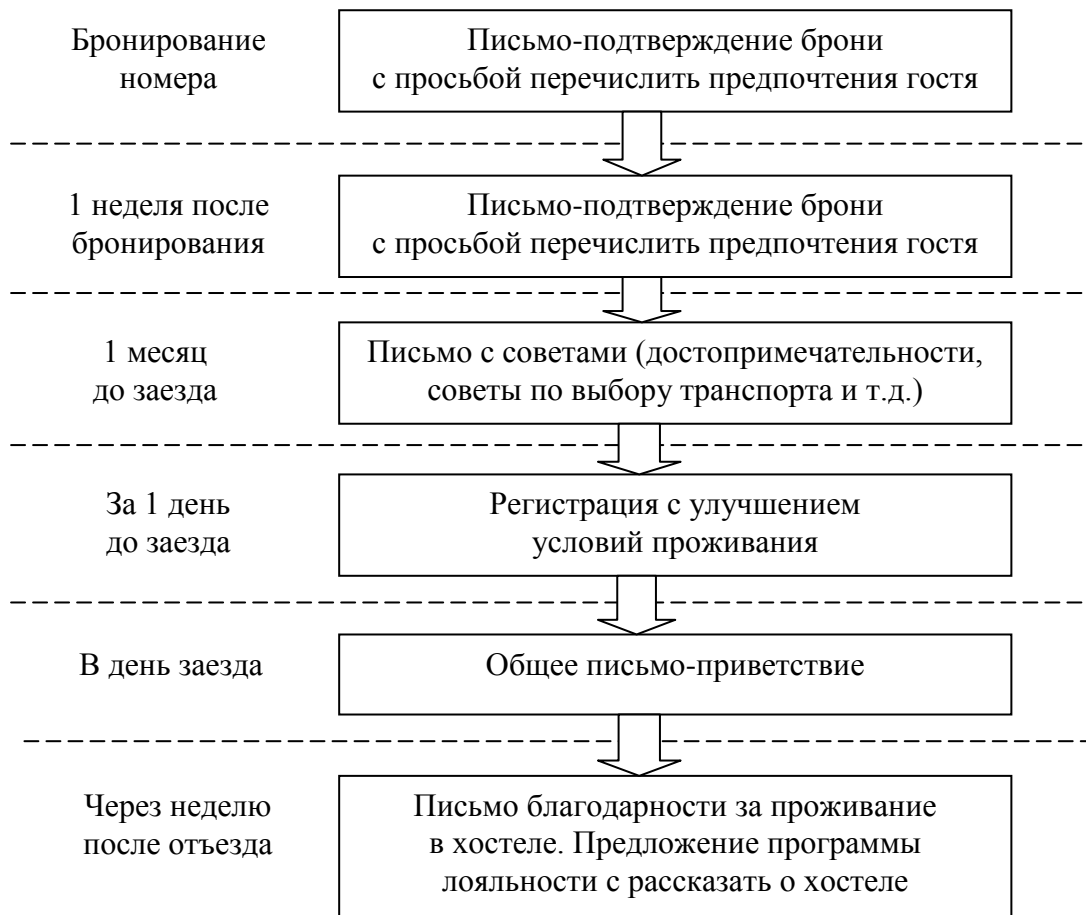


Рис. 3.5. Этапы стратегии взаимодействия хостела с клиентами

Постоянная работа с клиентом требует много времени, определенных затрат и для независимого хостела является очень непростой. Поэтому такая постоянная персонифицированная работа с клиентом, видимо, больше подходит для сетевых хостелов, где вся информация стекается в единую базу

данных и есть больше финансовых возможностей для налаживания и поддержания постоянного контакта с клиентами.

Вхождение хостела, в хорошо зарекомендовавшую себя на рынке сеть дает ему существенные конкурентные преимущества. Функционирование в сети позволяет хостелу:

- использовать узнаваемый бренд, что повышает статус средства размещения; увеличить свою загрузку, так как многие путешественники предпочитают останавливаться в сетевых хостелах из-за гарантированности заявленных услуг и безопасности проживания; использовать сетевую маркетинговую политику (реклама, продвижение через единый сайт франчайзодателя, представление хостела на сайтах международных систем онлайн-бронирования);

- применять программное обеспечение (PMS, RMS, Channel Manager);

- эффективно организовать работу и обучение персонала (поиск и подбор персонала, стандарты работы, обучение персонала, штатное расписание, должностные инструкции, стандарты внешнего вида, процедура увольнения персоналом, стандарты работы с кассой, система контроля, стандарты инвентаризации);

- выбрать под руководством франчайзора оптимальное помещение и местоположение хостела (стандарты по организации помещения, дизайну и отделке интерьера);

- найти требуемых поставщиков услуг; использовать документацию, разработанную франчайзером по технике безопасности, по санитарным нормам и правилам;

- экономить на расходных материалах, рекламе и маркетинге и т.д. Соответственно все эти преимущества дают ощутимое уменьшение затрат и представляют огромное конкурентное преимущество сетевого хостела над несетевым.

В тоже время слабым местом функционирования российских сетей хостелов является отсутствие эффективно работающей программы привлече-

ния потребителей, повышения их лояльности.

Для привлечения туристов российским хостелам целесообразно в рамках функционирования российской ассоциации по развитию хостел-движения создать систему членских карт, аналогичных картам Международной Федерации Молодежных Хостелов (ИИ). Карточка ИИ предоставляет скидки 5-10% на проживание в хостелах. Для детей до 18 лет членство за год стоит в 10 долл., для людей от 18 до 54 лет – 25 долл., более 55 лет – 15 долл. Семейную карту можно приобрести за 35 дол. Пожизненное членство стоит 250 долл.

Членская карточка дает скидку на проживание в хостелах во многих странах мира, а также скидки: на экскурсии; на музеи; на таможенные пошлины; на аренду велосипедов и мотоциклов, туристического снаряжения; на использование горнолыжных подъемников; на проезд в паромном судне.

Все хостелы-члены Международной Федерации Молодежных Хостелов, должны соблюдать правила, касающиеся использования карт. Данные поощрительные программы имеют огромное значение, так как мотивируют их владельцев на основе получения финансовых выгод останавливаться в хостелах.

Поэтому российская ассоциация по развитию хостел-движения не только должна разработать карточки для обслуживания туристов в отечественных хостелах, но и реально предоставить возможность российским хостелам войти в систему ИИ, что откроет им новые возможности по привлечению иностранных путешественников.

Кроме того, возможно создание эффективных программ привлечения потребителя в рамках сети хостелов.

1. Накопительные вознаграждения. В классических гостиницах и у авиаперевозчиков (например, «Hyatt», «Starwood Preferred Guest», «Delta SkyMiles», «Southwest Rapid Rewards») полученные баллы или привилегии можно тратить на оплату проживания и перелета [84]. Для клиентов хостелов накопительная программа может оказаться малопривлекательной, поскольку



они не так часто совершают путешествия, чтобы накопить существенное количество баллов. Актуальнее, на наш взгляд заинтересовывать туристов в продлении проживания. Например, прожил 4 дня (средний срок проживания в хостелах составляет 2-3 дня) и получил 5-ю ночь бесплатно.

2. Специальные тарифы. Скидки применяются в хостелах для мотивации постояльцев на дополнительные покупки услуг. Например, для групп, для студентов, скидки в низкий сезон, скидки за длительное проживание - более 14 дней и т.д.

3. Бесплатные услуги направлены на стимулирование постояльцев к повторным посещениям хостела. Например, бесплатная экскурсия, пользование интернетом и т.п.

4. Партнерство. Программа партнерства очень актуальна для хостелов и в этом направлении им необходимо активно работать. На настоящий момент такую программу под название «Круг друзей» активно использует сеть хостелов «Друзья». Смысл ее состоит в том, что постояльцы хостелов сети имеют возможность при предъявлении буклета «Круг друзей» получать разнообразные скидки в организациях-партнерах сети хостелов. К этим организациям относятся: предприятия питания, музеи, сувенирные магазины, экскурсионно-развлекательные предприятия, транспортные компании, то есть как раз тот перечень организаций, услуги, которых актуальны для путешественника.

5. Привилегированность. В классических высококлассных отелях данный способ привлечения клиентов используется довольно часто, позиционируя часть гостей в качестве VIP. На наш взгляд этот способ не в полной мере подходит для бюджетных средств размещения. Возможно в качестве привилегированных гостей в хостелах могут выступать постоянные клиенты, которым может быть предоставлено проживание по более высокой категории или скидки. В таблице 3.3 представлен рекомендуемый подход к созданию в сетевых хостелах систем привлечения клиентов.

Рекомендуемый подход к формированию в хостелах системы  
привлечения клиентов

Критерии системы	Содержание данной характеристики
Цель	Привлечение в средство размещения новых клиентов, формирование группы лояльных потребителей
Клиентура	Система должна быть общедоступной для любого потребителя услуг
Временность	Иметь временное ограничение
Дифференциация клиентов	Выделение группы постоянных клиентов
Наличие партнеров по программе	Заключение договоров с организациями из смежных отраслей по обслуживанию клиентов хостелов

Таким образом, из перечня предложенных программ повышения потребительской лояльности видно, что в настоящее время хостелы использовали еще не все резервы для привлечения потребителя и повышения своей привлекательности. В этом направлении им целесообразно упорно работать, используя все разнообразие способов: получение вознаграждений, специальные тарифы, поощрение постоянных клиентов, формирование партнерских отношений с другими организациями, работающими в смежных отраслях.

## Заключение

В соответствии с целью исследования было сделано научное обоснование теоретико-методологических основ формирования условий развития малого гостиничного бизнеса. Цель исследования состоит в разработке научно-методического обеспечения

Для достижения поставленной цели в процессе исследования были решены следующие взаимосвязанные задачи:

- изучена сущность и специфика малых средств размещения;
- проанализированы современные подходы к классификации малых средств размещения;
- исследованы тенденции развития гостиничного бизнеса в России и за рубежом;
- проанализировано состояние, перспективы и проблемы развития малого гостиничного бизнеса в Российской Федерации;
- исследован рынок услуг хостелов г. Белгород;
- разработан комплекс программных мероприятий по совершенствованию деятельности российских хостелов;
- сформулированы методические подходы к формированию системы управления качеством гостиничных услуг малых средств размещения;
- разработаны методические рекомендации по привлечению и поощрению клиентов малых средств размещения.

В работе нами дается определение малого средства размещения туристов как места краткосрочного проживания, оказывающего услуги по размещению, питанию и другим дополнительным сервисам, с номерным фондом до 25 номеров либо коечным фондом до 50 койко-мест одинаковой или близким категориям, отвечающих требованиям законодательства по отношению к номерному фонду гостиниц и аналогичных средств размещения.

Данное определение отличается от нынешнего официального определения малого средства размещения тем, что нами дается значительно мень-

ший объем номерного и коечного фонда. Это связано со статистической особенностью Российской Федерации, в которой в среднем на 1 гостиницу приходится 31 номер. Таким образом, определение становится связано с реальной картиной дел в стране и отражает статистические данные, так как текущие нормы были сформированы европейским подходом, а не основываясь на реалиях ведения бизнеса в Российской Федерации.

В 2016 г. совокупная емкость мотелей и хостелов составляет лишь 8,3% от емкости классических гостиниц. То есть классические гостиницы сохраняют безусловное доминирование в российской сфере гостиничных услуг. На основании этих статистических данных можно утверждать, что российская сфера гостиничных услуг демонстрирует устойчивый рост, в том числе и в сфере альтернативных средств размещения. Для эффективного развития туристской составляющей любого города/региона необходимо создание средств размещения различного уровня комфортности, ориентированных на разнообразные потребительские группы путешественников. Поэтому целесообразна разработка и реализация комплекса мер по развитию в российских регионах средств размещения эконом-класса, а именно, хостелов.

Цель развития рынка хостелов в России, вытекающая из логики социально-экономического развития страны, заключается в формировании конкурентоспособных, качественных бюджетных средств размещения, деятельность которых направлена на формирования деловой и туристской привлекательности России, на удовлетворение спроса российских и иностранных туристов на широкие возможности выбора мест проживания и отдыха в соответствии с их целями приезда и индивидуальными предпочтениями.

Комплекс программных направлений по управлению развитием рынка хостелов в России должен предусматривать расширение взаимодействия между частным, государственным, и региональным секторами, так как именно такая форма организации управления является эффективной в России.

Согласование действий по развитию хостел-движения между частным бизнесом и государством возможно с помощью плановой деятельности, что

позволит не только увеличить туристскую пропускную способность регионов и городов, но и создать дополнительные рабочие места. Планирование позволит частному бизнесу и государству ориентироваться на перспективное развитие, с учетом последних изменений и нововведений на внешнем и внутреннем рынках.

Необходимость разработки комплекса программных мероприятий по совершенствованию деятельности хостелов обусловлена: ростом количества внутренних и въездных туристов; необходимостью развития бюджетных средств размещения для удовлетворения потребностей людей с небольшим доходом в путешествиях; появлением национальных сетей хостелов и необходимостью осуществления их деятельности в правовом поле; внедрением современных информационных технологий, позволяющих оптимизировать технологический процесс обслуживания клиентов.

Разработанные программные мероприятия по совершенствованию деятельности хостелов в России направлены на: формирование нормативной правовой базы работы хостелов на российском гостиничном рынке, разработку рекламной и маркетинговой стратегии продвижения хостелов на международном и российском рынках, создание единой системы кадрового, консультационного и информационного обеспечения хостелов в рамках деятельности ассоциации/союза/объединения хостелов, подготовка инвестиционных проектов по реконструкции и строительству новых хостелов в перспективных российских туристско-рекреационных кластерах, формирование сетевого бизнеса на рынке хостелов, развитие дальнейших отношений с национальными и международными организациями.

В настоящее время хостелы использовали еще не все резервы для привлечения потребителя и повышения своей привлекательности. В этом направлении им целесообразно упорно работать, используя все разнообразие способов: получение вознаграждений, специальные тарифы, поощрение постоянных клиентов, формирование партнерских отношений с другими организациями, работающими в смежных отраслях.

**Список использованных источников**

1. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ: Постановление правительства от 25.04.1997 г. № 490 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

2. Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения: ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

3. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования: ГОСТ Р 51185-2014, дата введения 2016-01-01, Утв. и введ. в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 11 ноября 2014 г. N 1542-ст // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

4. Услуги малых средств размещения. Общие требования: ГОСТ Р 54606-2011. дата актуализации: 01.01.2018 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

5. Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам: ГОСТ 56184-2014. Национальный стандарт РФ. Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (23.10.2014). // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

6. Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования: ГОСТ Р 56641-2015 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

7. Стратегия социально-экономического развития города Белгорода на период до 2025 года (с изменениями на 27 февраля 2018 года) (в ред. решений Совета депутатов города Белгорода от 25.09.2007 N 527, от 25.11.2008 N 110, от 21.07.2009 N 237, от 25.10.2011 N 531, от 26.02.2015 N 194, от

29.11.2016 N 439, решения Белгородского городского Совета от 27.02.2018 N 615) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

8. Абакумов Р.Г. Правовые основы регулирования требований к хостелам // Международный журнал «Инновационная наука». 2017. № 3. С. 148-150.

9. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник. 2-ое изд., перераб. и доп. М.: КНОРУС, 2016. 460 с.

10. Аналитика Cushman & Wakefield. Гостиничный рынок Москвы: загрузка, ADR, RevPAR. Прогнозы и риски 2018 года. Новый инвестиционный цикл: от экзотики к мейнстриму. [Электронный ресурс]. URL: <http://hotelier.pro/sales/item/3156-cw> (дата обращения 10.11.2018)

11. Аналитика JLL: 2017 гостиничный год – рекордная загрузка в Москве, Петербург впервые обошел столицу по ценам в люксе. [Электронный ресурс]. URL: <http://hotelier.pro/news/item/3262-jll2017-2018> (дата обращения 10.11.2018)

12. Андреев К.А. Понятие малого средства размещения. Классификации основных видов малых средств размещения Российской Федерации // Вестник Евразийской науки, 2018 №4. [Электронный ресурс]. URL: <https://esj.today/PDF/50ECVN418.pdf> (дата обращения 10.09.2018)

13. Аниканова А.В. Основные тенденции развития хостел-услуг на международном, российском и калининградском рынках // Молодой ученый. 2013. № 5. С. 847-849.

14. Афасижев Т.И. Направления модернизации российского гостиничного бизнеса в контексте повышения его конкурентоспособности // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2012. № 1. С. 188-192.

15. Барчуков И.С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие. 3-е изд., перераб. М.: КНОРУС, 2016. 168 с.

16. Батина С.И. Хостелы как социальные предприятия индустрии гос-

теприимства в сфере малобюджетного туризма // Успехи современной науки и образования. 2016. Т. 2. № 10. С. 7-8.

17. Белгородская область в цифрах. 2018: Крат. стат. сб. Белгород: Белгородстат. 2018. 300 с

20. Боровская И.Л., Александров Д.А. Хостелы – новая культура гостеприимства: опыт Санкт-Петербурга // В кн.: XV Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4-х книгах / Отв. ред. Е.Г. Ясин. Кн.2. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2015. С. 453-460.

21. Бутко И.И., Ситников В.А. Маркетинг в туризме: учеб. пособ., 2-е изд. М.: ИТК Дашков и К, 2013. 416 с.

22. Быстров С.А. Экономика туристской индустрии: учебник. М: КноРус, 2018. 288 с.

23. Васильева Е.Ю. Доходные дома: объект инвестиций и способ решения жилищной проблемы в крупном городе // Экономика и предпринимательство. 2017. № 3-2 (80-2). С. 973-976.

24. Велединский В.Г. Сервисная деятельность: учебник. 2-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2016. 176 с.

25. Власова Т.И., Гаврильчак Н.И. Управление и организация бизнеса в туризме и гостиничном сервисе: монография. СПб.: Изд-во БАТиП, 2011. 154 с.

26. Голубева В.В. Инновационные технологии в туристической индустрии: монография. СПб.: Астерион, 2012. 104 с.

27. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация и классификация в туризме: учебное пособие. М. Проспект, 2018. 400 с.

28. Духовная Л.Л. Роль и значение хостелов в процессе повышения привлекательности туристской дестинации на примере г. Москвы // Сервис в России и за рубежом. 2014. №2 (49). С. 17-23.

29. Жмулина Д.А. Правовое регулирование деятельности по оказанию гостиничных услуг: монография. М.: Волтерс Клувер, 2015. 144 с.



30. Жукова М.А. Анализ программ лояльности клиентов на гостиничном рынке Москвы // Вестник Университет (Государственный университет управления). 2015. № 8. С. 38-41.

31. Жукова М.А. Анализ развития малобюджетных средств размещения в мире // Вестник Университета (ГУУ). 2017. № 11. С. 65-71.

32. Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: учеб. пособ. 2-е изд., доп. М.: Форум, 2012. 368 с.

33. Запрет на оказание гостиничных услуг в жилых помещениях затронет не только хостелы, но и все остальные объекты сферы услуг по организации временного проживания [Электронный ресурс] URL: <http://www.garant.ru/news/768143/> (дата обращения: 19.11.2018).

34. Иванилова С.В. Экономика гостиничного предприятия: учеб. пособ. М.: ИТК Дашков и К, 2013. 216 с.

35. Исследование: онлайн бронирование и хостелы [Электронный ресурс] URL: <http://prohotelia.com.ua/2014/04/the-booking-habits-of-hostel-guests> (дата обращения: 23.12.2018)

36. Итоги работы за 2017 год и планы на 2018 год. Управления промышленности и предпринимательства Департамента экономического развития Белгородской области [Электронный ресурс] URL: <http://derbo.ru/publications/itogi-raboty-za-2017-god-i-plany-na-2018-god-uprav/> (дата обращения 10.06.2018)

37. Как повлиял ФИФА 2018 на загрузку и прибыль отелей? Исследование HotelAdvisors [Электронный ресурс]. URL: <http://hotelier.pro/news/item/3392-fifa-2018-effect-on-russian-hospitality-by-hoteladvisors> (дата обращения 20.09.2018.)

38. Кнышова Е.Н. Менеджмент гостеприимства: учебное пособие/ Е.Н. Кнышова, Ю.М. Белозерова. М.: Форум, 2017. 512 с.

39. Кобяк М.В. Теория и методология эффективного управления гостиничными предприятиями : Дис. ... докт. экон. наук 08.00.05. М., 2013. 347 с.

18. Ковальчук А.П. Развитие малых отелей в современных условиях в России // Экономика, предпринимательство и право. 2013. Том 3. № 1. С. 31-42.
40. Козлов Д.А. Современная классификация средств размещения // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 4-4. С. 775-779; URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=9073> (дата обращения: 14.10.2018).
41. Колосова Т.В. Формирование конкурентных преимуществ на основе управления взаимоотношениями с потребителями // Вестник ВСГУТУ. 2016. № 2 (59). С. 96-102.
42. Коновалова Е.Е. Развитие молодёжного туризма в России // Сервис в России и за рубежом. 2016. №1 (62). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-molodyozhnogo-turizma-v-rossii> (дата обращения: 23.10.2018).
43. Кононова И.В. Управление качеством гостиничных услуг: инновационные решения: монография. СПб.: Астерион, 2012. 164 с.
44. Корнеева Е.Б. Технологические аспекты продвижения хостелов в популярных социальных медиа // Российские регионы: взгляд в будущее. 2016. Т. 3. № 4. С. 99-114.
45. Лазарев А.Н. Экономика гостиничного предприятия: учебное пособие; под ред. А.Н. Лазарева. М.: КНОРУС, 2016. 304 с.
46. Лапина А.В. Концептуальные основы клиентоориентированного подхода в организационной деятельности предпринимательских структур индустрии туризма и гостеприимства // Экономика и предпринимательство. 2016. № 6(71). С. 1063-1068.
47. Латушенко Н.А. Ценовая политика хостелов в крупных городах // Вестник УрФу. Серия экономика и управление. 2016. Т.15. № 4. С. 462-485.
48. Левченко Т.П., Федоров Р.Г. Хостелы как перспективная форма развития малых средств размещения эконом-класса // Известия Сочинского государственного университета. 2013. № 1 (23). С. 47-53.

49. Лелека В.В., Соковнина Н.В. Хостелы как перспективная тенденция развития гостиничного бизнеса // Инновации и инвестиции: электронный научный журнал. 2017. № 1 (30). С. 6.

50. Леонов Д.А., Рябов С.А. Информационная база клиентов предприятий сферы услуг как способ повышения лояльности // Управление и экономика в XXI веке. 2016. № 1. С. 48-53.

51. Личный опыт. Как устроен рынок хостелов в США. Мало, дорого, эффективно [Электронный ресурс] URL: <http://hotelier.pro/hostels/item/1713-hostelsusa> (дата обращения: 02.11.2018)

52. Лукьянова Ю.В., Никольская Е.Ю. Методы оценки удовлетворенности и повышения лояльности клиентов в гостинице // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2016. № 1-1. С. 360-366.

53. Макринова Е.И. Система поощрений потребителей как основа для построения эффективных программ лояльности в сфере услуг // Фундаментальные исследования. 2014. № 5-4. С. 825-829.

54. Макринова Е.И. Управление лояльностью клиентов организаций, предоставляющих туристские услуги на основе концепции CRM // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. №3(51). С. 105-111.

55. Малых Н.И. Экономика гостиничных предприятий: учеб. пособ. М.: Форум, 2013. 320 с.

56. Маркетинг в туризме: учебное пособие / сост. Д.Ш. Смирнова. – М.: КНОРУС; Астрахань: АГУ, ИД «Астраханский университет», 2016. 200 с.

19. Мартышенко Н.С., Старкова Г.П. Малый бизнес в сфере гостиничного предпринимательства в Приморском крае // Российское предпринимательство. 2012. Том 13. № 24. С. 243-249.

57. Мачалкин С.Е. Специфика развития гостиничного бизнеса в России на современном этапе хозяйствования: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / С.Е. Мачалкин. М., 2012. 154 с.

58. Мишин. Д. Bear Hostels & Privet Hostels: о причинах популярности хостелов и трендах гостиничного бизнеса [Электронный ресурс] URL: <http://hotelier.pro/hostels/item/73-mishin> (дата обращения: 15.10.2018)

59. Морозова Н.С. Информационное обеспечение туризма. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 288 с.

60. Москва – мировой лидер по числу хостелов среди столиц мира. Количество против качества. [Электронный ресурс]. URL: <http://hotelier.pro/hostels/item/1742-hostelsworld> (дата обращения 11.11.2018.)

61. Московские гостиницы в первом квартале 2018-го года показали рост загрузки на 7,5% по сравнению с 2017 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://hotelier.pro/news/item/3370-cushman-wakefield> (дата обращения 10.10.2018)

62. Московские хостелы. Итоги 2017. Бронирований больше, пребывания короче. Демпинг и экономные туристы [Электронный ресурс]. URL: <http://hotelier.pro/hostels/item/1768-hostelmoscow> (дата обращения 01.11.2018.)

63. Овчаров А.О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы: монография / А.О. Овчаров. М.: ИНФРА-М, 2012. 280 с.

64. Организация гостиничного дела: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. Л.И. Черниковой. М.: КНОРУС, 2016. 192 с.

65. Орлов А.В. Менеджмент в малом бизнесе. М.: URSS, 2016. 200 с.

66. Откройте хостел по франшизе с окупаемостью от 11 месяцев и чистой прибылью от 3.215.280 руб. в год [Электронный ресурс]. URL: <http://fr.artisthostel.ru/> (дата обращения: 25.11.2018).

67. Печерица Е.В. Электронные каналы продаж (EDS) как способ продвижения гостиничных услуг // Управление продажами. 2015. № 6. С. 416-427

68. Потапова И.И. Организация обслуживания гостей в процессе проживания. М.: Издательский центр «Академия». 2015. 320 с.

69. Приоритеты проживания путешествующей молодежи – хостелы, отели, Airbnb. [Электронный ресурс]. URL:

<http://www.pitert.ru/news/issledovanie-priority-p> (дата обращения: 20.10.2018).

70. Прончева О. К. Специализированные средства размещения: учебное пособие. Омск: Омский государственный институт сервиса, 2013. 96 с.

71. Реалии хостельного бизнеса. Локация, аренда, целевая аудитория и мебель. [Электронный ресурс]. URL: <http://hotelier.pro/hostels/item/2972-greenmebel> (дата обращения: 01.10.2018)

72. Росстат: Гостиницы, хостелы и мотели. Чудеса статистики и 17 лет истории. Что происходит с альтернативными средствами размещения. [Электронный ресурс]. URL: <http://hotelier.pro/tourizm/item/2973-rosstat> (дата обращения 30.10.2018.)

73. Рынок качественных гостиниц Москвы и Подмосковья (I-е полугодие 2018) [Электронный ресурс]. URL: [http://www.arendator.ru/articles/157213-rynok\\_kachestvennyh\\_gostinic\\_moskvu\\_i\\_podmoskovya\\_i-e\\_polugodie\\_2018/](http://www.arendator.ru/articles/157213-rynok_kachestvennyh_gostinic_moskvu_i_podmoskovya_i-e_polugodie_2018/) (дата обращения 12.11.2018)

74. Салманова И. П. Зарубежный опыт развития социальных гостиниц в бюджетном секторе индустрии гостеприимства // Сервис plus. 2014. №1. С. 27-32.

75. Свинаярева Е.Л. Правовые основы регулирования требований к хостелам // Инновационная наука. 2017. Т. 2. № 3. С. 148-150.

76. Селищева К.А. Организация обслуживания гостей питанием в хостеле / К.А. Селищева // В сборнике: Менеджмент предпринимательской деятельности Материалы Международной пятнадцатой научно-практической конференции. 2017. С. 275-277.

77. Семь тенденций для индустрии гостеприимства-2018 от AccorHotels. [Электронный ресурс]. URL: <https://hotelier.pro/news/item/3230-accorhotels/3230-accorhotels> (дата обращения: 12.11.2018).

78. Сеть комфортных хостелов ID Hostel [Электронный ресурс]. URL: <http://idhostel.ru/> (дата обращения: 19.10.2018)

79. Сеть хостелов Bear Hostels [Электронный ресурс]. URL: <http://simpletravel.info/hostels/bearhostels> (дата обращения: 21.10.2018)
80. Сеть хостелов Dream ON [Электронный ресурс]. URL: <http://simpletravel.info/hostels/dreamon> (дата обращения: 21.07.2018)
20. Сеть хостелов Nice Hostel [Электронный ресурс]. URL: <https://nicehostel.org/> (дата обращения: 21.07.2018)
81. Сивчикова Т.Ю. Индустрия гостеприимства: учеб. пособ. М.: ИТК Дашков и К, 2013. 272 с.
82. Сложный год для отелей. [Электронный ресурс]. URL: <http://uldelo.ru/2018/01/23/b-slozhnyi-god-dlya-otelei-b> (дата обращения 14.09.2018)
83. Состояние и перспективы развития хостелов в России и за рубежом [Электронный ресурс] URL: [https://studbooks.net/673468/turizm/sostoyanie\\_perspektivy\\_razvitiya\\_hostelov\\_rossii\\_rubezhom](https://studbooks.net/673468/turizm/sostoyanie_perspektivy_razvitiya_hostelov_rossii_rubezhom) (дата обращения: 17.12.2018)
84. Старчикова Н.Г. Перспективные направления в гостиничном бизнесе по повышению конкурентоспособности // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2012. № 23. С. 77-79
85. Статистическая информация в сфере туризма: набор данных [Электронный ресурс] URL: <http://opendata.russiatourism.ru/opendata/6> (дата обращения: 12.10.2018).
86. Статистический ежегодник. Белгородская область. 2017: Стат. сб./ Белгородстат. Белгород, 2017. 524 с.
87. Сухова Л.Ф. Типичные ошибки в управлении малым и средним бизнесом организаций сферы услуг // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2012. № 4(44). С. 104-110.
88. Сухова М.А. Повышение лояльности гостей хостела // Туризм как фактор регионального развития: Материалы VII Международной научно-практической конференции. 2017. С. 112-115.
89. Трифонова Ю. Лояльность как механизм повышения качества об-

служивания клиентов в гостинице // Наука и мир. 2015. Т 1. № 11 (27). С. 178-180.

90. Управление индустрией туризма: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, В.С. Сенин. 4-е изд., испр. и доп. М. : КНОРУС, 2016. 438 с.

91. Фадеева Н.О. Проблемы нормативно-правовой базы хостелов // Форум молодых ученых. 2017. № 5 (9). С. 2161-2164.

92. Федоров Р. Г. Развитие хостел-движения в России и за рубежом // Актуальные вопросы экономических наук: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2013 г.). Уфа: Лето, 2013. С. 115-117. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/76/3752/> (дата обращения: 12.10.2018).

93. Хостел Рус – самая крупная сеть хостелов в России [Электронный ресурс]. URL: <https://hostelsrus.ru/> (дата обращения: 21.11.2018)

94. Черникова Л.И. Исследование проблем и перспектив развития рынка гостиничных услуг города Москвы в современных экономических условиях // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2015. №27 (261).

95. Artist hostel – хостелы для жизни [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artisthostel.ru/> (дата обращения: 21.09.2018)

96. Booking.com [Электронный ресурс]. URL: <https://www.booking.com/> (дата обращения 26.07.2018.)

97. Hostelling International [Электронный ресурс]. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Hostelling\\_International](https://en.wikipedia.org/wiki/Hostelling_International) (дата обращения: 20.10.2018)

98. Hostelworld.com [Электронный ресурс]. URL: <https://www.russian.hostelworld.com/>(дата обращения 26.11.2018.)

99. Dawes J., Swailes S. Retention sans frontieres: issues for financial service retailers//International Journal of Bank Marketing. 2016. Vol. 17, 1.-С.36-43

100. Hansen F., Smith M., Hansen R. Rewards and recognition in employee motivation / Compensation& Benefits Review. 2012 № 34 (5). P. 64-72.

## **Приложения**



## Количество хостелов в различных странах мира

Страна	2017 год	2013 год
Россия	490	190
Чехия	115	135
Португалия	375	200
США	255	240
Япония	540	305
Китай	390	400
Бразилия	615	420

## Количество хостелов в столицах различных странах мира, 2016 г.

город	количество
Москва	354
Бангкок	264
Сеул	172
Будапешт	163
Прага	108
Лондон	96
Киев	93
Тбилиси	90
Варшава	84
Берлин	64
Токио	62
Пекин	60
Мадрид	37
Амстердам	36
Рим	31
Париж	28
София	22
Нью-Йорк	17
Вена	15
Минск	15
Афины	13
Хельсинки	11

## Количество хостелов в ведущих европейских странах

Страна	Количество хостелов в ведущих европейских странах	Средняя стоимость койко-места в хостеле за ночь в пяти европейских странах
Германия	500	1097
Франция	160	1294
Англия	200	1657
Италия	180	1361
Испания	250	892

Динамика увеличения в России альтернативных средств размещения за  
2000-2016 гг.

альтернативные средства раз- мещения	год							
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
меблирован- ные комнаты	0	0	0	0	267	415	32	760
мотели	33	24	30	29	48	67	85	97
пансионаты	0	16	21	21	101	95	88	99
хостелы	663	554	530	519	56	520	531	504
другие орга- низации гости- ничного типа	118	120	154	158	217	264	312	308
альтернативные средства раз- мещения	год							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
меблирован- ные комнаты	573	616	700	793	853	1002	1099	2530
мотели	81	99	123	132	138	155	167	275
пансионаты	88	127	159	171	178	236	264	379
хостелы	494	507	500	484	495	492	535	881
другие орга- низации гости- ничного типа	346	384	431	460	478	568	629	1640

## Количество хостелов в различных российских городах

Город	Количество хостелов в системе бронирования Booking.com	Количество хостелов в системе бронирования Hostelworld.com
Санкт-Петербург	475	155
Москва	397	118
Казань	99	15
Екатеринбург	85	22
Ростов-на-Дону	66	5
Сочи	44	13
Нижний Новгород	4	3
Калининград	35	6
Самара	40	-
Волгоград	29	-

Распределение койко-мест в европейских хостелах согласно  
их предпочтениям

Тип туристов	Доля
Самостоятельные путешественники в многочестных номерах	53%
Самостоятельные путешественники в отдельных номерах	24%
группы от 10 до 19 человек	11%
группы более 20 человек	10%
другие	2%
Самостоятельные путешественники в многочестных номерах	53%

## Структура распределения постояльцев хостелов по возрасту

Регион	Возраст			
	15-18	19-24	25-34	35+
Западная Европа	1,5	20	50,5	28
Восточная Европа	2	20	61	17
Северная Америка	0	31	51	18
Южная Америка	0	22	66	12
Океания	0	53	40	7
Азия	0	21	60	19
Африка	4	5	63	28