

# ПРИКЛАДНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 338.48

**Н. А. Лагушко<sup>1</sup>***Южный федеральный университет,  
г. Ростов-на-Дону, Россия***В. В. Гнездилова<sup>2</sup>***Южный федеральный университет,  
г. Ростов-на-Дону, Россия***Д. А. Рубан<sup>3</sup>***Южный федеральный университет,  
г. Ростов-на-Дону, Россия*

## ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ХОСТЕЛОВ В КРУПНЫХ ГОРОДАХ (НА ПРИМЕРЕ ЮГА РОССИИ)

**Аннотация.** Развитие индустрии туризма и гостеприимства является для России задачей государственного значения. Ее успешному решению должно способствовать, в частности, увеличение числа коллективных средств размещения различных типов, включая хостелы. В настоящей работе анализируется ценовая политика последних в трех крупных городах юга России, а именно Ростове-на-Дону, Волгограде и Краснодаре. Для всех из них характерна ориентация на сравнительно низкую стоимость размещения. Установлено, что и средние, и медианные значения минимальной стоимости размещения в хостелах оказываются наименьшими в Краснодаре, а наибольшими – в Волгограде. Это объясняется большим числом подобного рода организаций гостиничного сектора в первом из указанных городов, где, следовательно, более интенсивная конкуренция стимулирует проведение политики, направленной на снижение цен. При этом ценовую политику хостелов можно считать в наибольшей мере сформированной в Ростове-на-Дону. Стоимость размещения в хостелах в крупных городах юга России может сравниваться с таковой в аналогичных по численности населения, административному значению и экономической специализации городах Европы, в качестве каковых выбраны немецкий Гамбург, французский Лион и английский Бирмингем. Сравнение цен в пересчете на иностранную валюту по среднегодовым номинальным курсам выявляет значительную «дешевизну» размещения в хостелах на юге России. Однако учет паритета покупательной способности валют по отношению к доллару, для чего использованы предлагаемый Всемирным банком показатель и Big Mac Index, позволяет обнаружить, что различие цен не столь велико. Более того, стоимость размещения в хостелах крупных городов юга России и Европы подчас оказывается вообще сопоставимой. Следовательно, отмеченная выше «дешевизна» отчасти условна. В связи с вышесказанным видится вполне очевидным, что ценовая политика хостелов в крупных городах юга России подлежит оптимизации, тем более в преддверии чемпионата мира по футболу 2018 г., проведение матчей которого в Ростове-на-Дону и Волгограде потребует размещения большого числа лиц, многие из которых ориентированы именно на хостелы. Предлагается предоставить административную поддержку и возможно субсидирование для увеличения числа хостелов в указанных городах, результатом чего должно стать снижение стоимости размещения в них вследствие усиления конкуренции.

**Ключевые слова:** деловая активность; паритет покупательной способности; туризм; хостел; юг России.

## Введение

Увеличение внутренних и въездных потоков путешествующих лиц является одним из приоритетов отечественной индустрии туризма и гостеприимства. Вполне очевидно, что это требует значительного внимания к проблемам гостиничного хозяйства. В работе М.Ю. Шерешевой и Е.Е. Полянской показаны основные тенденции его развития, и, в частности, отмечен направленный рост числа коллективных средств размещения, и продемонстрирована особая роль сетевой формы организации гостиничного бизнеса [1]. М.В. Ефремовой и О.В. Чкаловой продемонстрирована неоднородность развития региональных рынков гостиничных услуг в России [2]. Также в ходе недавних исследований была выявлена значительная статичность такого рынка в национальном масштабе [3]. Кроме того, обнаружена его значительная зависимость от уровня благосостояния населения, снижение которого приводит к снижению объема услуг, оказанных коллективными средствами размещения [4] (спад интереса к туризму при экономической нестабильности менее характерен для европейских стран – например [5]). Среди важнейших проблем, которые должны безотлагательно решаться отечественной индустрией туризма и гостеприимства,

называют, во-первых, увеличение разнообразия коллективных средств размещения [1], а во-вторых, – снижение стоимости услуг, которые представляются завышенными [6]. Это делает необходимым, в частности, массовое развитие хостелов, которые, с одной стороны, существенно расширяют возможности размещения путешествующих лиц в дополнение к «традиционным» гостиницам, а с другой – предполагают значительное удешевление соответствующих услуг.

В России хостелы уже получили заметное распространение, хотя своей популярностью они все-таки уступают прочим организациям гостиничного сектора. Тем не менее именно хостелы позволяют обеспечивать массовое размещение посетителей крупные мероприятия (таких как предстоящий чемпионат мира по футболу 2018 г.). Кроме того, их создание оказывает поддержку развитию молодежного туризма, что весьма актуально [7, 8]. Наконец, хостелы видятся наиболее подходящим видом коллективных средств размещения для таких видов туристическо-рекреационной деятельности, как, например, экстремальный туризм [9], которые предполагают специальный подход к оказанию гостиничных услуг [1]. При этом, безусловно, от хостелов требуется проведение такой ценовой политики, которая в полной мере будет удовлетворять ориентированного на них потребителя. В частности, они должны отличаться от «традиционных» гостиниц не только размером номерного фонда и перечнем оказываемых услуг, но также и существенно меньшей стоимостью.

Целью настоящей работы является анализ ценовой политики хостелов в крупных городах – административных центрах регионов юга России, в качестве которых выбраны Ростов-на-Дону, Волгоград и Краснодар. Интерес именно к ним диктуется рядом обстоятельств, а именно концентрацией в них

<sup>1</sup> Латушко Наталья Александровна – кандидат экономических наук, доцент, заместитель директора по учебной работе Высшей школы бизнеса, доцент Института социологии и регионоведения Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия (344019, г. Ростов-на-Дону, ул. 23-я линия, 43); e-mail: ruban-d@mail.ru.

<sup>2</sup> Гнездилова Виктория Вадимовна – магистрант Высшей школы бизнеса Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия (344019, г. Ростов-на-Дону, ул. 23-я линия, 43); e-mail: ruban-d@mail.ru.

<sup>3</sup> Рубан Дмитрий Александрович – Philosophiae Doctor, кандидат геолого-минералогических наук, доцент Высшей школы бизнеса Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия (344019, г. Ростов-на-Дону, ул. 23-я линия, 43); e-mail: ruban-d@mail.ru.

деловой активности и формированием финансовых центров [10–14], что в результате развития делового туризма увеличивает нагрузку на гостиничный сектор, проведением матчей чемпионата мира по футболу 2018 г. в Ростове-на-Дону и Волгограде, предполагающим прибытие большого количества как российских, так и зарубежных (прежде всего европейских) болельщиков, богатством историко-культурного наследия и большим образовательно-научным потенциалом этим городов, которые должны привлекать (в рамках развития познавательного и академического туризма) представителей молодого поколения, и т. д. Особый акцент в настоящей работе сделан на проблеме адекватности стоимости размещения в хостелах отмеченных городов юга России в сопоставлении со стоимостью услуг хостелов в европейских городах.

#### **Степень проработанности проблемы**

Хостелы являются собой коллективные средства размещения, предоставляющие более ограниченный набор услуг, обладающие, как правило, меньшим номерным фондом и обеспечивающими меньшую стоимость размещения в сравнении с «традиционными» гостиницами. По своей форме они могут представлять собой или общежития для временного размещения, или мини-гостиницы. Номерной фонд включает как отдельные, так и общие комнаты (последний вариант является отличительной чертой хостелов вообще). Предлагаемый обычно набор услуг включает кровать в отдельной или общей комнате, постельное белье, душ, горячий завтрак, общую кухню, доступ в Internet (в том числе Wi-Fi), иногда химчистку, вызов такси и т. д. Подчас действуют полный или частичный запрет на курение и размещение с домашними животными. Хостелы ориентированы прежде всего на молодых и/или малобюджетных туристов. К числу их клиентов относятся

лица, путешествующие индивидуально или группами с познавательными целями или для посещения каких-либо мероприятий (музыкальных фестивалей, спортивных соревнований и т. п.).

Первые хостелы стали появляться в Европе в начале XX в. в ответ на повышенный спрос на «бюджетный» туризм [15], однако уже спустя несколько десятилетий распространились по всему миру. В настоящее время большое их количество существует и в России. Отличительной особенностью хостелов в нашей стране является несколько повышенная комфортность размещения. По сути, размещение в них по набору и качеству предоставляемых услуг близко к таковому на туристических базах. Стоит также отметить, что в европейских и некоторых других странах хостелы рассматриваются не только с позиций интересов индустрии туризма и гостеприимства, но также и как социальные убежища для определенных категорий граждан (женщины, бездомные и т. д.).

Научное изучение хостелов в мире ведется длительное время, однако анализ имеющейся литературы показывает, что исследователи часто обращаются к их значимости в решении социальных проблем. С позиции индустрии туризма и гостеприимства эти коллективные средства размещения анализируются куда реже. В этой связи имеет смысл обобщить накопленные к настоящему времени научные представления о хостелах.

Большое внимание уделяется вопросам, связанным с предпочтениями туристов и способностью хостелов удовлетворить их в полной мере [16, 17]. Исследование, проведенное А. Брошаду и др. [18], показало, что в хостелах Лиссабона (Португалия) для туристов имеют значение шесть параметров, определяющих качество предоставленных им услуг. К ним относятся социальная атмосфера, расположение в городе,

работа персонала, чистота, безопасность и дополнительные средства. Достаточно показательно, что в число этих параметров не входит цена. По-видимому, она изначально полагается небольшой. На примере хорватской столицы Загреба показано, что хостелы сами по себе влияют на восприятие дестинации туристами [19]. Наиболее значимое изучение хостелов в мире было проведено недавно бразильским специалистом Г. ди Оливейра Сантушем [20], который уделил особое внимание вопросам ценообразования. Им установлено, что оно в значительной степени определяется качеством предоставляемых услуг, а именно чистотой, расположением и дополнительными средствами. При этом показана зависимость ценовой политики хостелов от состояния рынка гостиничных услуг.

В последние годы российские специалисты также стали активно изучать хостелы. Как и во всем мире, интерес представляет удовлетворенность клиентов от такого вида размещения и спрос на соответствующие услуги [21, 22]. Также анализируются позиции этих коллективных средств размещения на региональных рынках гостиничных услуг. В частности, такого рода анализы выполнены для Приморского края и Калининградской области [23, 24]. На примере Краснодарского края показана роль фрэчайзинга в организации работы хостелов [25]. Отечественные ученые обращают внимание на то, что хостелы особо подходят для крупных городов, и в частности Москвы и Санкт-Петербурга [26–28]. Связывать это необходимо с тем, что именно мегаполисы привлекают наибольшее число приезжих, что создает избыточную нагрузку на организации гостиничного сектора. При этом стоит добавить, что возможность использования туристического потенциала малых городов [6], а также отдельных, новых для России видов туризма [1], в том числе и за счет развития хостелов за пределами круп-

ных населенных пунктов, не анализируется в должной степени. Это представляется своего рода лакуной в отечественном изучении гостиничного сектора.

Ряд важных работ обращают внимание на экономическую составляющую деятельности хостелов. Так, А.Н. Матросова поднимает вопрос о необходимости обеспечения их конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг [29]. При этом Т.П. Левченко и Р.Г. Федоров рассматривают хостелы как коллективные средства размещения экономкласса [30], а А.С. Панфилова пишет об их ориентированности на путешествующих лиц с низкими доходами [31]. Сказанное означает, в частности, актуальность проведения хостелами гибкой ценовой политики, чтобы, с одной стороны, они были экономически прибыльными, а с другой – соответствовали предъявляемым к ним требованиям по стоимости размещения. Однако стоит учитывать два существенных обстоятельства. Во-первых, это достаточно высокие запросы российских туристов на качество размещения (об этом свидетельствует фактически предлагаемые отечественными хостелами услуги). В таком случае стоимость размещения неизбежно окажется сравнительно высокой. Во-вторых, логично предполагать, что если снижение реальных доходов населения действительно сказывается на объеме оказанных гостиничных услуг [4], то для лиц с низкими доходами характерна низкая мобильность, что сокращает спрос с их стороны на услуги хостелов и, следовательно, для увеличения своей прибыльности последние вынуждены повышать цены.

### **Материал и методология**

Ценовая политика хостелов может рассматриваться по отдельным странам, регионам, городам. При этом важно обращать внимание на минимальную стоимость размещения в сутки. В настоящей работе ана-

Латушко Н. А., Гнездилова В. В., Рубан Д. А.

лиз таковой предпринят для трех административных центров регионов юга России (табл. 1), которые в достаточной степени сравнимы по размерам, численности населения, экономической специализации и туристическим ресурсам (см. описание ниже). Сам термин «ценовая политика» в настоящей работе используется в самом широком смысле (и отчасти условно за видимым отсутствием более точного термина) для обозначения, во-первых, ориентации хостелов в городах на определенную минимальную стоимость размещения, во-вторых, предложения ими в пределах одного города в той или иной степени сходных цен на услуги и, в-третьих, соотношения этих цен с таковыми в других городах. Безусловно, существует и большое число других аспектов того, что может быть названо ценовой политикой (в частности, речь идет о стратегическом изменении цен на услуги), которые должны стать предметом анализа при проведении последующих исследований.

Фактический материал был собран с использованием популярного электронного портала Booking.com<sup>4</sup>, который предоставляет наиболее полную информацию о гостиничных услугах по всему миру. Для

<sup>4</sup> URL: <http://www.booking.com> (дата обращения: май 2016).

каждого из выбранных городов выбирались все варианты размещения в хостелах, и везде учитывалась минимальная стоимость размещения (в российских рублях) в сутки на человека. При этом в качестве дат заезда использовались 7 и 8 сентября 2016 г., которые были выбраны по двум обстоятельствам. Во-первых, эти даты приходятся на сезон, переходный от «высокого» к «низкому» для дестинаций юга России. Во-вторых, они соответствуют будним дням. Иными словами, анализу подвергалась некоторые «средние» цены, соответствующие условиям умеренного ожидаемого спроса.

Для каждого города проводился расчет количества хостелов по ценовым категориям. Также определялись средние и медианные значения минимальной стоимости размещения. Это позволило далее сравнить информацию по трем изученным административным центрам.

Чтобы судить о том, насколько адекватна ценовая политика хостелов в крупных городах юга России, имеет смысл сравнить ее с таковой в близких по размеру, численности населения, экономической специализации и туристическим ресурсам городам Европы (см. описание ниже). В этих целях выбраны Гамбург в Германии, Лион во Франции и Бирмингем в Великобритании (табл. 1). Для проведения сравнения ценовой по-

Таблица 1

Города, рассматриваемые в настоящей работе\*

Страна	Город	Административная единица
Россия	Ростов-на-Дону	Ростовская область, Южный федеральный округ
Россия	Волгоград	Волгоградская область
Россия	Краснодар	Краснодарский край
Германия	Гамбург	земля Гамбург
Франция	Лион	Лионская метрополия, регион Овернь-Рона-Альпы
Великобритания	Бирмингем	графство Уэст-Мидлендс

Примечание: \* составлено авторами.

*Ценовая политика хостелов в крупных городах (на примере юга России)*

литики между всеми рассматриваемыми в настоящей работе населенными пунктами, необходимо представление минимальной стоимости размещения в хостелах в среднем и медианном выражении в единой валюте. Для этого учитывались среднегодовые номинальные курсы иностранных валют к российскому рублю на основании статистической информации Центрального банка РФ<sup>5</sup> (табл. 2).

Однако вполне очевидно, что разный уровень стоимости жизни в России и странах Европейского союза должен заметно влиять на стоимость услуг по размещению в хостелах. Допустим, если за 1 евро во Франции и России можно приобрести разный объем одной и той же услуги, то прямое сравнение минимальной стоимости размещения в хостелах между этими странами в какой-либо одной валюте не позволит ответить на вопрос, где эта стоимость фактически выше, а где – ниже. Для решения этой проблемы требуется коррекция проводимых расчетов с использованием паритета покупательной способности, являющимся важным инструментом для межгосударственных экономических сравнений [32–36] и решения различных эконометрических задач [37, 38].

В самом общем виде паритет покупательной способности представляет собой

условный коэффициент, который показывает соотношение нескольких денежных единиц с учетом возможности приобретения одного и того же товара или услуги. Иными словами, он характеризует способность приобретать этот товар/услугу с учетом валютных курсов и реальной дороговизны/дешевизны данного товара/услуги в конкретных сравниваемых странах. Так, например, с помощью паритета покупательной способности проводится сравнение валового внутреннего продукта различных стран [32, 39]. Ранее он также анализировался в контексте возможной связи с динамикой валютных рынков [40], обсуждения монетарной политики в странах Европейского союза [33, 41] и долговременных процессов в определении баланса между различными иностранными валютами [36]. При этом были выявлены его особенности в странах-экспортерах нефти со значительной спецификой для России [42].

Чаще всего паритет покупательной способности устанавливается для иностранных валют по отношению к доллару США. Для этого используются различные методики. Двумя самыми известными являются методика Всемирного банка, с помощью которой ежегодно определяются и фиксируются значения соответствующего показателя, и методика журнала «Economist», использующая Big Mac Index. В настоящее

<sup>5</sup> URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 13.06.2016).

Таблица 2  
Среднегодовые номинальные курсы иностранных валют к рублю\*

Иностранная валюта	Российский рубль (RUB)		
	2014 г.	2015 г.	2016 г. (5 месяцев)
Доллар США	37,97	60,66	71,10
Английский фунт стерлингов	63,36	93,73	102,26
Евро	50,46	67,43	79,27

*Примечание:* \* по данным Центрального банка РФ.

Латушко Н. А., Гнездилова В. В., Рубан Д. А.

время данные Всемирного банка ограничиваются 2014 г.<sup>6</sup> (табл. 3), а результаты мониторинга журнала «Economist» – началом 2016 г.<sup>7</sup> (табл. 4).

Видится возможным использовать информацию о паритете покупательной способности для сравнения стоимости размещения в хостелах крупных городов юга России и Европы. Методика заключается в следующем. Средние и медианные значения минимальной стоимости размещения в хостелах для всех городов, изначально известные в рублях, пересчитываются в валютах стран, где эти города расположены. Далее с учетом паритета покупательной спо-

собности этих валют они пересчитываются в долларах США. В таком виде они видятся вполне пригодными к прямому сравнению. Для большей убедительности полученных результатов в настоящей работе используются показатели паритета покупательной способности по обоим вышеуказанным методикам (табл. 3, 4). Существенная проблема заключается в том, что курс российского рубля к доллару США, евро и английскому фунту стерлингов претерпел значительные изменения после 2014 г. (табл. 2), которым ограничивается статистическая информация Всемирного банка. Ценовая же политика хостелов, анализируемая по минимальной стоимости размещения в них, формировалась в конце 2015-го – начале 2016 г.; при этом значительного (а часто и вообще какого-либо) увеличения стоимости размещения в течение последних трех лет не

<sup>6</sup> URL: <http://trendeconomy.ru/> (дата обращения: 13.06.2016).

<sup>7</sup> URL: <http://www.economist.com/content/big-mac-index> (дата обращения: 13.06.2016).

Таблица 3

Валютные курсы с учетом паритета покупательной способности  
(по отношению к доллару США) в 2014 г.\*

Страна	Значение по отношению к доллару США
США (доллар)	1,00
Россия (рубли)	21,26
Германия (евро)	0,78
Франция (евро)	0,82
Великобритания (фунт)	0,70

Примечание: по данным Всемирного банка.

Таблица 4

Валютные курсы с учетом паритета покупательной способности  
(Big Mac Index) (по отношению к доллару США) на начало 2016 г.\*

Страна	Значение по отношению к доллару США
США (доллар)	1,00
Россия (рубли)	23,12
Германия (евро)	0,73
Франция (евро)	0,83
Великобритания (фунт)	0,59

Примечание: \* по данным журнала «Economist».

*Ценовая политика хостелов в крупных городах (на примере юга России)*

происходило. В этой связи стоит учитывать, что курс российской валюты с учетом паритета покупательной способности должен был расти после 2014 г. Следовательно, расчеты с использованием показателя 2014 г. завышают фактическую стоимость размещения в хостелах в 2016 г., что обязательно должно учитываться при интерпретации полученных результатов.

**Результаты**

Прежде всего рассмотрим ситуацию с ценовой политикой хостелов в трех выбранных для анализа крупных городах юга России. Ростов-на-Дону является крупнейшим городом Южного федерального округа (население – 1,1 млн чел., площадь – 354 км<sup>2</sup>), административным центром Ростовской области. Здесь сосредоточена прежде всего деловая активность. Также город известен как важный транспортный узел и академический (образовательный и научный) центр. Регион в целом и его административный центр представляют собой значительный интерес для развития туризма [43]. В частности, в Ростове-на-Дону

представлены деловой туризм, спортивный туризм (город примет матчи чемпионата мира по футболу 2018 г.) и рекреация на основе местных ландшафтных ресурсов. Кроме того, есть потенциал для развития и других видов туризма. Таким образом, стоит ожидать значительного спроса на гостиничные услуги. С помощью электронного портала Booking.com удастся обнаружить информацию о 24 хостелах различных ценовых категорий. Однако минимальная стоимость размещения в большинстве из них невысока и находится в диапазоне от 400 до 500 руб. в сутки (табл. 5). Близость среднего и медианного значений свидетельствует об отсутствии «аномальных» отклонений в распределении хостелов по ценовым категориям. Таким образом, можно говорить о том, что все коллективные средства размещения этого типа в Ростове-на-Дону придерживаются некоторой общей ценовой политики.

Волгоград является вторым по величине городом юга России (население – 1,0 млн чел., площадь – 859 км<sup>2</sup>), административным центром Волгоградской области. Здесь

Таблица 5

Минимальная стоимость размещения в хостелах крупных городов юга России (рассчитано авторами по данным электронного портала Booking.com)<sup>8</sup>

Минимальная стоимость размещения, руб.	Количество хостелов		
	Ростов-на-Дону	Волгоград	Краснодар
201–300	0	0	4
301–400	7	2	12
401–500	15	5	10
501–600	2	2	2
601–700	0	2	2
среднее значение	460	506	433
медианное значение	450	480	400
Общее количество хостелов	24	11	30

<sup>8</sup> Здесь и далее приводятся только обобщенные данные о минимальной стоимости размещения в хостелах. Цены для конкретных организаций такого профиля не представлены, т. к. могут представлять коммерческую информацию, хотя и представленную в открытом доступе, но неподлежащую тиражированию.

сосредоточена промышленная и деловая активность. Через город проходят значительные транспортные потоки. В нем расположен ряд крупных высших учебных заведений. Область в целом и его административный центр представляют собой значительный интерес для развития туризма [44–46]. В частности, в Волгограде представлены познавательный туризм на основе историко-культурных ресурсов, деловой туризм, спортивный туризм (город примет матчи чемпионата мира по футболу 2018 г.) и рекреация на основе местных ландшафтных ресурсов. Кроме того, есть потенциал для развития и некоторых других видов туризма (например, промышленного). Таким образом, спрос на гостиничные услуги здесь велик. Тем не менее с помощью электронного портала Booking.com удается обнаружить информацию всего об 11 хостелах различных ценовых категорий. Как и в предыдущем случае, минимальная стоимость размещения во многих из них (однако далеко не всех!) находится в диапазоне от 400 до 500 руб. в сутки (табл. 5). Разница между средним и медианным значениями свидетельствует о некоторых отклонениях в распределении хостелов по ценовым категориям и, в частности, наличии «аномально» дорогих вариантов размещения. Таким образом, как можно увидеть, какой-либо определенной ценовой политики коллективных средств размещения этого типа в Волгограде пока не выработалось.

Краснодар является еще одним весьма крупным городом юга России (население – 0,7 млн чел., площадь – 841 км<sup>2</sup>), административным центром Краснодарского края. Здесь сосредоточена прежде всего деловая активность, также развита промышленность. Город играет важную роль как транспортный узел. В нем располагается несколько высших учебных заведений. Регион в целом и его административный центр представляют собой значительный интерес

для развития туризма [47]. В частности, в Краснодаре представлены деловой туризм, спортивный туризм и рекреация на основе местных ландшафтных ресурсов. Кроме того, есть потенциал для развития и других видов туризма (в том числе познавательного). Таким образом, спрос на гостиничные услуги здесь также значителен. С помощью электронного портала Booking.com удается обнаружить информацию о 30 хостелах различных ценовых категорий. Минимальная стоимость размещения в подавляющем числе из них невысока и находится в диапазоне от 300 до 500 руб. в сутки (табл. 5). Различия между средним и медианным значениями свидетельствует об отклонениях в распределении хостелов по ценовым категориям и, в частности, наличии «аномально» дорогих вариантов размещения. В целом некоторая общая ценовая политика хостелов в Краснодаре прослеживается, однако она все-таки не столь четко выражена как в Ростове-на-Дону.

Теперь обратимся к выбранным для анализа европейским городам, все из которых являются заметными деловыми промышленными, транспортными, академическими и историко-культурными центрами. Как и города юга России они являются нестоличными (однако по многим параметрам сопоставимыми с ними) населенными пунктами, развитие туризма (делового, познавательного, событийного и т. д., также рекреации) в которых важно, однако в определенной мере уступает прочим сферам деятельности, главной из которых является деловая. Стоит обязательно отметить, что с Ростовом-на-Дону и Волгоградом, где запланировано проведение матчей чемпионата мира по футболу 2018 г., они схожи тем, что в них проводились крупные спортивные мероприятия (например, Гамбург – чемпионат мира по футболу 2006 г., Лион – чемпионат Европы по футболу 2016 г., Бирмингем – чемпионат Европы по футболу 1996 г.). Гамбург (население –

*Ценовая политика хостелов в крупных городах (на примере юга России)*

1,7 млн чел., площадь – 755 км<sup>2</sup>) – город на севере Германии. Из 15 проанализированных хостелов преобладают представители двух ценовых категорий (от 1000 до 2000 руб. в сутки и от 3000 до 4000 руб. в сутки), однако есть и более дорогие варианты размещения (табл. 6). Лион (население – 0,5 млн чел., площадь – 48 км<sup>2</sup>) – город на востоке Франции. Два располагающихся здесь хостела принципиально отличаются по стоимости размещения (табл. 6). Наконец, Бирмингем (население – 1,1 млн чел., площадь – 268 км<sup>2</sup>) – город в центральной части Англии. Два располагающихся здесь хостела относятся к одной и той же ценовой категории (табл. 6). В целом можно говорить о том, что в Гамбурге единой ценовой политики хостелов не сформировалось. Что касается Лиона и Бирмингема, то однозначный вывод для них сделать трудно в связи с очень малым числом хостелов, представленных на электронном портале Booking.com, однако для Лиона очевиден разброс цен, тогда как для Бирмингема, напротив, их соответствие сравнительно узкому диапазону.

Пересчет средних и медианных значений стоимости размещения в хостелах по городам в иностранных валютах по среднегодовым номинальным курсам (табл. 7), а также с учетом паритета покупательной способности, определенным по двум методикам (табл. 8, 9) выявляет очевидное различие цен на услуги хостелов между крупными городами юга России и Европы. При этом отличия между Ростовом-на-Дону, Волгоградом и Краснодаром оказываются весьма незначительными при определении цены в долларах США, тогда как таковые между европейскими городами существенны. Это говорит о том, что ценообразование в коллективных средствах размещения этого типа на юге России в целом происходит сходным образом.

Особо важно обратить внимание на тот факт, что расчет стоимости с учетом паритета покупательной способности приводит к сокращению разницы в стоимости размещения в хостелах между городами юга России и Европы. Так, если в пересчете на доллары США по среднегодовому номиналь-

Таблица 6  
Минимальная стоимость размещения в хостелах крупных городов Европы\*

Минимальная стоимость размещения, руб.	Количество хостелов		
	Гамбург	Лион	Бирмингем
1–1000	1	0	0
1001–2000	4	1	2
2001–3000	2	0	0
3001–4000	6	0	0
4001–5000	0	0	0
5001–6000	1	0	0
6001–7000	0	1	0
7001–8000	1	0	0
среднее значение	3117	3939	1715
медианное значение	3344	-	-
Общее количество хостелов	15	2	2

Примечание: \* рассчитано авторами по данным электронного портала Booking.com

Латушко Н. А., Гнездилова В. В., Рубан Д. А.

Таблица 7

Минимальная стоимость размещения в хостелах городов, рассматриваемых в настоящей работе, в пересчете на курсы иностранных валют к российскому рублю за 5 месяцев 2016 г.\*

Город	Минимальная стоимость размещения					
	Доллар США		Английский фунт стерлингов		Евро	
	Среднее	Медиана	Среднее	Медиана	Среднее	Медиана
Ростов-на-Дону	6,47	6,33	4,50	4,40	5,80	5,68
Волгоград	7,12	6,75	4,95	4,69	6,38	6,06
Краснодар	6,09	5,63	4,23	3,91	5,46	5,05
Гамбург	43,84	47,02	30,48	32,69	39,32	42,17
Лион	55,40	-	38,52	-	49,69	-
Бирмингем	24,12	-	16,77	-	21,63	-

Примечание: \* рассчитано авторами на основании данных табл. 2, 5, 6.

Таблица 8

Минимальная стоимость размещения в хостелах городов, рассматриваемых в настоящей работе, в пересчете на доллары США с учетом паритета покупательной способности\*

Город	Минимальная стоимость размещения в долларах США	
	Среднее	Медиана
Ростов-на-Дону	21,64	21,17
Волгоград	23,80	22,58
Краснодар	20,37	18,81
Гамбург	50,41	54,06
Лион	60,60	-
Бирмингем	23,96	-

Примечание: \* рассчитано авторами на основании данных табл. 3, 5, 7

Таблица 9

Минимальная стоимость размещения в хостелах городов, рассматриваемых в настоящей работе, в пересчете на доллары США с учетом паритета покупательной способности Big Mac Index\*

Город	Минимальная стоимость размещения в долларах США	
	Среднее	Медиана
Ростов-на-Дону	19,90	19,46
Волгоград	21,89	20,76
Краснодар	18,73	17,30
Гамбург	53,86	57,77
Лион	59,87	-
Бирмингем	28,42	-

Примечание: \* рассчитано авторами на основании данных табл. 4, 5, 7.

ному курсу разница между Краснодаром и Гамбургом оказывается больше, чем в семь раз (табл. 7), то учет паритета покупательной способности сокращает эту разницу до 2–3 раз (табл. 8, 9). Более того, разница минимальной стоимости размещения в хостелах между Волгоградом и Бирмингемом составляет менее 25 %, т. е. весьма мала. При этом в 2014 г. этой разницы вообще по сути не было (табл. 8) и лишь падение курса российского рубля к 2016 г. (табл. 2) может объяснять некоторое ее увеличение (табл. 9), которое однако не может считаться критическим.

### **Обсуждение результатов**

Результаты анализа, представленные выше, позволяют обсудить три вопроса. Во-первых, это выяснение причин специфики ценовой политики хостелов в трех крупных городах юга России. Во-вторых, критическое рассмотрение представлений о дороговизне гостиничных услуг на примере хостелов. В-третьих, выявление практического значения сделанных в настоящей работе заключений.

Как следует из представленной выше информации, в Ростове-на-Дону ценовая политика хостелов является хорошо сформированной. Она заключается в ориентации на предложение сравнительно низкой стоимости размещения большинством таких организаций. В Краснодаре ценовая политика отличается тем, что стоимость размещения также низкая, часто даже ниже, чем в Ростове-на-Дону, однако диапазон цен оказывается более широким. Наконец, в Волгограде имеет место не только разброс цен, но и отсутствие четко выраженной ориентации на умеренно низкую стоимость размещения. При том что спрос на гостиничные услуги представляется примерно одинаковым (по крайней мере сопоставимым) в этих трех городах, допустимо высказать предположение, согласно которому ценовая

политика определяется количеством хостелов в каждом из них. Действительно, существенно меньшее количество таких коллективных средств размещения в Волгограде соответствует наибольшим среднему и медианному значениям стоимости, тогда как их наибольшее количество в Краснодаре, напротив, наименьшим значениям (табл. 5). По-видимому, конкуренция хостелов при их большем количестве стимулирует следование политике снижения цен. Если это предположение верно, то можно говорить о том, что в крупных городах юга России сложился полноценный рынок услуг хостелов. Что касается общности ценовой политики в пределах одного города, то ее наибольшая мера в Ростове-на-Дону служит, по всей видимости, индикатором достижения равновесия на этом рынке, когда большинству хостелов оказывается выгодным предлагать более или менее одинаковую стоимость размещения.

Расчет средних и медианных значений минимальной стоимости размещения в хостелах в крупных городах юга России и Европы с учетом паритета покупательной способности показывает, что цены в этих коллективных средствах размещения в Ростове-на-Дону, Волгограде и Краснодаре невысоки с точки зрения европейского туриста. Это тем более так, если учесть, что качество предлагаемых услуг сравнительно высокое, а набор их весьма широк, о чем говорилось выше. В этом отношении анализируемую ценовую политику можно назвать вполне адекватной. Однако, с другой стороны, определенная близость стоимости размещения в хостелах этих городов к таковой в крупных населенных пунктах Европы позволяет говорить и о том, что для российских туристов, ориентированных на размещение экономкласса (таковых среди потребителей услуг хостелов, как полагают некоторые специалисты, должно быть большинство [30, 31]), она может оказаться выше ожидаемой. Последнее могут ощу-

тить и те иностранные туристы, которые будут анализировать свои расходы не только с учетом валютных курсов (табл. 7), но и принимая во внимание стоимость жизни в крупных городах юга России, т. е. по сути учитывая паритет покупательной способности (табл. 8, 9). Отмеченная выше двойственность положения заставляет сделать вывод о том, что дешевизна размещения в хостелах крупных городов юга России является отчасти кажущейся. Сказанное можно проиллюстрировать на следующем примере. В Гамбурге четверть хостелов предлагает размещение по цене 1001–2000 руб. в день. Этот диапазон по среднему за 5 месяцев 2016 г. номинальному курсу (табл. 2) составляет ~13–25 евро. С учетом паритета покупательной способности евро (Big Mac Index, табл. 4) данный диапазон соответствует ~17–35 долларов США. Аналогичный расчет для преобладающей части ростовских хостелов (диапазон 401–500 руб.) дает стоимость размещения за ~17–22 долларов США. Таким образом, в Гамбурге возможно размещение в хостелах по ценам, вполне сопоставимым с ростовскими (с учетом стоимости жизни в соответствующих странах). Возможен и другой, отчасти грубый, но тем не менее показательный расчет. При среднедушевом доходе в 2015 г. 30224,5 руб. в России<sup>9</sup> и 3612 евро в Германии<sup>10</sup> медианное значение стоимости размещения в хостеле Ростова-на-Дону (табл. 5) составляет 1,5 % от этого дохода, а в Гамбурге (табл. 7) – 1,2 %, что даже меньше. Однако потоки туристов (прежде всего внутренние) в Германии уже хорошо сложились, тогда как в России они только формируются, и, следовательно, можно было бы ожидать большей доступности хостелов в нашей стране. Это тем более справедливо,

что данный тип коллективных средств размещения в России не столь популярен, как в Европе, а при консервативных предпочтениях туристов именно низкие цены могут выступать значимым фактором их привлечения. Иными словами, можно делать вывод об адекватности ценовой политике хостелов в крупных городах юга России при одновременном обращении внимания на необходимость ее корректировки.

Все сказанное выше заслуживает рассмотрения в практической плоскости. Очевидно, что хостелы в силу сложившейся ценовой политики действительно выступают значимой альтернативой традиционным гостиницам. Однако эффективность их деятельности, очевидно, будет тем более высокой, чем ниже стоимость предлагаемых ими услуг по размещения. Если в городах юга России последняя определяется рыночными механизмами, то тогда интересам развития туризма в этом регионе отвечает поощрение создания как можно большего числа хостелов для их успешной конкуренции, что будет стимулировать ценовую политику, направленную на снижение стоимости размещения. Подобного рода поощрение возможно за счет административной поддержки, частичного субсидирования малых форм гостиничного бизнеса и т. д. С точки зрения туристов, безусловно, выгодно наличие хостелов разных ценовых категорий, как это имеет место в Краснодаре. Следовательно, интересам регионов соответствует положение, когда на городском рынке услуг хостелов не достигнуто некоторого равновесия. Это означает отсутствие необходимости регулировать ценовую политику данных средств размещения (безусловно, при осуществлении жесткого контроля за качеством предоставляемых ими услуг и следованием нормам российского законодательства).

Тот факт, что дешевизна размещения в хостелах Ростова-на-Дону, Волгограда и

<sup>9</sup> URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.06.2016).

<sup>10</sup> URL: <https://www.destatis.de> (дата обращения: 16.06.2016).

Краснодара является лишь относительной в сопоставлении с ценами на соответствующие услуги размещения в европейских городах, вполне соответствует представлениям о дороговизне гостиничных и в целом туристических услуг в России [6] (это одно из возможных объяснений тесной связи развития индустрии туризма и гостеприимства с благополучием населения [4]). По крайней мере это оказывается справедливым при учете стоимости жизни. Данное обстоятельство следует учитывать при планировании как развития туризма в городах в целом, так и конкретно организации крупных мероприятий, таких как чемпионат мира по футболу 2018 г., когда спрос на гостиничные услуги резко возрастет, а приезд большого числа болельщиков из Европы, где хостелы весьма популярны, делает эти средства размещения предельно востребованными. Следовательно, это дополнительное поводом оказывать косвенное воздействие на ценовую политику хостелов (например, за счет усиления их конкуренции или субсидирования, о чем уже говорилось выше) для снижения стоимости размещения в них, в том числе и по отношению к стоимости жизни в России. Сказанное тем более актуально, что, как хорошо показано на примере Волгоградской области [48–50], проведение матчей в рамках чемпионата рассматривается как один из инструментов туристического развития регионов. При этом международный опыт свидетельствует, что подготовка к такого рода крупным мероприятиям сама по себе предоставляет административные и финансовые ресурсы, которые необходимы, в частности, для оптимизации ценовой политики организаций гостиничного сектора [51–55].

### **Заключение**

Проведенное изучение минимальной стоимости размещения в хостелах трех крупных городов юга России позволяет сделать следующие общие выводы. Во-первых, очевидна ориентация на сравнительно низкую стоимость размещения. Во-вторых, ценовая политика в каждом из них имеет свои отличия и разную меру сформированности, что зависит от количества хостелов в городах и, следовательно, интенсивности конкуренции между ними. В-третьих, сравнение с городами Европы с учетом валютных курсов и паритета покупательной способности показывает, что цены на услуги хостелов на юге России лишь немного ниже таковых в Европе, а иногда и сравнимы с последними, что не позволяет говорить об их достаточной дешевизне. Это вполне может выступать препятствием на пути развития отечественной индустрии туризма и гостеприимства, особенно при проведении крупных международных мероприятий с большим числом посетителей. В этой связи рекомендуется поощрение развития хостелов для усиления конкуренции между ними и, следовательно, косвенной оптимизации проводимой ими ценовой политики.

В качестве перспективы для дальнейшего изучения можно назвать проведение подобного рода анализа для всех типов коллективных средств размещения, и прежде всего гостиниц, в том числе входящих в международные сети. Одновременно с этим целесообразен мониторинг предпочтений российских и иностранных туристов на научной основе, результаты которого в конечном итоге позволят сформулировать конкретные ориентиры для формирования ценовой политики организациями гостиничного сектора.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Шерешева М.Ю., Полянская Е.Е. Развитие гостиничного бизнеса в регионах России // *Финансы и кредит*. 2016. № 2. С. 37–45.
2. Ефремова М.В., Чкалова О.В. Состояние региональных рынков гостиничных услуг в России // *Экономический анализ: теория и практика*. 2016. № 3. С. 30–43.
3. Гонтарева Е.Ф., Рубан Д.А. Развитие гостиничного хозяйства в России: пространственная динамика основных параметров // *Вестник УрФУ. Серия экономика и управление*. 2016. № 1. С. 8–29.
4. Рубан Д.А. Связь динамики основных показателей развития гостиничного хозяйства России и изменения благосостояния населения // *Финансы и кредит*. 2016. № 20. С. 50–60.
5. Bronner F., de Hoog R. Crisis Resistance of Tourist Demand: The Importance of Quality of Life // *Journal of Travel Research*. 2016. Vol. 55. P. 190–204.
6. Григоренко Т.Н., Казьмина Л.Н. Приоритеты в области развития внутреннего и въездного туризма России на современном этапе // *Вестник Национальной академии туризма*. 2015. № 4. С. 14–16.
7. Коновалова Е.Е., Косарева Н.В. Развитие молодежного туризма в России // *Сервис в России и за рубежом*. 2016. № 1. С. 196–208.
8. Сафронова А.А., Кахриманова Д.Г. О системе развития молодежного туризма в РФ // *Инновационная экономика и современный менеджмент*. 2015. № 4. С. 18–26.
9. Акимова М.А., Рубан Д.А. Экстремальный туризм: совершенствование классификации // *Географический вестник*. 2016. № 1. С. 95–103.
10. Гонтарева Е.Ф., Рубан Д.А. Инновационные предпосылки развития делового туризма на Юге России // *Вестник Таганрогского института управления и экономики*. 2015. № 1. С. 32–36.
11. Григорьева Е.А., Фоменко Е.В. Дедовой туризм – перспективное направление развития турбизнеса города Краснодара // *Курорты. Сервис. Туризм*. 2014. № 3-4. С. 106–112.
12. Латушко Н.А., Свиридов О.Ю. Ресурсные и институциональные предпосылки формирования регионального финансового центра на Юге России // *Экономические и гуманитарные исследования регионов*. 2013. № 1. С. 87–97.
13. Рошкетаяев С.А. Инновационная модернизация финансовых рынков российских мегаполисов на основе формирования субрегиональных финансовых центров // *Новые технологии*. 2011. № 3. С. 140–155.
14. Рошкетаяев С.А. Региональный финансовый центр как проводник реализации инвестиционной стратегии Краснодарского края до 2025 года // *Научный вестник Южно-го института менеджмента*. 2014. № 1. С. 72–76.
15. Карельская А.В. Теоретические аспекты развития молодежных гостиниц (хостелов) // *Курорты. Сервис. Туризм*. 2015. № 1. С. 31–33.
16. Firth T., Hing N. Backpacker hostels and their guests: Attitudes and behaviours relating to sustainable tourism // *Tourism Management*. 1999. Vol. 20. P. 251–254.

*Ценовая политика хостелов в крупных городах (на примере юга России)*

17. Nash R., Thyne M., Davies S. An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: A case study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels Association // *Tourism Management*. 2006. Vol. 27. P. 525–532.
18. Brochado A., Rita P., Gameiro C. Exploring backpackers' perceptions of the hostel service quality // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2015. Vol. 27. P. 1839–1855.
19. Mikulic J., Kresic D., Milicevic K., Seric M., Curkovic B. Destination Attractiveness Drivers among Urban Hostel Tourists: An Analysis of Frustrators and Delighters // *International Journal of Tourism Research*. 2016. Vol. 18. P. 74–81.
20. De Oliveira Santos G.E. Worldwide hedonic prices of subjective characteristics of hostels // *Tourism Management*. 2016. Vol. 52. P. 451–454.
21. Корелина А.С. Оценка влияния факторов на удовлетворенность клиентов качеством услуг организаций гостиничной индустрии // *Микроэкономика*. 2015. № 6. С. 64–71.
22. Назаркина В.А., Штейнгольц Б.А. Особенности потребительского спроса в гостиничной сфере // *Наука о человеке: гуманитарные исследования*. 2014. № 2. С. 122–126.
23. Старкова Г.П., Мартышенко Н.С. Малый бизнес в сфере гостиничного предпринимательства в Приморском крае // *Российское предпринимательство*. 2012. № 24. С. 243–249.
24. Аниканова А.В. Основные тенденции развития хостел-услуг на международном, российском и калининградском рынках // *Молодой ученый*. 2013. № 5. С. 847–849.
25. Абульян Ю.И., Старостина Л.А. Состояние и перспективы франчайзинга в Краснодарском крае // *Курорты. Сервис. Туризм*. 2014. № 3-4. С. 76–80.
26. Белобородова К.И. Проблемы проектирования учреждений временного пребывания в современных мегаполисах России // *Научное обозрение*. 2016. № 2. С. 48–51.
27. 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. С. 17–23.
28. Печерица Е.В. Хостел-движение: международный опыт и перспективы развития в Российской Федерации (на примере Санкт-Петербурга) // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2013. № 39. С. 54–64.
29. Матросова А.В. Развитие малого гостиничного бизнеса // *Гуманитарные научные исследования*. 2014. № 12-2. С. 82–85.
30. Левченко Т.П., Федоров Р.Г. Хостелы как перспективная форма развития малых средств размещения экономкласса // *Sochi Journal of Economy*. 2013. № 1-1. С. 47–53.
31. Панфилова А.А. Хостел как универсальная форма гостиничных услуг в развитии внутреннего туризма // *Гуманитарные научные исследования*. 2016. № 2. С. 307–308.
32. Косарев А.Е. Паритет покупательной способности валют – уникальный инструмент международных сопоставлений // *Вопросы статистики*. 2014. № 5. С. 63–72.

33. Huang C.-H., Yang C.-Y. European exchange rate regimes and purchasing power parity: An empirical study on eleven eurozone countries // *International Review of Economics and Finance*. 2015. Vol. 35. P. 100–109.
34. Jiang C., Bahmani-Oskooee M., Chang T. Revisiting Purchasing Power Parity in OECD // *Applied Economics*. 2015. Vol. 47. P. 4323–4334.
35. Shim H., Kim H., Kim S., Ryu D. Testing the relative purchasing power parity hypothesis: the case of Korea // *Applied Economics*. 2016. Vol. 48. P. 2383–2395.
36. Triki M.B., Maktouf S. Purchasing power parity as a long-term memory process: Evidence from some emerging countries // *International Journal of Emerging Markets*. 2015. Vol. 10. P. 711–725.
37. Kim H., Fujiwara I., Hansen B.E., Ogaki M. Purchasing Power Parity and the Taylor Rule // *Journal of Applied Econometrics*. 2015. Vol. 30. P. 874–903.
38. Rao D.S.P., Hajargasht G. Stochastic approach to computation of purchasing power parities in the International Comparison Program (ICP) // *Journal of Econometrics*. 2016. Vol. 191. P. 414–425.
39. Карамурзов Р.Б. О концепции покупательной способности валют // *Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова*. 2010. № 3. С. 97–106.
40. Cho D., Doblaz-Madrid A. Trade intensity and purchasing power parity // *Journal of International Economics*. 2014. Vol. 93. P. 194–209.
41. Canarella G., Miller S.M., Pollard S.K. Purchasing Power Parity Between the UK and Germany: The Euro Era // *Open Economies Review*. 2014. Vol. 25. P. 677–699.
42. Bahmani-Oskooee M., Chang T., Cheng S.-C., Wu T.-P. Revisiting purchasing power parity in major oil-exporting countries // *Macroeconomics and Finance in Emerging Market Economies*. 2015. Vol. 8. P. 108–116.
43. Макаренко В.С., Григоренко Т.Н. Потенциальные направления развития въездного и внутреннего туризма Ростовской области // *Вестник Национальной академии туризма*. 2014. № 1. С. 76–78.
44. Косицына Э.С. Развитие туризма и гостиничных комплексов в Волгограде и Волгоградской области // *Вестник Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Строительство и архитектура*. 2009. № 13. С. 152–155.
45. Шмальц Я.А. Основные туристические зоны и центры Волгоградской области // *Современные проблемы и пути их решения в науке, производстве и образовании*. 2015. № 1. С. 79–82.
46. Щекин Г.Ю. Город как предмет туристского интереса (на примере г. Волгограда) // *Социология города*. 2010. № 4. С. 7–11.
47. Нагалеvский Ю.Я., Нагалеvский Э.Ю., Погребницкая И.Э. Рекреационно-познавательный тип туризма пригородной зоны города Краснодара // *Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы*. 2011. № 1. С. 289–293.
48. Бельских И.Е. Чемпионат мира по футболу-2018 и перспективы развития туризма на примере Волгоградской области // *Региональная экономика: теория и практика*. 2013. № 37. С. 55–60.

---

*Ценовая политика хостелов в крупных городах (на примере юга России)*

---

49. Овсянникова Н.О. Некоторые проблемы развития туризма в Волгоградской области в связи с проведением чемпионата мира по футболу // Физическое воспитание и спортивная тренировка. 2012. № 1. С. 181–184.
50. Орлова О.В., Рябова Г.А. Перспективы развития региональных индустрий туризма в контексте проведения Чемпионата мира по футболу 2018 г. (на примере Волгоградской области) // Вестник магистратуры. 2014. № 6-3. С. 115–118.
51. Киреева И.Р. Финансовые аспекты проведения международных спортивных соревнований // Теория и практика физической культуры. 2015. № 4. С. 52–55.
52. Andersson T.D., Armbrecht J., Lundberg E. Triple impact assessments of the 2013 European athletics indoor championship in Gothenburg // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2016. Vol. 16. P. 158–179.
53. Sebova M., Dzurka P. Measurement of economic and financial impacts of ice hockey world championship on Kosice city // E a M: Ekonomie a Management. 2013. Vol. 16. P. 41–53.
54. Solberg H.A., Preuss H. Major sport events and long-term tourism impacts // Journal of Sport Management. 2007. Vol. 21. P. 213–234.
55. Toledo R.M., Grix J., Bega M.T.S. Megaeventos esportivos e seus legados: Uma analise dos efeitos institucionais da eleicao do Brasil como pais-sed // Revista de Sociologia e Politica. 2015. Vol. 23. P. 21–44.

**Latushko N.A.***Southern Federal University,  
Rostov-on-Don, Russia***Gnezdilova V.V.***Southern Federal University,  
Rostov-on-Don, Russia***Ruban D.A.***Southern Federal University,  
Rostov-on-Don, Russia*

## **PRICE POLICY OF HOSTELS IN BIG CITIES (BY EXAMPLE OF THE RUSSIAN SOUTH)**

**Abstract.** The development of tourism and the hospitality industry is a state priority for Russia. Its successful accomplishment can be facilitated, particularly, by increasing the number of collective accommodation facilities of different types, including hostels. In this work, we analyze the pricing policy of the latter in three big cities of the Russian South, namely Rostov-on-Don, Volgograd, and Krasnodar. All of them are characterized by focusing on relatively low-cost accommodation. It is established that both the average (mean) and median values of the minimal cost of hostel accommodation are the lowest in Krasnodar and the highest in Volgograd. This can be explained by the bigger number of such hospitality organizations in the former city, where, consequently, stronger competition encourages as policy aimed at lower prices. The pricing policy of hostels can be considered as the best formed in Rostov-on-Don. Hostel accommodation costs in the big cities of the Russian South can be compared with that in similar towns by population, administrative role, and economic specialization in Europe, from which Hamburg, Germany, Lyon, France, and Birmingham (UK) are chosen. The comparison of the prices based on average annual currency exchange rates demonstrates significant «cheapness» of hostel accommodation in the Russian South. However, taking into account the purchasing power parity of currencies relatively to the US dollar, for which we use the World Bank index and the Big Mac Index, it is possible to find that the difference of prices is not so significant. Moreover, the hostel accommodation cost in the big cities of the Russian South and Europe is comparable sometimes. Therefore, the above-mentioned «cheapness» is partly relative. In regard to the said above, it becomes evident that the pricing policy of hostels in the big cities of the Russian South has to be improved. This is especially true before the FIFA World Cup due in 2018 as some matches that will take place in Rostov-on-Don and Volgograd will require accommodation of numerous people, many of which will favour hostels. We propose that necessary administrative support should be provided and, possibly, some subsidies for increasing the number of hostels in the noted cities, the result of which will be a decrease in prices because of an increase in competition among hostels.

**Key words:** business activity; purchasing power parity; tourism; hostel; Russian South.

**References**

1. Sheresheva, M.Iu., Polianskaia, E.E. (2016). Razvitie gostinichnogo biznesa v regionakh Rossii (Developing the hotel business in Russian regions). *Finansy i kredit (Finance and credit)*, No 2, 37–45
2. Efremova, M.V., Chkalova, O.V. (2016). Sostoianie regional'nykh rynkov gostinichnykh uslug v Rossii (The status of hotel services markets in Russian regions). *Ekonomicheskii analiz: teoriia i praktika (Economic analysis: Theory and practice)*, No 3, 30–43.
3. Gontareva, E.F., Ruban, D.A. (2016). Razvitie gostinichnogo khoziaistva v Rossii: prostranstvennaia dinamika osnovnykh parametrov (Development of hotel industry in Russia: Spacial dynamics of principal parameters). *Vestnik UrFU. Seriya ekonomika i upravlenie (Bulletin of URFU. Series Economics and Management)*, No 1, 8–29.
4. Ruban, D.A. (2016). Sviaz' dinamiki osnovnykh pokazatelei razvitiia gostinichnogo khoziaistva Rossii i izmeneniia blagosostoianiia naseleniia (Relationship of changes in the key indicators of Russian hotel industry development and the changing human well-being). *Finansy i kredit (Finance and credit)*, No 20, 50–60.
5. Bronner, F., de Hoog, R. (2016). Crisis Resistance of Tourist Demand: The Importance of Quality of Life. *Journal of Travel Research*, Vol. 55, 190–204.
6. Grigorenko, T.N., Kaz'mina L.N. (2015). Prioritety v oblasti razvitiia vnutrennego i v'ezdnoogo turizma Rossii na sovremennom etape (Priorities in domestic inbound tourism development in Russia at the present stage). *Vestnik Natsional'noi akademii turizma (Vestnik of National Tourism Academy)*, No 4, 14–16.
7. Konovalova, E.E., Kosareva, N.V. (2016). Razvitie molodezhnogo turizma v Rossii (Development of Youth Tourism in Russia). *Servis v Rossii i za rubezhom (Services in Russia and abroad)*, No 1, 196–208.
8. Safronova A.A., Kakhrianova D.G. (2015). O sisteme razvitiia molodezhnogo turizma v RF [The system of youth tourism development in Russia]. *Innovatsionnaia ekonomika i sovremennyi menedzhment [Innovation economics and contemporary management]*, No 4, 18–26.
9. Akimova, M.A., Ruban, D.A. (2016). Ekstremal'nyi turizm: sovershenstvovanie klassifikatsii (Extreme tourism: An improvement of classification). *Geograficheskii Vestnik*, No 1, 95–103.
10. Gontareva, E.F., Ruban, D.A. (2015). Innovatsionnye predposylki razvitiia delovogo turizma na iuge Rossii [Innovation preconditions for development of business tourism in the south of Russia]. *Vestnik Taganrogskego instituta upravleniia i ekonomiki [Bulletin of the Taganrog Institute of Management and Economics]*, No 1, 32–36.
11. Grigor'eva E.A., Fomenko, E.V. (2014). Dedovoi turizm – perspektivnoe napravlenie razvitiia turbiznesa goroda Krasnodara [Business tourism - a promising area of tourist business development in Krasnodar]. *Kurorty. Servis. Turizm [Resorts. Service Tourism]*, No 3-4, 106–112.
12. Latushko, N.A., Sviridov, O.Iu. (2013). Resursnye i institutsional'nye predposylki formirovaniia regional'nogo finansovogo tsentra na

- iuге Rossii [Resource and institutional preconditions of formation of regional financial center in the south of Russia]. *Ekonomicheskie i gumanitarnye issledovaniia regionov [Economic and humanities research of the regions]*, No 1, 87–97.
13. Roshchektaev, S.A. (2011). Innovatsionnaia modernizatsiia finansovykh rynkov rossiiskikh megapolisov na osnove formirovaniia subregional'nykh finansovykh tsentrov (Innovative modernization of the financial markets of the Russian megacities on the basis of formation of the subregional financial centers). *Novye tekhnologii [New Technology]*, No 3, 140–155.
  14. Roshchektaev, S.A. (2014). Regional'nyi finansovyi tsentr kak provodnik realizatsii investitsionnoi strategii Krasnodarskogo kraia do 2025 goda (Regional financial centre as a conductor of investment strategy implementation of Krasnodar Krai till 2015). *Nauchnyi vestnik Iuzhnogo instituta menedzhmenta (Scientific Bulletin of Uzhny Institute of Management)*, No 1, 72–76.
  15. Karel'skaia, A.V. (2015). Teoreticheskie aspekty razvitiia molodezhnykh gostinits (khostelov) [Theoretical aspects of the development of youth hotels (hostels)]. *Kurorty. Servis. Turizm [Resorts. Service. Tourism]*, No 1, 31–33.
  16. Firth, T., Hing, N. (1999). Backpacker hostels and their guests: Attitudes and behaviours relating to sustainable tourism. *Tourism Management*, Vol. 20, 251–254.
  17. Nash, R., Thyne, M., Davies, S. (2006). An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: A case study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels Association. *Tourism Management*, Vol. 27, 525–532.
  18. Brochado, A., Rita, P., Gameiro, C. (2015). Exploring backpackers' perceptions of the hostel service quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27, 1839–1855.
  19. Mikulic, J., Kresic, D., Milicevic, K., Seric, M., Curkovic, B. (2016). Destination Attractiveness Drivers among Urban Hostel Tourists: An Analysis of Frustrators and Delighters. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 18, 74–81.
  20. De Oliveira Santos, G.E. (2016). Worldwide hedonic prices of subjective characteristics of hostels. *Tourism Management*, Vol. 52, 451–454.
  21. Korelina, A.S. (2015). Otsenka vliianiia faktorov na udovletvorennost' klientov kachestvom uslug organizatsii gostinichnoi industrii (Assessing the impact of factors on clients satisfaction by the quality of services of the hotel industry organizations). *Mikroekonomika (Microeconomics)*, No 6, 64–71.
  22. Nazarkina, V.A., Shteingol'ts, B.A. (2014). Osobennosti potrebitel'skogo sprosa v gostinichnoi sfere [Peculiarities of consumer demand in hotel business]. *Nauka o cheloveke: gumanitarnye issledovaniia (Science of the Person: Humanitarian Research)*, No 2, 122–126.
  23. Starkova, G.P., Martysenko, N.S. (2012). Maliy biznes v sfere gostinichnogo predprinimatel'stva v Primorskoy kraie (Small businesses in the hospitality business in Primorye). *Rossiiskoe predprinimatel'stvo [Russian Entrepreneurship]*, No 24, 243–249.

*Ценовая политика хостелов в крупных городах (на примере юга России)*

24. Anikanova, A.V. (2013). Osnovnye tendentsii razvitiia khostel-uslug na mezhdunarodnom, rossiiskom i kaliningradskom rynkakh [Key trends in the development of hostels in the international, Russian and Kalinigrad Region markets]. *Molodoi uchenyi [Young Scientist]*, No 5, 847–849.
25. Abul'ian, Iu.I., (2014) Starostina L.A. Sostoianie i perspektivy franchaizinga v Krasnodarskom krae [The status and prospects of franchising in Krasnodar Territory]. *Kurorty. Servis. Turizm [Resorts. Service Tourism]*, No 3-4, 76–80.
26. Beloborodova, K.I. (2016). Problemy proektirovaniia uchrezhdenii vremennogo prebyvaniia v sovremennykh megapolisakh Rossii (Design problems of temporary stay residence in modern megalopolises of Russia). *Nauchnoe obozrenie (Science Review)*, No 2, 48–51.
27. Dukhovnaia, L.L. (2014). Rol' i znachenie khostelov v protsesse povysheniia privlekatel'nosti turistskoi destinatsii na primere g. Moskvy (Hostels: Their role in and contribution to improving a tourist destination's image (Case study: Moscow). *Servis v Rossii i za rubezhom (Services in Russia and abroad)*, No 2, 17–23.
28. Pecheritsa, E.V. (2013). Khostel-dvizhenie: mezhdunarodnyi opyt i perspektivy razvitiia v Rossiiskoi Federatsii (na primere Sankt-Peterburga) (Hostel-movement: international experience and prospects of development of the Russian Federation (on example of St. Petersburg)). *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost' (National Interests: Priorities and Security)*, No 39, 54–64.
29. Matrosova, A.V. (2014). Razvitie malogo gostinichnogo biznesa (Development of small hotel business). *Gumanitarnye nauchnye issledovaniia (Humanities scientific research)*, No 12-2, 82–85.
30. Levchenko, T.P., Fedorov, R.G. (2013). Khostely kak perspektivnaia forma razvitiia malykh sredstv razmeshcheniia ekonom-klassa (Hostels as a Prospective Form of Economy-class Small-sized Accommodation Facilities Development). *Sochi Journal of Economy*, No 1-1, 47–53.
31. Panfilova, A.A. (2016). Khostel kak universal'naiia forma gostinichnykh uslug v razvitii vnutrennego turizma (Hostel as a universal form of hotel services in the development of domestic tourism). *Gumanitarnye nauchnye issledovaniia (Humanities scientific research)*, No 2, 307–308.
32. Kosarev, A.E. (2014). Paritet pokupatel'noi sposobnosti valiut – unikal'nyi instrument mezhdunarodnykh sopostavlenii (Purchasing power parity - a unique tool for international comparisons). *Voprosy statistiki*, No 5, 63–72.
33. Huang, C.-H., Yang, C.-Y. (2015). European exchange rate regimes and purchasing power parity: An empirical study on eleven eurozone countries. *International Review of Economics and Finance*, Vol. 35, 100–109.
34. Jiang, C., Bahmani-Oskooee, M., Chang, T. (2015). Revisiting Purchasing Power Parity in OECD. *Applied Economics*, Vol. 47, 4323–4334.
35. Shim, H., Kim, H., Kim, S., Ryu, D. (2016). Testing the relative purchasing power parity hypothesis: the case of Korea. *Applied Economics*, Vol. 48, 2383–2395.
36. Triki, M.B., Maktouf, S. (2015). Purchasing power parity as a long-term memory process: Evidence from some

- emerging countries. *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 10, 711–725.
37. Kim, H., Fujiwara, I., Hansen, B.E., Ogaki, M. (2015). Purchasing Power Parity and the Taylor Rule. *Journal of Applied Econometrics*, Vol. 30, 874–903.
  38. Rao, D.S.P., Hajargasht, G. (2016). Stochastic approach to computation of purchasing power parities in the International Comparison Program (ICP). *Journal of Econometrics*, Vol. 191, 414–425.
  39. Karamurзов, R.B. (2010). O kontseptsii pokupatel'noi sposobnosti valiut [The concept of the purchasing power of currencies]. *Vestnik Severo-Osetinskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Kosta Levanovicha Khetagurova [Bulletin of North-Ossetian State University]*, No 3, 97–106.
  40. Cho, D., Doblas-Madrid, A. (2014). Trade intensity and purchasing power parity. *Journal of International Economics*, Vol. 93, 194–209.
  41. Canarella, G., Miller, S.M., Pollard, S.K. (2014). Purchasing Power Parity Between the UK and Germany: The Euro Era. *Open Economies Review*, Vol. 25, 677–699.
  42. Bahmani-Oskooee, M., Chang, T., Cheng, S.-C., Wu, T.-P. (2015). Revisiting purchasing power parity in major oil-exporting countries. *Macroeconomics and Finance in Emerging Market Economies*, Vol. 8, 108–116.
  43. Makarenko, V.S., Grigorenko, T.N. (2014). Potentsial'nye napravleniia razvitiia v'ezdnoogo i vnutrennego turizma Rostovskoi oblasti (Potential directions of the inbound and domestic tourism development in Rostov Region). *Vestnik Natsional'noi akademii turizma (Vestnik of National Tourism Academy)*, No 1, 76–78.
  44. Kositsyna, E.S. (2009). Razvitie turizma i gostinichnykh kompleksov v Volgograde i Volgogradskoi oblasti [Development of tourism and hotels in Volgograd and Volgograd Region]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo arkhitekturno-stroitel'nogo universiteta. Seriya: Stroitel'stvo i arkhitektura (Bulletin of Volgograd State University of Architecture and Civil Engineering. Series: Construction and Architecture)*, No 13, 152–155.
  45. Shmal'ts, Ia.A. (2015). Osnovnye turisticheskie zony i tsenry Volgogradskoi oblasti [Main tourism areas and centers in Volgograd Region]. *Sovremennye problemy i puti ikh resheniia v nauke, proizvodstve i obrazovanii [Contemporary problems and solutions in science, production and education]*, No 1, 79–82.
  46. Shchekin, G.Iu. (2010). Gorod kak predmet turistskogo interesa (na primere g. Volgograda) [A city as an object of interest to tourists (the case of Volgograd)] // *Sotsiologiya goroda [Urban sociology]*, No 4, 7–11
  47. Nagalevskii, Iu.Ia., Nagalevskii, E. Iu., Pogrebitskaia, I.E. (2011). Rekreatsionno-poznavatel'nyi tip turizma prigorodnoi zony goroda Krasnodara [Leisure and educational tourism in the suburbs of Krasnodar]. *Kurortno-rekreatsionnyi kompleks v sisteme regional'nogo razvitiia: innovatsionnye podkhody [Resorts and leisure facilities in the system of regional development: innovative approaches]*, No 1, 289–293.
  48. Bel'skikh, I.E. (2013). Chempionat mira po futbolu-2018 i perspektivy razvitiia turizma na primere Volgogradskoi

- oblasti (FIFA World Cup 2018 and prospects of tourism development on example of the Volgograd region). *Regional'naiia ekonomika: teoriia i praktika (Regional economics: Theory and practice)*, No 37, 55–60.
49. Ovsianikova, N.O. (2012). Nekotorye problemy razvitiia turizma v Volgogradskoi oblasti v sviazi s provedeniem chempionata mira po futbolu (Some of the problems of tourism development in the Volgograd Region in conjunction with the World Cup). *Fizicheskoe vospitanie i sportivnaia trenirovka (Physical Education and sports training)*, No 1, 181–184.
50. Orlova, O.V., Riabova, G.A. (2014). Perspektivy razvitiia regional'nykh industrii turizma v kontekste provedeniia Chempionata mira po futbolu 2018 g. (na primere Volgogradskoi oblasti) [Prospects of the development of regional tourism industries in the context of the 2018 FIFA World Cup (the case of Volgograd Region)]. *Vestnik magistratury [Master's degree journal]*, No 6-3, 115–118.
51. Kireeva, I.R. (2015). Finansovye aspekty provedeniia mezhdunarodnykh sportivnykh sorevnovani (Financial aspects of staging international sports events). *Teoriia i praktika fizicheskoi kul'tury (Theory and practice of physical culture)*, No 4, 52–55.
52. Andersson, T.D., Armbrecht, J., Lundberg, E. (2016). Triple impact assessments of the 2013 European athletics indoor championship in Gothenburg. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 16, 158–179.
53. Sebova M., Dzupka P. (2013). Measurement of economic and financial impacts of ice hockey world championship on Kosice city. *E a M: Ekonomie a Management*, Vol. 16, 41–53.
54. Solberg, H.A., Preuss, H. (2007). Major sport events and long-term tourism impacts. *Journal of Sport Management*, Vol. 21, 213–234.
55. Toledo, R.M., Grix, J., Bega, M.T.S. (2015). Megaeventos esportivos e seus legados: Uma analise dos efeitos institucionais da eleicao do Brasil como pais-sed. *Revista de Sociologia e Politica*, Vol. 23, 21–44.

### Information about the authors

**Latushko Natalia Aleksandrovna** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Deputy Director for Educational Work of Graduate School of Business, Associate Professor of Institute of Sociology and Regional Studies, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia (344019, Rostov-on-Don, 23-ja Linija Street, 43); e-mail: ruban-d@mail.ru.

**Gnezdilova Victoria Vadimovna** – BS Student, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia (344019, Rostov-on-Don, 23-ja Linija Street, 43); e-mail: ruban-d@mail.ru.

**Ruban Dmitry Aleksandrovitch** – Philosophiae Doctor, Candidate of Geological-Mineralogical Sciences, Associate Professor, Department of Tourism, Higher School of Business, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia (344019, Rostov-on-Don, 23-ja Linija Street, 43); e-mail: ruban-d@mail.ru.