

## Социально-экономические исследования

УДК 379.851;338.482.2 +470.41,470.51

*В.А. Рубцов, Н.М. Биктимиров, Э.И. Байбаков, В.П. Сидоров*

### ХОСТЕЛЫ ГОРОДА КАЗАНИ: ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ

Рассматривается современное состояние и динамика рынка гостиничных услуг г. Казани в целом и хостелов – в частности, а также дается оценка его функционирования. Проанализированы цели и задачи республиканской целевой программы «Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан на 2014-2020 годы» по созданию на территории Республики гостиничных, туристско-рекреационных и автомобильных туристских кластеров, а также роль гостиничной индустрии в решении поставленных задач. Особое внимание в работе уделено вопросам развития и функционирования рынка хостелов. Дается оценка рынка хостелов г. Казани и занимаемого ими места среди других средств размещения туристов. Показана роль и значение хостелов в развитии индустрии гостеприимства и туризма города. Отмечается не только количественный рост числа гостиниц, но и качественный сдвиг в сторону увеличения в их составе гостиниц эконом-класса и хостелов. Проанализированы проблемы, с которыми приходится сталкиваться рынку хостелов в условиях крупного города с быстро развивающимся гостиничным бизнесом. Отмечается важность и значимость разработки проекта регионального стандарта хостелов.

*Ключевые слова:* туризм, гостеприимство, хостел, отель эконом-класса, гостиница, средство размещения, Российская национальная хостел – ассоциация (RYNA), региональный стандарт, Ассоциация хостелов Республики Татарстан.

В последние годы в России, как и во всем мире, предпочтение отдается малым формам гостиничного бизнеса эконом-класса, в том числе хостелам. Еще вчера слово «хостел» вызывало массу вопросов и непониманий у россиян. В настоящее время практически во всех крупных городах есть хостелы, а решение проблем расселения гостей и участников крупных знаковых мероприятий (например, таких, как чемпионаты мира и универсиады, фестивали всероссийского и международного уровня), уже невозможно без их открытия [1]. На данный момент в СМИ существует множество статей о хостелах, их специфике и преимуществах; об эффективности вложения финансовых средств в данные виды мест размещения, бизнес-планов с подробным описанием всех необходимых затрат. Являясь привлекательным продуктом массового туризма, хостелы как способ формирования рыночной устойчивости предприятий гостиничного бизнеса в современных условиях представляют интерес – как для ученых, так и для практиков.

Исторически хостелы возникли как некий симбиоз европейских апартаментов, русских постоянных домов и американских мотелей, которые предлагали непривередливым путешественникам недорогое место для ночевки. Хостел (пер. с англ. *hostel* – общежитие) – европейская система размещения, предоставляющая своим постояльцам на короткий или длительный срок жилье, включающее спальное место без дополнительных удобств в комнате. Хостел – тип европейской гостиницы с многоместным размещением и минимальным набором услуг по доступной цене.

Современные хостелы претерпели значительные изменения. Еще двадцать лет назад они являлись всего лишь непритязательным местом для ночлега. В наши дни хостелы предлагают своим гостям довольно широкий спектр основных и дополнительных услуг, таких как: телефоны с междугородней и международной связью, кондиционирование воздуха в номерах, спутниковое телевидение и компьютеры, подключенные к сети Интернет, бесплатные продукты, экскурсии и многое другое. Тем не менее цена ночлега в хостелах до сих пор вполне доступна для студенческой молодежи [2].

Современный хостел – это небольшая гостиница, в которой за скромную плату размещают всех туристов независимо от пола, расы, вероисповедания и политических убеждений, что дает возможность молодежи и представителям малообеспеченных слоев общества путешествовать по всему миру. Финансовый кризис дал мощный толчок к открытию недорогих гостиниц эконом-класса, хостелов и у нас в России. Этот вид размещения, достаточно популярный в Европе, сразу нашел своих потребителей.

Отличительные черты таких гостиниц – простая обстановка и минимальный набор предоставляемых услуг. Обычно это холл, ресепшн, небольшой бар и некоторое количество кроватей, иногда в

два яруса. В хостелах иногда есть телевизор и Интернет. В нашей стране этот вид сервиса востребован больше у молодежи и иностранцев, приезжающих в Россию, в основном в крупные города, Москву и Санкт-Петербург.

На сегодняшний день Международная молодежная федерация хостелов (HI – Hostelling International), действующая под протекцией ЮНЕСКО, объединяет более 4500 хостелов, которые имеются почти в 60 странах мира. Практически в каждой стране существует своя ассоциация хостелов, которая в свою очередь входит в международную федерацию.

В России первый хостел появился в 1992 г. в Санкт-Петербурге и был назван Saint Petersburg International Hostel. Национальная хостел-ассоциация (Russian Youth Hostel Association – RYHA) была основана на год позже в 1993 г. и является членом Международной Федерации Молодежных Хостелов. Хостельный рынок, существующий на данный момент в России, чрезвычайно привлекателен для инвесторов и представителей малого бизнеса. Его становление идёт очень высокими темпами. В России насчитывается более 2,5 тыс. хостелов. Большинство из них расположены в крупнейших городах страны – в Москве и Санкт-Петербурге. Только в Москве насчитывается более 354 хостелов. Однако – в регионах – рынку малых средств размещения в целом до насыщения еще очень далеко [3]. С уверенностью можно сказать, что на сегодняшний день в России идёт активное развитие так называемого хостельного движения. Причем хостелы имеют перспективу развития как больших, так и в малых городах – с интересной историей и наличием туристических объектов притяжения. Количество хостелов в азиатской и европейской частях России примерно одинаково [2].

До недавнего времени хостелы в России не выделялись в отдельную категорию средств размещения. Национальный стандарт ГОСТ Р 56184-2014 [4] был принят только в январе 2015 г. Кроме его текста нигде нет единого определения понятию «хостел», а также чётких требований по соответствию качества услуг требованиям законодательства. Это создаёт определенные трудности в деятельности хостелов.

Состояние гостиничной индустрии России является объектом исследования многих ученых в области туризма, экономики, маркетинга и социологии [5-13]. Но, поскольку хостелы – относительно новое явление в индустрии гостеприимства в России, интерес ученых к данному сектору по-прежнему велик.

### Материалы и методы исследований

Развитие туристической сферы стало одним из приоритетных направлений роста экономики Республики Татарстан. Предполагается, что долгосрочная целевая программа «Развитие сферы туризма в Республике Татарстан до 2020 г.» будет способствовать развитию собственного республиканского туристского продукта с учетом повышения качества туристических услуг по международным стандартам, в том числе и в гостиничной сфере [14]. Цель данной статьи – исследовать современное состояние хостельного движения в Республике Татарстан и оценить степень его влияния на повышение туристской привлекательности региона.

Татарстан считается одним из наиболее развитых регионов ПФО в гостиничной сфере и является лидером по ряду основных показателей: средства размещения пользуются высоким спросом у клиентов. По числу отелей Республика Татарстан также опережает соседей. За три года их общее количество выросло на четверть: теперь в Республике Татарстан их 263. Для сравнения – в соседней Удмуртской Республике их почти в 5 раз меньше [15]. Однако, следует иметь в виду, что около 80 % номерного фонда гостиниц приходится на Казань. При этом стоит отметить, что отсутствие обязательной классификации средств размещения не позволяет корректно и качественно охарактеризовать весь номерной фонд города. Так из 263 средств размещения 81 объект позиционирует себя как хостел [16].

Казань отличается высокой привлекательностью для туристов. В 2018 г. столицу Татарстана посетили 3 млн 200 тыс. человек. По сравнению с 2017 г. число туристов выросло на 14 %, а по прогнозным оценкам к 2030 г. Казань должна преодолеть планку в 5 млн туристов. Город по количеству туристов обошел такие традиционно «туристские» города, как Суздаль, Ярославль, Екатеринбург, Сергиев Посад. Это свидетельствует о стабильности туристского потока. Видовыми точками туристского роста можно назвать деловой, медицинский и культурный туризм [17].

Гостиничный комплекс Республики Татарстан (без г. Казани) представлен 263 коллективными средствами размещения, из которых 169 подлежат обязательной сертификации. Гостиничный комплекс Казани представлен 152 гостиницами, включая 34 хостела. На долю Казани приходится 93,5 %

всех гостиничных мест Республики. Хостелы занимают важное место в общей структуре гостиничного бизнеса Казани. На их долю приходится чуть больше 22 % от всех гостиничных заведений, которые есть в городе [18]. Но уже в настоящее время количество построенных отелей не позволяет представителям гостиничного бизнеса загружаться так, как хотели бы сами менеджеры гостиниц или инвесторы. Так, с учетом особенностей рынка хорошим показателем загрузки считается уровень в 50–55 %. При этом на протяжении 2017 и 2018 гг. многие отели отмечали снижение загрузки на 5–10 % по сравнению с предыдущими годами [19].

В настоящее время по России среднегодовая загрузка хостелов составляет около 80 %. Столица Татарстана в этом плане не отличается от других крупных городов. В Казани ежедневно в хостелах занято примерно 420 мест. В целом это неплохой показатель. Таким образом, хостелы в Казани находятся в относительно неплохом положении по сравнению с другими местами размещения, поскольку большинство городских гостиниц имеют относительно низкий уровень загруженности (около 50 %).

Для определения степени привлекательности хостелов Казани для потенциальных туристов города был проведен опрос их клиентов – с помощью специально составленной анкеты.

По данным анкетирования была определена структура потребителей, воспользовавшихся гостиничными услугами хостелов. В структуре постояльцев мужчины составляют 59 %, а женщины – 41 %. 35 % клиентов хостела – молодежь в возрасте 21–25 лет; примерно одинаковую долю – по 25 % – имеют возрастные группы 18–20 лет и 25–30 лет, а вот представителей старшей возрастной группы – 30 лет и старше – всего 5 %.

Итоги анкетирования также показали социальный статус клиентов хостелов Казани. Наиболее существенной частью клиентов является студенческая аудитория (62 %), что может быть объяснено их большой мобильностью (участие в конференциях, активная жизненная позиция, финансовая поддержка родителей). Другие социальные группы представлены менее значимо.

Таким образом, можно создать «портрет» аудитории хостелов Казани. Это молодежь с невысоким и средним заработком; с большим желанием путешествовать и получать новые впечатления; преимущественно мужчины и женщины в возрасте 21–25 лет, обучающиеся в университетах. Как правило, основные покупатели услуг – это гости, приехавшие из близлежащих городов и регионов. В то же время среднестатистический турист, приезжающий в Казань – это женщина в возрасте от 24 до 34 лет, замужняя, специалист среднего звена с высшим образованием и доходом более 45 тыс.

Основная черта целевого клиента хостела – планирование поездки без участия посреднических компаний-туроператоров и турагентств. Более того, студенты и backpackers (пешие туристы) часто не имеют изначально четкого маршрута путешествия или могут изменять его так сказать по ходу. Это определяет организацию маркетинга, ориентируя его на прямые продажи.

Как показали результаты исследования, одним из важнейших показателей при выборе хостела, да и любого другого гостиничного учреждения для проживания, является его удаленность от центра. Среднее расстояние от центра города до хостела в Казани составляет около 2500 метров. Но большинство хостелов расположено не далее чем в 2000 метров от центра Казани. Такое распределение обусловлено развитой системой общественного транспорта, пешеходной доступностью к основным достопримечательностям города, близким расположением к станциям метрополитена.

На выбор покупателя влияет и стоимость проживания, а также предоставляемые услуги.

Ценовая политика хостелов в Казани – лояльная и не сильно различается, ориентируясь примерно на один ценовой сегмент. Средняя цена за ночь на 1 человека в хостелах столицы Республики составляет чуть более 410 руб. Стоит отметить, что, несмотря на некоторое ранжирование по цене, которое имеется среди хостелов в Казани по большому счёту все они находятся в одном ценовом диапазоне – от 300 до 500 руб. Это делает хостелы наиболее привлекательными в вопросе цены для конечных потребителей, поскольку средняя стоимость «хостельной ночи» в 5–6 раз ниже, чем у других агентов гостиничного бизнеса в Казани. Уровень удовлетворенности ценами хостелов достаточно высок (цены полностью устраивают примерно 45 % клиентов).

Анализ цен показывает, что минимальная стоимость койко-места в хостеле в сутки составляет от 250 до 300 руб. – при размещении в 4–8-местном номере. Но наряду с эконом-вариантами размещения, хостелы предлагают и более комфортное размещение (2-местные номера, семейные номера и др.). Территориально основная масса хостелов расположена в центральной исторической части города в пешей доступности от наиболее известных исторических объектов.

В то же время следует отметить, что перечень дополнительных услуг хостелов Казани является скудным. На это указывает тот факт, что более половины клиентов (52 %) не удовлетворены комплексом предоставляемых услуг. Тем не менее недалеко от большинства хостелов имеются места развлечений, расположены основные исторические достопримечательности. Что, в свою очередь, привлекает молодых мобильных и активных людей, то есть основных клиентов хостелов.

Анализ результатов анкетирования показал: наиболее значимыми критериями выбора хостела является доступная цена в сочетании с удобным расположением. Все остальные факторы имеют меньшее значение. Однако можно предположить, что при равном соотношении цены и удобства расположения хостелов Казани потенциальные потребители будут обращать внимание на следующие критерии выбора: комфортность проживания, перечень дополнительных услуг, положительные отзывы и рекомендации о хостеле.

Анкетирование показало, что абсолютное большинство клиентов полностью удовлетворены комфортностью проживания в хостеле (83 %).

Потребитель, как правило, узнает о хостеле из Интернет, а также от знакомых, которые уже пользовались услугами данного хостела. То есть основной путь получения информации о хостеле – «сарафанное радио» (слухи) и отзывы в сети Интернет (в блогах, форумах и интернет сообществах). Для выявления уровня лояльности в анкете был предусмотрен вопрос «будете ли Вы рекомендовать наш хостел для посещения своим друзьям и знакомым?». Содержание анкет показало, что желание клиентов рекомендовать хостелы недостаточно велико – 38 %. На это надо обратить самое пристальное внимание и принимать соответствующие управленческие решения.

Бронирование хостелов может быть как самостоятельным, так и через туристические компании. В России принято, что отечественные хостелы в основном действуют совместно с туристическими компаниями. Соответственно, процент бронирования через туристические фирмы намного выше. В России рынок хостелов начал развиваться сравнительно недавно, поэтому пока еще не все хостелы нашей страны успели о себе заявить в международных сайтах. Как следствие – недостаточная информация о российских хостелах, их количестве в том или ином городе, ценах за проживание. Из-за этого хостелы теряют потенциальных зарубежных гостей. Следует отметить, что в этом плане ведется определенная работа по продвижению бренда на крупных туристических ярмарках (Париж, Астана). Казань включена в буклеты туроператоров Парижа, Мадрида и Барселоны.

## Результаты и их обсуждение

Казань – город весьма благоприятный для развития новых форматов гостиничной недвижимости – хостелов. Общие перспективы развития гостиничной недвижимости Казани оцениваются как высокие. В будущем планируется проведение крупных мероприятий, которые связаны с большим притоком туристов. В связи с этим инвесторы готовы вкладывать свой капитал в гостиничные проекты, и в том числе в развитие хостелов и мини-гостиницы. Мировые и российские сети также все чаще выбирают Казань.

17 октября 2012 г. была создана Ассоциация хостелов Республики Татарстан. Инициатива создания официального объединения хостелов принадлежит экспертам государственной «Системы классификации гостиниц и иных средств размещения» аккредитованной организации Туристско-информационного центра г. Казани [20]. В последние годы развитие туристской отрасли в Республике Татарстан послужило мощным толчком расширения рынка гостиничных услуг для увеличения числа хостелов в Казани. Целью объединения стало создание профессиональной площадки для поддержки и защиты интересов хостелов, совместного продвижения услуг на внешний и внутренний рынки, а также создания регионального стандарта требований, предъявляемых к хостелам с целью повышения качества обслуживания и комфортного проживания в них гостей.

Создание ассоциаций хостелов направлено на повышение конкурентоспособности не только данного сегмента рынка, но и отдельных организаций определенного сегмента.

Был разработан проект регионального стандарта по хостелам города Казани и Республики Татарстан, а также концепция Ассоциации. Концепция нового объединения предполагает разработку общей стратегии маркетинга и продвижения при сохранении индивидуальности каждого хостела, действие развитию внутреннего и въездного туризма за счет укрепления доверия к хостелам, обеспечение потребителей достоверной информацией об уровне и ассортименте услуг на рынке средств

размещения, участие хостелов во всероссийских и международных выставках и т. п. [4]. Каждый хостел должен удовлетворять базовым стандартам, которые выполнялись бы во всех странах.

При этом следует отметить, что отсутствие обязательной классификации средств размещения не позволяет корректно и качественно охарактеризовать весь номерной фонд города. В то время как проведенный анализ показал, что среди хостелов довольно много таких, которые предоставляют более качественные и разнообразные услуги по сравнению с некоторыми гостиницами и отелями.

## Выводы

Казань отличается высоким потенциалом для роста хостельной сети.

Существующий уровень развития хостельной сети столицы Татарстана заметно выше, чем в соседних регионах (например, в Ульяновской области и в Удмуртской Республике).

Существует острая необходимость в создании системы обязательной классификации средств размещения.

Основная отличительная черта хостелов – невысокая стоимость. Именно казанские хостелы первыми среди городов России стали предлагать тарифы по размещению на месяц. Этого не наблюдается ни в одном российском городе. Российская специфика хостелов такова, что они в большинстве случаев вступают в конкуренцию с нижним сегментом классических отелей, что нетипично для западной модели, где фактором выбора хостела является не столько цена, сколько другие факторы – мобильность, свобода общения, атмосфера толерантности и дружелюбия. Поэтому российские хостелы, как правило, дороже своих европейских и американских аналогов.

Еще одна особенность рынка хостелов Татарстана определяется тем, что в то время, как в других российских туристских центрах более 70 % гостей останавливаются на один-три дня, в Казани наблюдается увеличение срока пребывания гостей. Это свидетельствует о зрелости рынка: туристы едут в Казань – и отельеры к этому готовы.

Хостелы гораздо больше подвержены сезонности, чем крупные гостиницы, поэтому постоянные поиски новых путей привлечения клиентов является основным направлением работы. Очевидно, что наибольший процент загрузки хостелов наблюдается в летний период. Это обуславливается государственными праздниками, а также школьными каникулами и периодами отпусков. В холодный период года наибольшая загрузка обеспечивается в период осенних и весенних школьных каникул, а также новогодних праздников.

Для предпринимателей хостел является выгодным и достаточно быстро окупаемым видом бизнеса. Анализ показывает, что открытие хостела выгоднее открытия даже мини-отеля из-за меньших затрат на аренду, ремонт и оборудования, меньшего срока окупаемости и минимальных затрат на рекламу.

В заключении отметим, что обладающая значительным туристско-рекреационным потенциалом Республика Татарстан реализует комплексный программный подход к развитию сферы туризма. С этой целью в Республике разработаны Государственная программа «Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан на 2014–2020 гг.» и «Мастер-План развития туризма в Республике Татарстан». При достаточном уровне финансирования комплексный программный подход к развитию сферы туризма может в краткосрочном периоде к 2020 г. сделать индустрию гостеприимства одной из главных доходных статей бюджета Республики, в том числе и за счет развития событийного туризма.

Публикация подготовлена при финансовой поддержке РФФИ и Правительства Республики Татарстан. Проект № 18-410-160015 «Сегментирование туристского рынка Республики Татарстан по психографическим критериям для совершенствования управления региональным туризмом».

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 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: 17.02.2019).
2. Хостелы – новый вариант размещения туристов. URL: <http://www.org-ukti.ru/lenta-sobytij/183-khostely-novyj-variant-razmeshcheniya-turistov.html> (дата обращения: 06.04.2018).
3. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. М.: Вершина, 2014. 170 с.

4. ГОСТ Р 56184-2014 Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам // Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам. Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 23 октября 2014 г. № 1393-ст. М.: Стандартинформ, 2014. 19 с.
5. Ваген Л.В. Гостиничный бизнес: учеб. пособие. М.: Феникс, 2014. 412 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг, гостеприимство, туризм: учебник. 4-е изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 1045 с.
7. Кусков А.С. Гостиничное дело. М.: ИТГ Дашков и К°, 2014. 328 с.
8. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие. Томск: Изд-во ТПУ, 2015. 152 с.
9. Морозова Н.С. Формирование лояльности как инструмент повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия // Современные проблемы сервиса и туризма. 2014. №2. С. 31-36.
10. Мусакин А.А. Малый отель: с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим. СПб.: Питер, 2017 г. 213 с.
11. Райхельд Ф.Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности. М.: Вильямс, 2015. 45 с.
12. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство. М.: ЮНИТИ ДАНА, 2014. 735 с.
13. Уокер Дж.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. 880 с.
14. Государственный комитет Республики Татарстан по туризму. URL: <http://tourism.tatarstan.ru/rus/> (дата обращения: 10.09.2018).
15. Сидоров В.П. Географические предпосылки повышения конкурентоспособности социально-экономических систем // Фотинские чтения. 2017. № 1 (7) / сб. материалов IV ежегодной междунар. науч.-практ. конф. 9-11 марта 2017 года. Ижевск: Изд-во «Проект», 2017. Т. 1 (7). С.109-111.
16. Итоговый сборник информационно-аналитических материалов за 2017» Государственного комитета Республики Татарстан по туризму. URL: [http://tourism.tatarstan.ru/rus/documents.htm?pub\\_id=1257754](http://tourism.tatarstan.ru/rus/documents.htm?pub_id=1257754) (дата обращения 20.08.2018).
17. Рубцов В.А., Зиновьева А.А., Михеева Е.Е., Сидоров В.П. Влияние событийных мероприятий на повышение туристской привлекательности региона // Вестн. Удм. ун-та. Сер. Биология. Науки о Земле. 2018. Т. 28, вып. 4. С. 466-472.
18. Рубцов В.А., Михеева Е.Е. Современное состояние гостиничной индустрии города Казань // Экологический консалтинг. 2013. № 4. С. 32-39.
19. Гостиничный рынок Казани: ценовые войны и бум хостелов // Бизнес-онлайн. Деловая электронная газета Татарстана. 6.06.2013. URL: <http://www.business-gazeta.ru/print/81253/> (дата обращения 06.04.2018).
20. Хостелы Республики Татарстан объединились! // Официальный портал г. Казани. URL: [http://www.kzn.ru/old/turizm/news/show/38429\\_hotelier.pro](http://www.kzn.ru/old/turizm/news/show/38429_hotelier.pro) (дата обращения: 06.04.2018).

Поступила в редакцию 20.10.2018

Рубцов Владимир Анатольевич, доктор географических наук, профессор

E-mail: [vrubtzov.57@mail.ru](mailto:vrubtzov.57@mail.ru)

Биктимиров Нияз Миннахматович, кандидат географических наук, доцент

E-mail: [niyaz825@mail.ru](mailto:niyaz825@mail.ru)

Байбаков Эдуард Ильдарович, кандидат биологических наук, старший научный сотрудник

E-mail: [baibakov.kfu@gmail.com](mailto:baibakov.kfu@gmail.com)

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

420008, Россия, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 6/20

Сидоров Валерий Петрович, кандидат географических наук, доцент, заведующий кафедрой физической и общественной географии

ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»

426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1

E-mail: [sidorov@udm.ru](mailto:sidorov@udm.ru)

*V.A. Rubtsov, N.M. Biktimirov, E.I. Baibakov, V.P. Sidorov*

#### **HOSTELS OF KAZAN: THE ASSESSMENT OF CURRENT STATE**

The current state and dynamics of the hotel services market in Kazan in general and hostels in particular are considered in the article; their functioning is evaluated. The authors of the article analyze goals and objectives of the Republican target program "Development of sphere of tourism and hospitality in the Republic of Tatarstan for 2014-2020 years" aimed at the creation of hotels, touristic-recreational and automotive tourist clusters in the territory of the Republic. The role of the hotel industry in solving the assigned problems is also analyzed. Special attention is paid to the development

and functioning of the hostel market. The assessment of the market of hostels in Kazan and the place occupied by them among other means of tourists' accommodation are given. The role and importance of hostels in the development of the hospitality industry and tourism of the city are shown. Not only a quantitative increase in the number of hotels but also a qualitative shift towards an increase in their composition of economy class hotels and hostels are noted. The problems faced by the hostel market in a large city with a rapidly developing hotel business are analyzed. The importance and significance of developing a project of a regional hostel standard are emphasized.

*Keywords:* tourism, hospitality, hostel, economy class hotel, hotel, accommodation, Russian Youth Hostel Association (RYHA), regional standard, Association of hostels of the Republic of Tatarstan.

#### REFERENCES

1. Fedorov R.G. [Development of hostel movement in Russia and abroad] in *Topical issues of economic Sciences: proceedings of the II international. science. Conf. (Ufa, April 2013)*, Ufa: Summer, 2013, pp. 115-117, URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/76/3752/> (accessed: 17.02.2019) (in Russ.).
2. [Hostels-a new accommodation option for tourists], URL: <http://www.org-ukti.ru/lenta-sobytij/183-khostely-novyj-variant-razmeshcheniya-turistov.html> (accessed 06.04.2018) (in Russ.).
3. Balashova E.A. *Gostinichnyj biznes. Kak dostichj bezuprechnogo servisa* [Hotel business. How to achieve perfect service], M.: Top, 2014, 170 p. (in Russ.).
4. [GOST R 56184-2014 accommodation facilities Services. General requirements for hostels] in *National standard of the Russian Federation. services of accommodation facilities. General requirements for hostels. Approved and put into effect by the Federal Agency for technical regulation and Metrology dated 23 October 2014 N 1393-St*, M.: STANDARTINFORM, 2014, 19 p. (in Russ.).
5. Vagen L.V. *Gostinichnyj biznes: ucheb. posobie* [Hotel business: studies. Benefit], M.: Phoenix, 2014, 412 p. (in Russ.).
6. Kotler F. *Marketing, gostepriimstvo, turizm: uchebnik. 4e izd.* [Marketing, hospitality, tourism: textbook. 4th ed.], Moscow: YUNITI-DANA, 2017, 1045 p. (in Russ.).
7. Kuskov A.S. *Gostinichnoe delo* [Hotel business], Moscow: ITG Dashkov & Co., 2014, 328 p. (in Russ.).
8. Loiko O.T. *Turizm i gostinichnoe hozjajstvo, Uchebnoe posobie* [Tourism and hotel industry, textbok], Tomsk: Publishing house TPU, 2015, 152 p. (in Russ.).
9. Morozova N.S. [Formation of loyalty as a tool to improve the competitiveness of the hotel enterprise] in *Modern problems of service and tourism*, 2014, no. 2, pp. 31-36 (in Russ.).
10. Musakin A.A. *Malyj otelj: s chego nachatj, kak preuspetj. Sovety vladel'cam i upravlja'uschim* [Small hotel: where to start, how to succeed. Tips for owners and managers.], SPb.: Peter, 2017, 213 p. (in Russ.).
11. Reicheld F.F. *Effekt lojal'nosti: dvizhuschie sily ekonomicheskogo rosta, pribyli i neprehodjaschej cennosti* [Loyalty Effect: driving forces of economic growth, profit and enduring value], Moscow: Williams, 2015, 45 p. (in Russ.).
12. Walker George.R. *Vvedenie v gostepriimstvo* [Introduction to hospitality], Moscow: YUNITI DANA, 2014, 735 p. (in Russ.).
13. Walker George.R. *Upravlenie gostepriimstvom. Vvodnyj kurs* [The Management of hospitality. Introductory course], Moscow: YUNITI-DANA, 2016, 880 p. (in Russ.).
14. *Gosudarstvennyj komitet Respubliki Tatarstan po turizmu* [State Committee of the Republic of Tatarstan on tourism], URL: <http://tourism.tatarstan.ru/rus/> (accessed: 10.09.2018) (in Russ.).
15. Sidorov V.P. [Geographical prerequisites for improving the competitiveness of socio-economic systems] in *Fotinsky reading*, 2017, no. 1 (7), Topic: Proceedings of the Fourth annual international scientific and practical conference. March 9-11, 2017. Izhevsk (spring meeting), 2017, vol. 1 (7), Izhevsk: Publishing House "Project", 2017, pp. 109-111 (in Russ.).
16. *ItoGovyyj sbornik informacionno-analiticheskikh materialov za 2017 Gosudarstvennogo komiteta Respubliki Tatarstan po turizmu* [The final collection of information and analytical materials for 2017 of the state Committee of the Republic of Tatarstan on tourism], URL: [http://tourism.tatarstan.ru/rus/documents.htm?pub\\_id=1257754](http://tourism.tatarstan.ru/rus/documents.htm?pub_id=1257754) (accessed: 20.08.2018) (in Russ.).
17. Rubtsov V.A., Zinoviev A.A., Mikheeva E., Sidorov V.P. [Influence of events on the increase of tourist attractiveness of the region] in *Bulletin of the Udmurt University. Series Biology. Earth science*, 2018, vol. 28, vol. 4, pp. 466-472 (in Russ.).
18. Rubtsov V. A., Mikheeva E. E. [Current state of the hotel industry in Kazan] in *Environmental consulting*, 2013, no. 4, pp. 32-39 (in Russ.).
19. [Kazan hotel market: price wars and hostel boom] in *Business-online. Business electronic newspaper of Tatarstan*, 6.06.2013, URL: <http://www.business-gazeta.ru/print/81253/> (accessed 06.04.2018) (in Russ.).
20. [Hostels of the Republic of Tatarstan United] in *Official portal of Kazan*. URL: [http://www.kzn.ru/old/turizm/news/show/38429\\_hotelier.pro](http://www.kzn.ru/old/turizm/news/show/38429_hotelier.pro) (accessed: 06.04.2018) (in Russ.).

Rubtzov V.A., Doctor of Geography, Professor

E-mail: vrubtzov.57@mail.ru

Biktimirov N.M., Candidate of Geography, Associate Professor

E-mail: niyaz825@mail.ru

Baibakov E.I., Candidate of Biology, senior researcher

E-mail: baibakov.kfu@gmail.com

Kazan (Volga Region) Federal University

Kremlevskaya st., 6/20, Kazan, Russia, 420111

Sidorov V.P., Candidate of Geography, Associate Professor, Head of Department  
of Physical and Social geography

Udmurt State University

Universitetskaya st., 1, Izhevsk, Russia, 426034

E-mail: sidorov@udm.ru