

УДК 338.482:332.143:338.518

**Т.К. Молчанова<sup>1</sup>***Южный федеральный университет,  
г. Ростов-на-Дону, Россия***В.А. Бабич<sup>2</sup>***Южный федеральный университет,  
г. Ростов-на-Дону, Россия***Н.Н. Яшалова<sup>3</sup>***Череповецкий государственный университет,  
г. Череповец, Россия,***Д. А. Рубан<sup>4</sup>***Южный федеральный университет,  
г. Ростов-на-Дону, Россия*

## **ОПТИМАЛЬНОСТЬ СООТНОШЕНИЯ СТОИМОСТИ И КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В МАЛЫХ ГОРОДАХ: АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ В РОССИИ И ГЕРМАНИИ**

**Аннотация.** Социально-экономическое развитие малых городов России представляет собой серьезную проблему, решению которой может способствовать становление в них индустрии гостеприимства. Создание новых отелей позволит увеличить количество туристов и наладить внешние экономические связи. Однако при этом важное значение имеет удовлетворенность клиентов как самим качеством гостиничных услуг, так и соответствием такового стоимости размещения. Целью настоящей работы является изучение соотношения стоимости и качества гостиничных услуг в малых городах на примере Центрального федерального округа России и земли Гессен в Германии. Рабочая гипотеза заключается в том, что стоимость услуг растет одновременно с их качеством, и такое соотношение является оптимальным. Методика работы заключалась в сборе данных о стоимости размещения и клиентских оценках услуг в гостиницах малых городов вышеуказанных территорий, качественном (графическом) и количественном (с помощью коэффициента корреляции) анализе их соотношения. Анализ цен на проживание в стандартных номерах (стоимость) и клиентских оценок (воспринимаемое качество) гостиниц малых городов Центрального федерального округа выявил их полное несоответствие. Оно проявляется как на уровне отдельных коллективных средств размещения, так и для городского гостиничного хозяйства в целом. Напротив, аналогичный анализ для земли Гессен в Германии показывает хорошо выраженный рост стоимости вместе с увеличением качества услуг, что следует считать оптимальным соотношением. При этом подтверждается идея о том, что после достижения определенного уровня качества дальнейший его рост способствует прогрессивному повышению стоимости гостиничных услуг. Значение коэффициента корреляции для стоимости и качества услуг гостиничного хозяйства малых городов Центрального федерального округа (при расчете по городам) составляет  $-0,12$ , а в земле Гессен –  $+0,72$ . Представляется, что в России ценовая политика в гостиницах малых городов осуществляется в высшей степени хаотично. Этому способствуют неупорядоченность и ненасыщенность локальных рынков гостиничных услуг, изначально неверно выбираемые ориентиры при формировании ценовой политики на уровне организаций (или вообще отсутствие таковых). Действие рыночных механизмов если и может способствовать нормализации ситуации, то только в отдаленном будущем. Практическая значимость работы определяется тем, что в ней выявлена существенная проблема, требующая внимания на организационном и муниципальном уровнях, а также обсуждаются возможные варианты ее решения. Соотношение стоимости и качества гостиничных услуг в малых городах Германии при этом

может считаться ориентиром. Представляется, что административные органы и профессиональные сообщества (ассоциации) отельеров должны определять ключевые ориентиры ценовой политики и стимулировать предпринимателей следовать им.

**Ключевые слова:** индустрия гостеприимства; корреляционный анализ; ценовая политика; Гессен; Центральный федеральный округ.

## Введение

Индустрия гостеприимства вполне способна стать значимой отраслью российской экономики. Количество гостиниц, турбаз, ресторанов, туристических фирм и курортно-рекреационных зон в стране весьма значительно, и они готовы предоставить соответствующие услуги для большого количества как отечественных, так и зарубежных клиентов (туристов, бизнесменов, а также собственно местного населения). Извлекаемая при этом прибыль должна способствовать оживлению предпринимательской активности, увеличению доходов населения, а также росту налоговых поступлений в бюджеты всех уровней. Однако для получения такого рода эффектов, положительное действие которых было бы ощутимо в масштабах страны и отдельных регионов, требуется решение целого ряда

сложных задач. В частности, в России к настоящему времени уже сложилось весьма богатое, в должной мере территориально дифференцированное гостиничное хозяйство. Его особенности и тренды развития рассмотрены в статьях В.И. Кружалина и Е.Г. Киякбаевой [1], В.Ю. Морозова и Ю.В. Мурашовой [2], А.А. Понедельник и др. [3], О.Ю. Тарасовой и С.Е. Мачалкина [4], А.В. Шмытковой [5]. Однако более пристального внимания требуют установившиеся «правила», по которым функционируют коллективные средства размещения. Общие наблюдения за характером гостиничной деятельности оставляют впечатление неупорядоченности, хаотичности, несбалансированности. В этой связи необходимо проанализировать сложившуюся в стране ситуацию с использованием репрезентативной статистической информации. Если предполагаемые проблемы подтвердятся, то они должны быть глубоко изучены на научной основе с последующими рекомендациями по их устранению. При этом важно понимать, что российская индустрия гостеприимства в ее нынешнем состоянии сравнительно молода, а также неразрывно связана с соответствующей отраслью мировой экономики. Следовательно, сложившиеся в России «правила» ее развития должны рассматриваться в контексте мирового и, в частности европейского, опыта. Однако это, безусловно, не означает необходимости слепого копирования последнего. Этот опыт может служить лишь одним из важных ориентиров при планировании развития отечественного гостиничного хозяйства.

<sup>1</sup> Молчанова Татьяна Константиновна – магистрант Высшей школы бизнеса Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия (344019, г. Ростов-на-Дону, ул. 23-я линия, 43); e-mail: studentsrda@mail.ru.

<sup>2</sup> Бабич Валерия Андреевна – магистрант Высшей школы бизнеса Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия (344019, г. Ростов-на-Дону, ул. 23-я линия, 43); e-mail: studentsrda@mail.ru.

<sup>3</sup> Яшалова Наталья Николаевна – доктор экономических наук, заведующая кафедрой экономики и управления Бизнес-школы Череповецкого государственного университета, г. Череповец, Россия (162600, Вологодская область, г. Череповец, Советский пр-т, 10); e-mail: natalij2005@mail.ru.

<sup>4</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.

Весьма актуальным в настоящее время видится изучение проблем развития гостиничного хозяйства в малых городах. С одной стороны, оно способно внести вклад в снижение безработицы и оживление местной социально-экономической среды. С другой стороны, только при условии предоставления действительно комфортного размещения возможно полноценное использование богатейших туристических ресурсов, которыми обладают именно малые города России, культурно наследие которых в значительной степени отражает особенности отечественных культуры, истории, традиций.

Для гостиничного бизнеса большое, во многом решающее, значение имеет качество оказываемых коллективными средствами размещения услуг [6, 7]. Изучение соответствующей проблематики, отличающейся заметной широтой, составляет важное направление научных исследований [8–12]. Один из наиболее интересных вопросов связан с оптимальностью соотношения стоимости и качества гостиничных услуг. Вполне логично считать, что стоимость их должна увеличиваться по мере роста качества. Можно также предположить, что после достижения некоторого уровня последнего рост стоимости будет происходить прогрессивно даже при небольшом дальнейшем увеличении качества. Однако в действительности ситуация может выглядеть иначе. Проведенные ранее В.А. Бабич и др. [13] и В.В. Гнездиловой и Д.А. Рубаном [14] пробные исследования показали, что в российском гостиничном хозяйстве соотношение стоимости и качества услуг может быть далеко от описанного выше оптимального. Зачастую оно носит весьма неопределенный характер. Иными словами, цены оказываются сравнительно завышенными в сопоставлении с качеством предоставляемых клиентам услуг. Эта проблема многомерна и, как показывает опыт, правильнее анализировать ее для отдельных терри-

торий или категорий населенных пунктов. Целью настоящей работы является изучение соотношения стоимости и качества гостиничных услуг в малых городах. При этом в качестве примера выбраны малые города Центрального федерального округа, ситуация с ценообразованием в которых сопоставляется с таковой в малых городах земли Гессен в Германии. Информация, характеризующая последнюю, видится вполне адекватно отражающей европейский опыт. Несмотря на сходную общую направленность исследования, настоящий анализ отличается как объектом изучения, так и глубиной от выполненных ранее работ, посвященных малым городам юга России [13] и крупным городам страны в целом [14]. Актуальность настоящей работы определяется большой значимостью индустрии гостеприимства для улучшения социально-экономического положения малых городов России, а ее новизна связана с отсутствием аналогов подобного рода исследований для выбранной территории и категории населенных пунктов, использованием новых методических подходов, основанных в том числе на сравнительном анализе.

### **Теоретические положения**

Под малыми городами обычно понимаются населенные пункты городского типа, имеющие население менее 100–150 тыс. чел. (как правило, 40–70 тыс. чел.). Изучение вопросов, связанных с их социально-экономическим положением, перспективами развития, стратегическим планированием, муниципальной политикой и т.п., является предметом интенсивного изучения во всем мире (например, [15]). При этом в России оно привлекает внимание ученых еще больше [16–22] в связи с тем, что такие города зачастую испытывают проблемы с адаптацией к современной социально-экономической реальности, но при этом именно они способны обеспечить связь по-

следней с провинциальной, периферийной, часто аграрно-ориентированной средой, заключающей в себе важный ресурс развития страны. В связи с малыми городами обсуждаются такие проблемы, как диверсификация экономической деятельности (особо актуально для моногородов), снижение уровня безработицы и социальной напряженности, преодоление неблагоприятной демографической ситуации, миграционные потоки (отток населения в мегаполисы), усиление связей с сельской местностью и соответствующими экономическими системами и т.п. Большинство специалистов признаются, с одной стороны, неблагоприятность социально-экономического положения малых городов, а с другой – значительные перспективы их развития. Стоит отметить, что в некоторых регионах страны (например, в Краснодарском и Ставропольском краях) малые города демонстрируют в последние годы значительный прогресс, который связан в одних случаях с развитием промышленных производств и непромышленной сферы, а в других – наоборот, с превращением в местные узлы аграрной экономики и обеспечивающей ее инфраструктуры.

Представления о городском гостиничном хозяйстве развиваются весьма активно. В частности, из отечественных исследователей их рассматривали в своих работах П.В. Бочков [23], С.Ю. Бударь [24], С.К. Волков [25], Е.Ю. Королькова [26], Э.С. Косицына и О.В. Горячева [27], О.К. Прончева [28, 29], М.Ф. Савченко и Е.Е. Прокшиц [30], Л.Н. Стребкова [31], А.С. Хрипунова и М.Н. Безуглова [32], а из иностранных ученых – Дж. Абрате и др. [33], Ж. Балагер и Х. Перниас [34], Л. Балдассин и др. [35], Д. МакНейлл [36], Дж. Роджерсон [37], Я. Янь [38]. В целом городское гостиничное хозяйство представляет собой совокупность коллективных средств размещения в конкретном городе и обеспечивающую их

функционирование инфраструктуру, которые в той или иной степени связаны между собой, а также с местными экономической (в том числе предпринимательской), социальной, административной средами, которые обеспечивают (или затрудняют) их деятельность. Важно отметить, что информация в вышеуказанных работах однозначно свидетельствует о том, что города обладают действительно территориально ограниченным гостиничным хозяйством, представляющим собой единое целое и обладающим рядом специфических особенностей. К сожалению, приходится констатировать, что большинство предыдущих исследователей анализировало гостиничное хозяйство крупных городов, мегаполисов. Малым городам внимания уделялось явно недостаточно. Из немногочисленных работ стоит отметить статьи В.А. Бабич и др. [13] и Э.И. Байбакова и В.А. Рубцова [39]. В обоих случаях признается, что малые города обладают гостиничным хозяйством, столь же территориально организованным, как и крупные города, а состояние и потенциал развития этого хозяйства вполне способны предопределить развитие индустрии гостеприимства в конкретном городе, а также вывести последний на траекторию устойчивого социально-экономического развития.

Обоснуем теоретически важность развития гостиничного хозяйства малых городов. Прежде всего стоит отметить, что последние часто обладают уникальными и при этом разнообразными ресурсами. Во-первых, они потенциально привлекательны для туристов, о чем говорится в работах как зарубежных [40, 41], так российских и специалистов [22, 39, 42–45]. Это связано как с расположением объектов историко-культурного наследия (не только отражающих российскую историю и культуру в целом, но являющиеся проявлением самой идентичности провинциальных центров), так и тем, что малые города могут

выступать центрами сельского туризма, а в некоторых случаях – специфического промышленного туризма (в случае индустриальных моногородов). Во-вторых, в малых городах может сосредотачиваться деловая активность, связанная как с промышленностью, так и с сельским хозяйством и предполагающая систематическое посещение представителями предпринимательского сообщества, а также проведение выставочно-конгрессных мероприятий. Использование этих ресурсов, позволяющее привлечь в городской бюджет дополнительные средства, невозможно без должным образом функционирующего гостиничного хозяйства. Следующее обстоятельство – необходимость обеспечения занятости населения малых городов, что требует предельной диверсификации экономики. В России эта проблема стоит весьма остро (например, [46]). Даже две-три гостиницы формируют ощутимое количество рабочих мест в масштабах малого города. Кроме того, стоит понимать, что размещение в гостиницах города приезжих из других регионов (стран) способствует, во-первых, повышению открытости города как административной единицы и его населения, расширению его внешних контактов и связей, а во-вторых, продвижению образа города, что важно для его экономического (в частности, инвестиционного) позиционирования и увеличения туристической привлекательности.

Безусловно, сказанное выше о роли гостиничного хозяйства в развитии малых городов имеет смысл в том случае, когда клиенты коллективных средств размещения удовлетворены оказанными им услугами. При этом важно не только качество последних само по себе. Любой даже самый состоятельный клиент оценивает качество сквозь призму личных затрат. Иными словами, его удовлетворенность будет выше в том случае, когда это качество окажется соответствующим заявленной цене. Дей-

ствительно, подчас клиент гостиницы либо не нуждается в предоставлении исключительно высококачественного обслуживания, либо не располагает достаточными для этого средствами. Он это понимает изначально и, следовательно, будет в полной мере удовлетворен, если за умеренные по качеству услуги он заплатит меньше, чем за более качественные. Актуальность учета соотношения стоимости и качества услуг гостиничного хозяйства (в том числе городского) продемонстрировали в своих статьях Л. Балдассин и др. [35], Х. Пелегрин-Борондо и др. [47], а из российских специалистов – В.А. Бабич и др. [13], В.В. Гнездилова и Д.А. Рубан [14], В.В. Каменева [48], Л.А. Чернышева и Г.Б. Якимович [49]. Все они показали, что оптимальность такого соотношения (рост стоимости вместе с ростом качества) и его соблюдение конкретными коллективными средствами размещения – залог успешного развития гостиничного хозяйства.

### **Материалы и методика**

Двумя основными параметрами, анализируемыми в данной работе, являются стоимость и качество гостиничных услуг. Под стоимостью в данном случае будем понимать минимальную стоимость размещения в стандартном двухместном номере за ночь. Что касается качества, то оно может определяться по-разному [6, 7, 13, 14, 50]. Три основных подхода таковы. Во-первых, это определение нормативного качества, то есть соответствия оказываемых в конкретной гостинице услуг некоторым формальным требованиям, стандартам. Во-вторых, может проверяться полнота и уровень фактически оказываемых услуг заявленным гостиницей. В-третьих, на основе субъективных мнений, оценок клиентов определяется воспринимаемое качество. Именно последнему подходу отдано предпочтение в настоящей работе, так как на

удовлетворенность клиентов влияет именно его индивидуальное понимание качества предоставленных услуг. Далеко не всегда следование стандартам качества имеет значение для клиента, равно как и не всегда он окажется полностью удовлетворен им. Соответствие заявленных и фактических услуг также важно не во всех случаях. Напротив, субъективное суждение о коллективном средстве размещения, основанное как на предпочтениях клиента, так и на его представлениях о содержании услуг (в том числе в соответствии с оплаченной стоимостью), имеет решающее значение. Таким образом, в настоящей работе под качеством гостиничных услуг понимается именно воспринимаемое качество.

В качестве основного объекта исследования выбрано гостиничное хозяйство малых городов Центрального федерального округа в России и земли Гессен в Германии. Первое охарактеризовано в общем виде Е.В. Бирюковой [42], Е.В. Печерицей и Е.Е. Шарафановой [51], а второе – М. Гардтом и др. [52], К. Шуттлером [53]. На обеих территориях, несмотря на наличие мегаполисов (Москва в Центральном федеральном округе и Франкфурт-на-Майне в Гессене), располагается большое число малых городов. При этом они представляются в высшей степени привлекательными для туристов из-за историко-культурных ресурсов, а также для представителей деловых кругов из-за деятельности промышленных предприятий или важности для развития местного сельского хозяйства. Есть также некоторое сходство в физико- и экономико-географическом положении сравниваемых территорий. Представляется, что расположенные в их пределах малые города могут дать вполне репрезентативные примеры соответствующего гостиничного хозяйства России и Германии. Всего анализировалась информация по 13 малым городам каждой территории. Для анализа населенные пунк-

ты с населением менее 100–150 тыс. человек выбирались так, чтобы сформировать действительно представительный массив данных, которые бы характеризовали ситуацию на изучаемых территориях в целом (в этой связи, в частности, важным было уделить внимание городам, расположенным в разных регионах Центрального федерального округа). Безусловно, выбирались прежде всего те города, где гостиничное хозяйство является более-менее сформированным (то есть имеется несколько коллективных средств размещения), а актуальная информация о нем может быть скомпилирована. Кроме того, выбирались города, представляющие собой интерес для посещения туристами в силу сосредоточенных в них самих или в их окрестностях туристических ресурсов. Различия между городами по численности населения не играют роли для данного исследования, так как основными клиентами гостиниц являются приезжие лица, а спрос на размещение определяется туристической, деловой и т.д. привлекательностью городов.

Основным источником информации для последующего обобщения и анализа является интернет-портал Booking.com<sup>5</sup>, который содержит наиболее полные данные о гостиницах населенных пунктов. С одной стороны, он позволяет определить стоимость гостиничных услуг, а с другой – их воспринимаемое качество. Последнее основано на оценках клиентов по 10-балльной шкале (при этом с учетом обычного разброса значений следует понимать, что качество условно может быть признано низким при оценке 6,5 баллов и менее, а высоким – при оценке 8,5 баллов и более). Для каждого выбранного российского и немецкого малого города определялись количество гостиниц, средняя оценка и средняя стоимость разме-

<sup>5</sup> URL: <https://www.booking.com> (информация скомпилировалась в несколько этапов апреле-июне 2018 г.).

*Молчанова Т.К., Бабич В.А., Яшалова Н.Н., Рубан Д.А.*

щений (табл. 1). Средняя оценка рассчитывалась на основе учета оценок всех гостиниц данного населенного пункта. Средняя стоимость анализировалась более сложным образом. Сначала для каждой гостиницы

определялась минимальная стоимость размещения в стандартном номере (это позволяет минимизировать влияние фактора структуры номерного фонда) с учетом бронирования в каждый месяц на год вперед, а

Таблица 1

Анализируемые параметры гостиничного хозяйства малых городов сопоставляемых территорий России и Германии (составлено авторами путем анализа информации интернет-портала Booking.com по состоянию на конец мая 2018 г.)

Город	Население, тыс. чел.	Кол-во гостиниц	Средняя оценка, баллы	Средняя стоимость размещения, руб. (РФ)/евро (ФРГ)
Центральный федеральный округ, Россия				
Александров	62	3	8,6	2233
Гусь-Хрустальный	61	2	7,7	3600
Борисоглебск	66	5	8,2	1766
Лиски	56	4	9,3	2289
Россошь	63	5	8,2	2329
Кинешма	88	2	8,1	2325
Шуя	59	1	6,6	2013
Вязьма	57	7	8,5	1946
Рославль	55	3	8,2	2482
Вышний Волочек	52	5	7,7	2558
Торжок	48	5	8,4	2313
Донской	65	1	8,2	1650
Щекино	58	3	8,3	2500
Земля Гессен, Германия				
Хофхайм-ам-Таунус	38	5	7,8	108,2
Бенсхайм	40	5	8,1	106,7
Драйайх	40	5	8,2	92,8
Родгау	43	4	7,7	91,2
Оберурзель	43	5	8,5	112,7
Вецлар	52	5	7,7	88,9
Бад-Хомбург	52	5	8,8	126,5
Рюссельсхайм	60	4	7,7	75,5
Фульда	64	6	8,2	110,9
Гисен	76	4	7,4	108,2
Марбург	80	3	8,5	121,7
Ханау-на-Майне	88	6	7,4	96,2
Оффенбах	119	5	7,6	80,3

затем выводилась среднегодовая величина. Это необходимо для учета фактора сезонности. Далее на основе среднегодовых величин для всех гостиниц рассчитывалось среднее значение стоимости для данного населенного пункта. Отметим, что для российских городов стоимость определялась в рублях, а для немецких – в евро. С учетом того, что в работе анализируется именно соотношение стоимости и качества гостиничных услуг, потребность в приведении стоимости к единой валюте отсутствует.

Соотношение стоимости и качества гостиничных услуг гостиничного хозяйства малых городов проводилось тремя способами. Во-первых, это соотношение определялось для городского гостиничного хозяйства в целом (для каждого города). Во-вторых, оно анализировалось для всей совокупности гостиниц малых городов данной территории. В-третьих, оно изучалось для совокупности гостиниц отдельных городов (для анализа выбирались те, что отличаются наиболее развитым гостиничным хозяйством). Анализ проводился путем интерпретации графиков, отражающих данное соотношение и содержащих также тренды (методика аналогична использованной ранее в [14]). Для большей наглядности также рассчитывались коэффициенты корреляции  $R$  по стандартной методике [54, 55]. Во всех случаях основной целью было выяснить, является ли соотношение оптимальным (рост стоимости одновременно с ростом качества) или отклоняется от такового. Добавим, что различия в размере и структуре номерного фонда гостиниц в пределах малых городов являются хотя и значимым, но не столь существенным для данного исследования фактором, так как основной фокус последнего – городское гостиничное хозяйство в целом, что предполагает обобщение данных по коллективным средствам размещения.

## Результаты

В Центральном федеральном округе по результатам проведенного анализа установлена достаточно слабая зависимость стоимости услуг гостиничного хозяйства малых городов от их качества. Во-первых, имеет место большой разброс значений по всем параметрам (рис. 1).

Во-вторых, коэффициент корреляции оказывается слабо отрицательным (табл. 2), то есть связь оказывается отчасти обратной, что видно и по линии тренда (рис. 1). В-третьих, большинство городов попадает в одну группу, в пределах которой виден рост цены на размещение при несколько более низком качестве (рис. 1). Несколько иной оказывается ситуация при проведении анализа для совокупности гостиниц, однако и в этом случае неопределенность значительна. Разброс значений велик (рис. 2), коэффициент корреляции слабо положительный (табл. 2), четыре группы значений не выявляют однозначного соотношения ни внутри себя, ни при сопоставлении между собой (рис. 2).

Достаточно отметить наличие группы 4, включающей гостиницы с высоким воспринимаемым качеством услуг и при этом относительно низкой стоимостью (рис. 2). Еще более показателен пример группы 3, для которой характерен отчетливый рост стоимости при небольшом снижении качества (рис. 2). Если говорить об отдельных городах, то лишь в Борисоглебске (Воронежская область) коэффициент корреляции оказывается несколько повышенным, тогда как в других случаях его значение близится к нулевому (табл. 2). В целом можно говорить о том, что в малых городах Центрального федерального округа стоимость услуг гостиничного хозяйства никак не соотносится с воспринимаемым качеством. Коллективные средства размещения, равно как и города в целом проводят достаточно разнородную и при этом явно необоснованную



Молчанова Т.К., Бабич В.А., Яшалова Н.Н., Рубан Д.А.

ценовую политику, на разработку которой (если таковая вообще проводилась) влияют другие факторы.

В земле Гессен результаты проведенного анализа фиксируют принципиально иную ситуацию. Стоимость услуг гостиничного хозяйства малых городов явно зависит от их качества. Во-первых, разброс значений сравнительно невелик (рис. 3). Во-вторых, коэффициент корреляции отчетливо положительный (табл. 2), что говорит о значительной связи, о чем свидетельствует и линия тренда (рис. 3). В-третьих, группы городов могут выделяться лишь весьма условно, так как большинство из них оказывается вблизи линии тренда (рис. 3). Практические аналогичные интер-

претации оказываются возможным сделать при рассмотрении совокупности гостиниц. Разброс значений умеренный (скорее небольшой) (рис. 4), коэффициент корреляции положительный (табл. 2), четыре группы гостиниц, обособляющиеся весьма нечетко, демонстрируют рост стоимости с ростом качества как внутри себя, так и своим сочетанием друг с другом (рис. 4). Отметим, что представители группы 4 большей частью оказываются выше линии тренда (рис. 4). Это означает, что при достижении высокого качества услуг дальнейший его рост приводит к прогрессивному увеличению стоимости. В случае отдельных малых городов значения коэффициента корреляции оказываются высокими и очень высо-

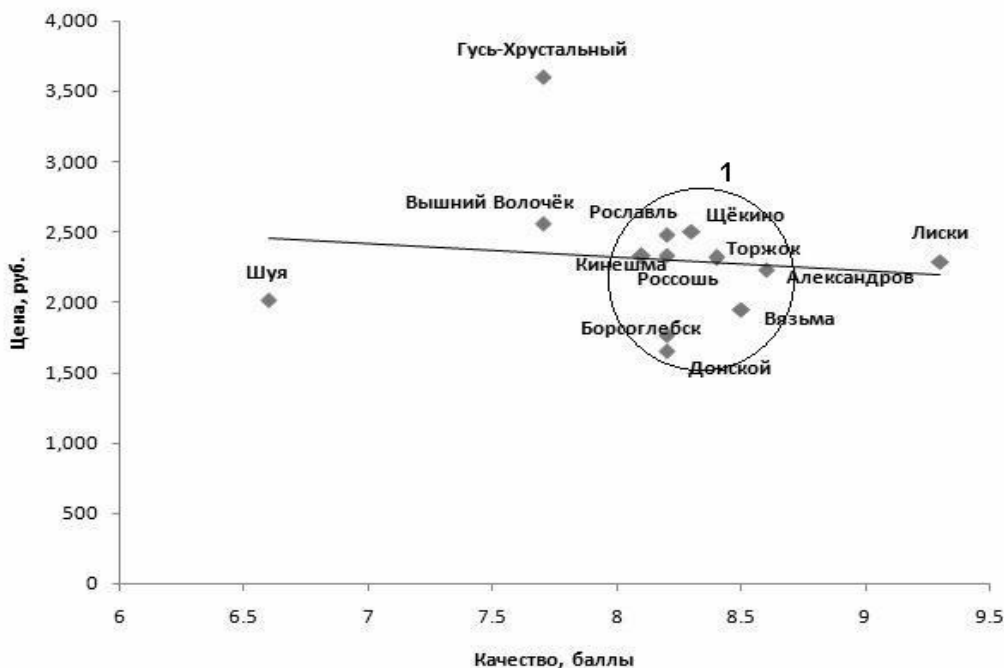


Рис. 1. Соотношение стоимости и качества услуг гостиничного хозяйства малых городов Центрального федерального округа, Россия (составлено авторами путем анализа информации интернет-портала Booking.com). Выделены основные группы значений, цифровые обозначения поясняются в тексте

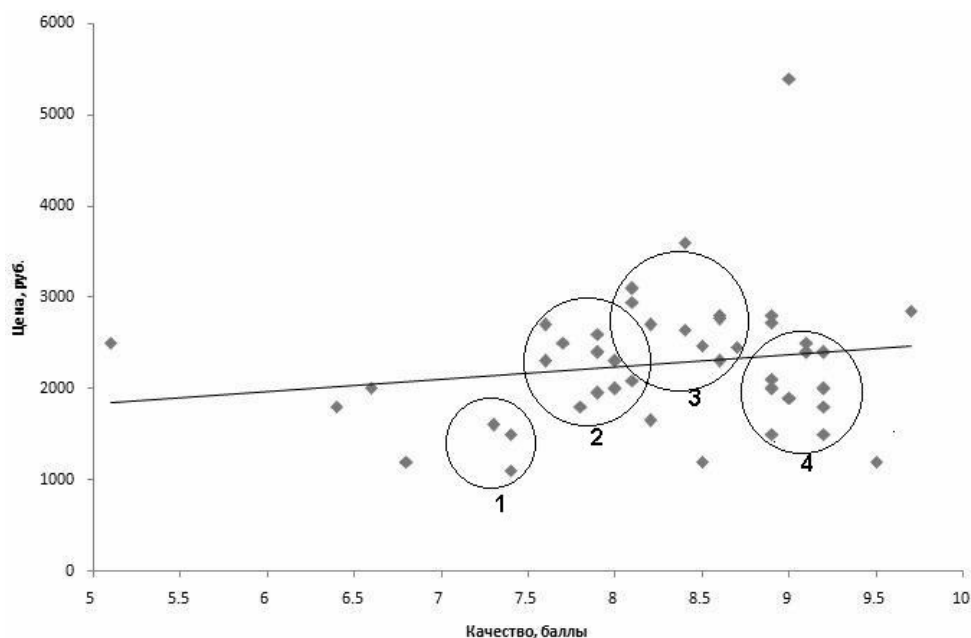


Рис. 2. Соотношение стоимости и качества услуг гостиниц в малых городах Центрального федерального округа, Россия (составлено авторами путем анализа информации интернет-портала Booking.com). Выделены основные группы значений, цифровые обозначения поясняются в тексте

Таблица 2

Корреляция стоимости и качества услуг гостиничного хозяйства малых городов сопоставляемых территорий России и Германии (составлено авторами на основании расчетов с использованием данных интернет-портала Booking.com)

Коррелируемые параметры	Значение $R$
	$(-1 \leq R \leq +1; R = -1$ – связь сильная отрицательная, $R = +1$ – связь сильная положительная, $R = 0$ – связь отсутствует)
Центральный федеральный округ, Россия	
Стоимость и качество (все города)	-0,12
Стоимость и качество (все гостиницы)	+0,16
Стоимость и качество (гостиницы Борисоглебска)	+0,53
Стоимость и качество (гостиницы Вязьмы)	+0,26
Стоимость и качество (гостиницы Вышнего Волочка)	+0,27
Стоимость и качество (гостиницы Россосхи)	-0,37
Земля Гессен, Германия	
Стоимость и качество (все города)	+0,72
Стоимость и качество (все гостиницы)	+0,51
Стоимость и качество (гостиницы Ханау-на-Майне)	+0,68
Стоимость и качество (гостиницы Бенсхайма)	+0,88
Стоимость и качество (гостиницы Фульды)	+0,69
Стоимость и качество (гостиницы Вецлара)	+0,80

Молчанова Т.К., Бабич В.А., Яшалова Н.Н., Рубан Д.А.

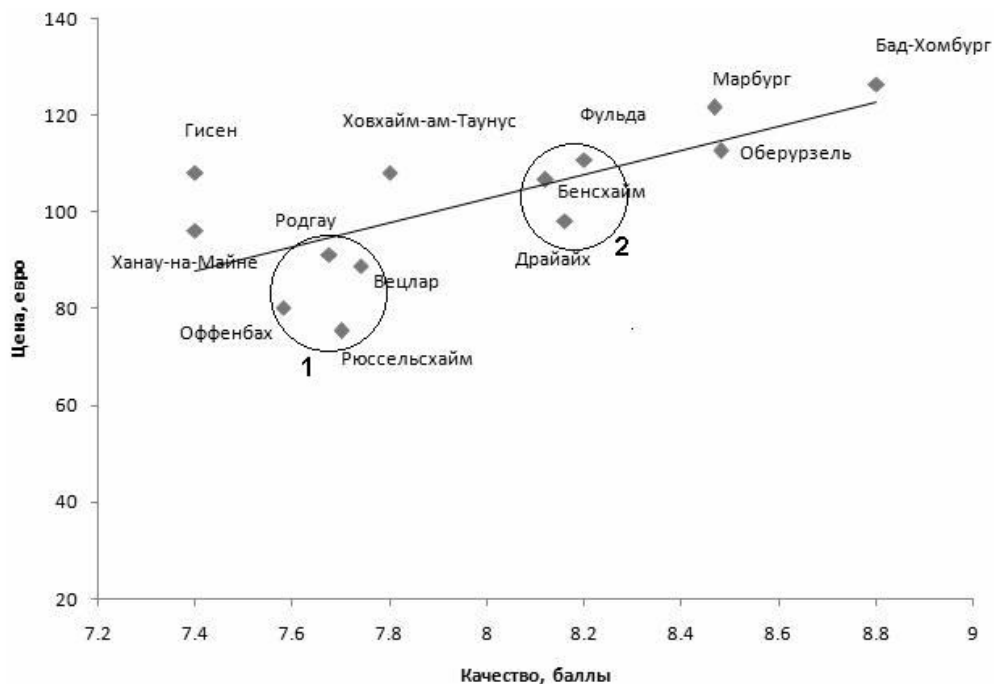


Рис. 3. Соотношение стоимости и качества услуг гостиничного хозяйства малых городов земли Гессен, Германия (составлено авторами путем анализа информации интернет-портала Booking.com). Выделены основные группы значений, цифровые обозначения поясняются в тексте

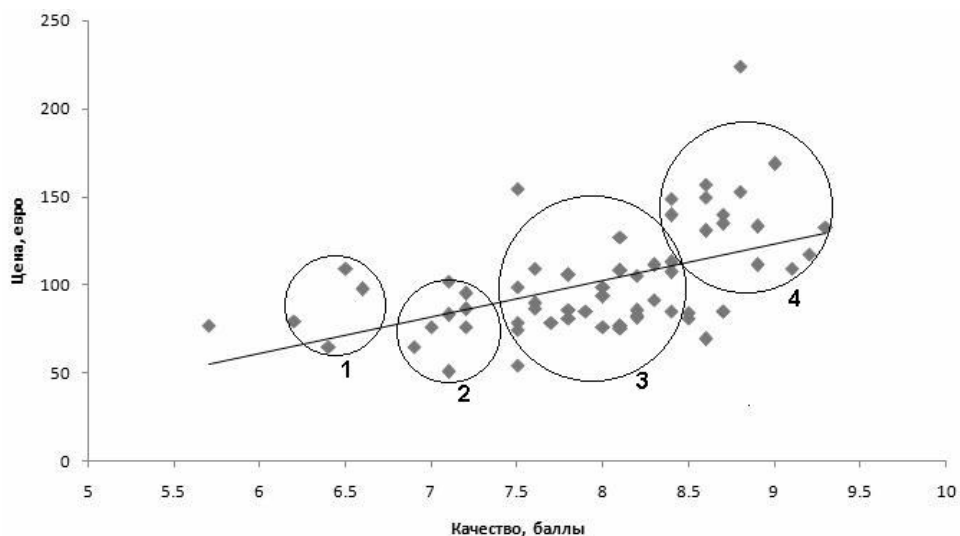


Рис. 4. Соотношение стоимости и качества услуг гостиниц в малых городах земли Гессен, Германия (составлено авторами путем анализа информации интернет-портала Booking.com). Выделены основные группы значений, цифровые обозначения поясняются в тексте

кими (табл. 2). Таким образом, в малых городах земле Гессен стоимость услуг гостиничного хозяйства в значительной степени соотносится с воспринимаемым качеством. Чем последнее больше, тем и цены на размещение выше.

При этом коллективные средства размещения, равно как и города проводят разнородную ценовую политику. Однако в данном случае она варьирует не произвольно, а в пределах сложившихся на рассматриваемой территории «правил», определяющих соотношение цены и качества. На графиках (рис. 3, 4) хорошо видно, что вариации происходят в целом вдоль линии тренда. Интересно и то, что редкие значительные отклонения от этой линии больше присущи отдельным коллективным средствам размещения (рис. 4), чем городскому гостиничному хозяйству (рис. 3).

### **Обсуждение результатов**

Полученные в ходе настоящего исследования результаты однозначно свидетельствуют о том, что, во-первых, ценовая политика в гостиничном хозяйстве малых городов Центрального федерального округа проводится хаотически и как минимум мало учитывает качество предоставляемых услуг, а, во-вторых, соотношение стоимости и качества услуг гостиничного хозяйства малых городов резко различается между этим округом и землей Гессен. В первом случае важно понимать, что аналогичные выводы были сделаны и для малых городов юга России [13]. Это дает достаточные основания предполагать, что анализируемое соотношение не является оптимальным в России в целом. Второе заключение говорит о том, что в европейском опыте гостиничного бизнеса достижение оптимального соотношения цены и качества возможно для отдельных гостиниц, малых городов и целых территорий. Это означает, что зафиксированная в России ситуация действи-

тельно является аномальной и не отражает какие-либо погрешности использованной методики. Эта ситуация имеет два очевидных следствия. С одной стороны, высока вероятность того, что клиент окажется неудовлетворен размещением в гостинице, пребыванием в малом городе по причине стоимости, оказавшейся выше ожидаемой с учетом воспринимаемого качества. Более того, клиенты будут попросту дезориентированы, и им будет крайне сложно сделать выбор на основе имеющейся на интернет-портале Booking.com информации о ценах и оценках других клиентов. С другой стороны, речь идет об отсутствии здоровой конкуренции в гостиничной индустрии малых городов Центрального федерального округа. Действительно, в условиях хаотического ценообразования конкретная гостиница не сможет выстраивать свою ценовую политику таким образом, чтобы привлечь клиентов, повысить их удовлетворенность за счет манипуляций со стоимостью и качеством услуг. Иными словами, представители гостиничного бизнеса оказываются столь же дезориентированными, как и клиенты.

Необходимо обратиться к причинам зафиксированной результатами настоящего исследования ситуации. Проще всего будет предположить, что гостиничное хозяйство малых городов земли Гессен и Германии и Европы в целом является хорошо сложившимся, развивающимся по давно ставшим общепринятыми правилам, которые определяют в том числе необходимость следования оптимальному соотношению стоимости и качества услуг. Напротив, гостиничное хозяйство малых городов Центрального федерального округа и России в целом стало активно развиваться лишь сравнительно недавно и при этом отчасти на основе сохранившихся с времен бывшего СССР объектов. Острая потребность в нем возникла лишь по мере роста внутреннего туризма с середины 2010-х гг. Кроме того, создание

новых коллективных средств размещения и управление ими осуществляется по инициативе отдельных предпринимателей, бессистемно и без привлечения менеджеров, обладающих значительным опытом и профессиональными знаниями и навыками. В пределах округа и страны отсутствуют четкие ориентиры для выработки ценовой политики на уровне отдельных гостиниц. Деятельность административных (в том числе муниципальных) органов власти и профессиональных объединений отельеров по выработке этих ориентиров носит весьма условный характер.

Безусловно, данное выше объяснение видится подходящим, однако возникает закономерный вопрос о том, почему оптимальное соотношение стоимости и качества услуг гостиничного хозяйства малых городов России не вырабатывается за счет действия сугубо рыночных механизмов. Для ответа на него важно расширить проведенный анализ скомпилированной информации (табл. 1). В изученных малых городах Центрального федерального округа число гостиниц изменяется в интервале 1–7 и в среднем составляет 3,5, тогда как в земле Гессен эти значения составляют 4–6 и 4,8 соответственно. При этом численность населения, то есть «размер» малых городов и имеющиеся в них ресурсы вполне сопоставимы. Это указывает на недосыщенность отечественных рынков гостиничных услуг на городском уровне, при которой невозможно ожидать естественной и при этом быстрой выработки оптимальной ценовой политики за счет здоровой конкуренции. Такой вывод подтверждается еще и тем, что для Центрального федерального округа несколько больше характерной чертой является то, что в городах с большим числом коллективных средств размещения средняя стоимость оказывается меньше.

Интерес представляет также прямое сравнение стоимости размещения в гости-

ницах малых городов. На основе скомпилированной информации можно определить, что в Центральном федеральном округе средняя цена на размещение составляет 2 277 руб., а в земле Гессен – 101,8 евро. С учетом курса евро, установленного Центральным банком РФ на 20.06.2018 г.<sup>6</sup> и равного 74,18 руб., можно определить среднюю стоимость для земли Гессен в 7 552 руб. Это намного больше, чем в гостиницах малых городов Центрального федерального округа. Однако такое сравнение нелогично с учетом разной стоимости жизни в России и Германии. В этой связи имеет смысл сделать поправку и использовать показатели паритета покупательной способности валют. Согласно данным журнала «Economist»<sup>7</sup>, в первой половине 2018 г. стоимость доллара США составляла 24,62 российского рубля, а евро (Германия) – 0,74 доллара США. В таком случае получаем, что средняя стоимость размещения в гостиницах малых городов Центрального федерального округа оказывается 92,5 долл., а земли Гессен – 137,6 долл., то есть стоимость различается всего в 1,5 раза. В отдельных случаях эти различия еще меньше или почти отсутствуют, как в г. Гусь-Хрустальном (табл. 3). При этом среднее воспринимаемое качество услуг для этих территорий (табл. 1) оказывается сравнимым. С учетом того, что гостиничное хозяйство малых городов России является сравнительно молодым, а его привлекательность (равно как и реальная туристическая значимость этих городов) не столь велика, можно говорить о значительно завышенных ценах. Вполне очевидно, что в условиях массового изначального завышения стоимости гостиничных услуг (в сравнении с европейским ориентиром) ценообразова-

<sup>6</sup> URL: [http://www.cbr.ru/currency\\_base/daily/](http://www.cbr.ru/currency_base/daily/) (дата обращения: 19.06.2018).

<sup>7</sup> URL: <https://www.economist.com/content/big-mac-index> (дата обращения: 19.06.2018).

ние будет именно хаотическим, а рыночные процессы окажут на него минимальное воздействие.

В качестве еще одной причины стоит назвать характер предоставления гостиничных услуг. С одной стороны, поток клиентов невелик и отличается непостоянством. С другой стороны, длительность размещения также невелика, что позволяет завышать цены (действие фактора стоимости будет менее значительным при размещении на 1–2 дня, чем на 1–2 недели).

Наконец, определенную роль может играть спрос на гостиничные услуги. Например, малые города могут формировать низкий спрос на гостиничные услуги, и тогда присутствие нескольких гостиниц в одном городе может приводить к усилению конкуренции, снижению рентабельности и другим негативным факторам, что скажется на ценообразовании. Однако здесь нужно сделать три оговорки. Во-первых, в

малых городах с богатыми туристическими ресурсами спрос на размещение может быть весьма велик. Во-вторых, выбранные для настоящего исследования малые города в целом сопоставимы по величине спроса. Наконец, в-третьих, влияние спроса будет существенным только тогда, когда управление гостиницами осуществляется действительно грамотно, а участники локального рынка соответствующих услуг активно взаимодействуют друг с другом (конкурируют или, напротив, сотрудничают, или по крайней мере учитывают информацию друг о друге). Однако опыт авторов показывает, что такое имеет место далеко не всегда, а профессионализм управленцев в гостиничном хозяйстве подчас вызывает сомнения. В таком случае неудачный выбор стратегии или отсутствие таковой на уровне отдельных гостиниц играет большую роль, чем фактический спрос. Стоит также отметить, что в настоящее время детальная инфор-

Таблица 3

Средняя стоимость размещения в гостиницах малых городов  
Центрального федерального округа в долларовом эквиваленте с учетом паритета  
покупательной способности (составлено авторами на основе данных табл. 1)

Город	Средняя стоимость	
	Рубли	Доллары США (ППС)
Александров	2233	90,70
Гусь-Хрустальный	3600	146,22
Борисоглебск	1766	71,73
Лиски	2289	92,97
Россошь	2329	94,60
Кинешма	2325	94,44
Шуя	2013	81,76
Вязьма	1946	79,04
Рославль	2482	100,81
Вышний Волочек	2558	103,90
Торжок	2313	93,95
Донской	1650	67,02
Щекино	2500	101,54

мация о спросе на гостиничные услуги на уровне отдельных коллективных средств размещения и населенных пунктов в целом отличается заметной неполнотой и фрагментарностью, а часто вообще отсутствует, что в том числе дезориентирует и самих управленцев в гостиничном хозяйстве. В любом случае учет спроса на размещение при условии появления доступа к соответствующей детальной информации – задача для последующих исследований.

Безусловно, ценовая политика коллективных средств размещения в малых городах Центрального федерального округа нуждается в корректировке для приведения к оптимальному соотношению стоимости и качества услуг. В отличие от Германии, где она вырабатывалась постепенно и в тесной связи со становлением предпринимательской среды, в России правила ценообразования складывались быстро и беспорядочно. Более того, как таковых общепринятых правил не появилось. Ожидание нормализации ситуации естественным путем потребует значительного времени (до нескольких десятилетий), тогда как развитие индустрии гостеприимства в малых городах является острой необходимостью уже сегодня. В этом случае можно, с одной стороны, задействовать административные механизмы, а с другой – привлечь профессиональные ассоциации отельеров [13]. Они должны, во-первых, способствовать согласованию оптимального соотношения стоимости и качества в качестве целевого ориентира, а во-вторых, всячески стимулировать владельцев коллективных средств размещения к его учету в проводимой ими ценовой политике. При этом важную роль должно играть управление гостиничным хозяйством малого города как единым механизмом. Этому может способствовать принятие особых стратегий на городском уровне [56], а также реализация специальных проектов, в том числе кластерного

типа [57, 58]. Польза таких проектов определяется еще и тем, что гостиницы сами по себе важны для нормального функционирования экономических кластеров [59]. Последние могут включать не только индустрию гостеприимства, но и отдельные отрасли городской экономики или создавать каркас таковой в целом.

К сказанному следует добавить, что стоимость размещения вполне может выступать фактором воспринимаемого качества. Если клиент, основываясь на том или ином опыте, предполагает, что цена на услуги по размещению сильно завышена, то гостиница может получить сравнительно низкую оценку. Напротив, удовлетворенность умеренной (в представлении клиента) ценой может результироваться в более высокую оценку. Все это будет нарушать оптимальное соотношение между стоимостью и качеством. Однако стоит учесть, что такие суждения все-таки зависят от действительного качества услуг в гостинице, в связи с чем отмеченный эффект должен быть небольшим. Кроме того, индивидуальные суждения по данному вопросу несомненно различаются, в связи с чем этот эффект будет минимизироваться при усреднении выставленных клиентами оценок для гостиниц и городов.

### **Выводы**

Проведенное исследование позволяет сделать следующие общие выводы. Во-первых, ни оптимального, ни вообще определенного соотношения между стоимостью и качеством услуг гостиничной индустрии малых городов Центрального федерального округа не прослеживается, что имеет следствием дезориентацию как клиентов, так и самих представителей гостиничного бизнеса. Во-вторых, в европейских регионах с хорошо и давно сформировавшейся индустрией гостеприимства, напротив, стоимость гостиничных услуг направлен-

но возрастает одновременно с качеством. В-третьих, причинами хаотичности ценообразования в коллективных средствах размещения в малых городах России являются неупорядоченность и недосыщенность соответствующего рынка, изначальное завышение цен в сравнении с европейскими ориентирами. С практической точки зрения, работа имеет два основных следствия. Во-первых, европейский опыт ценообразования на гостиничные услуги в зависимости от качества может использоваться в качестве ориентира для отечественной индустрии гостеприимства. Во-вторых, для того чтобы последняя действительно смогла способствовать устойчивому социально-экономическому развитию малых городов, необходимо достижение оптимального со-

отношения стоимости и качества соответствующих услуг.

Очевидно, что соотношение стоимости и качества гостиничных услуг является одним из ключевых факторов, влияющих на принятие решения о размещении в том или ином отеле или о посещении города. Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением территориальной дифференциации ценообразования в коллективных средствах размещения в России. Кроме того, путем анкетирования и интервью представителей гостиничного бизнеса необходимо выявить представления, суждения, на которых они основывают ценовую политику. Отдельного изучения заслуживает целостность гостиничного хозяйства малых городов России и выявление всех его отличительных особенностей.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кружалин В.И., Киякбаева Е.Г. Современные проблемы и тенденции в российском туризме // Географический вестник. 2017. № 4. С. 146–153.
2. Морозов В.Ю., Мурашова Ю.В. Современные проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. 2017. № 3. С. 6–13.
3. Понедельник А.А., Яшалова Н.Н., Соковнина Н.В., Рубан Д.А. Инвестиционный образ гостиничного хозяйства в электронном пространстве (на примере крупных городов юга России) // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2018. № 1. С. 121–136.
4. Тарасова О.Ю., Мачалкин С.Е. Некоторые особенности развития гостиничного бизнеса в экономике России // Вестник Тамбовского университета. Серия: гуманитарные науки. 2012. № 9. С. 65–77.
5. Шмыткова А.В. Основные тенденции развития средств размещения в России // Вестник Национальной академии туризма. 2017. № 1. С. 24–27.
6. Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure / Edited by J. Kandampully, C. Mok, B. Sparks Binghamton: The Haworth Hospitality Press, 2001. 339 p.
7. Печерица Е.В., Тестина Я.С. Система менеджмента качества гостиничных услуг. СПб.: СПбГЭУ, 2016. 78 с.
8. Chang W.-Y. A study on the key success factors of service quality for international hotels // Acta Oeconomica. 2014. Vol. 64. P. 25–37.
9. Jasinskas E., Streimikiene D., Svagzdiene B., Simanavicius A. Impact of hotel service quality on the loyalty of customers // Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja. 2016. Vol. 29. P. 559–572.
10. Lu C., Berchoux C., Marek M.W., Chen B. Service quality and customer satisfaction: Qualitative research implications for luxury hotels //



- International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research. 2015. Vol. 9. P. 168–182.
11. Martin J.C., Roman C. Measuring service quality in the hotel industry: The value of user generated content // Tourism. 2017. Vol. 65. P. 390–405.
  12. Rauch D.A., Collins M.D., Nale R.D., Barr P.B. Measuring service quality in mid-scale hotels // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2015. Vol. 27. P. 87–106.
  13. Бабич В.А., Молчанова Т.К., Рубан Д.А. Соотношение цены и качества гостиничных услуг в малых городах Юга России // Экономика и предпринимательство. 2018. № 5. С. 675–679.
  14. Гнездилова В.В., Рубан Д.А. Стоимость и качество размещения в гостиницах лакшери-сегмента крупных городов России // Новые технологии. 2017. № 4. С. 139–144.
  15. Montes C. Small towns in North America // Bulletin d'Association de Geographes Francais. 2012. Vol. 89. P. 571–583.
  16. Бабаев Б.Д., Крупин А.И., Чекмарёв В.В. Малые города: концептуальный взгляд // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2012. № 3. С. 165–168.
  17. Бондарская О.В. Малый город как пространственная социально-экономическая система // Социально-экономические явления и процессы. 2014. № 7. С. 17–22.
  18. Кузнецов С.В., Чернышева Е.А. Проблемы устойчивого развития малых городов Российской Федерации // Экономика и управление. 2012. № 4. С. 123–126.
  19. Перькова М.В. Малые города как фактор устойчивого развития территорий // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2014. № 4. С. 63–66.
  20. Прядко И.П., Шныренков Е.А. Прошлое и будущее средних и малых городов: социально-экономический аспект // Экономика и предпринимательство. 2017. № 3-2. С. 430–435.
  21. Синецкина О.В. Особенности развития малых городов России // Региональная экономика: теория и практика. 2009. № 28. С. 53–56.
  22. Шерешева М.Ю., Оборин М.С., Шимук О.В. Разработка направлений диверсификации сельской экономики в регионах России с учетом потенциала малых городов // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2017. № 4. С. 632–648.
  23. Бочков П.В. Современное состояние развития рынка гостиничных услуг в городе Екатеринбурге // Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-1. С. 1160–1165.
  24. Бударь С.Ю. Проблемы управления мини-гостиницами в курортном городе // Управление и экономика в XXI веке. 2015. № 2. С. 66–70.
  25. Волков С.К. Современное состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг г. Волгограда // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 24. С. 56–58.
  26. Королькова Е.Ю. Характеристика индустрии гостеприимства города Иркутска: гостиницы и другие средства размещения // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2007. № 6. С. 92–94.
  27. Косицына Э.С., Горячева О.В. 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.
28. Прончева О.К. Современные тенденции развития гостиничного хозяйства города Омска // Известия Сочинского государственного университета. 2012. № 4. С. 113–118.
29. Прончева О.К. Актуальные проблемы развития гостиничного рынка города Омска // Казанская наука. 2016. № 5. С. 34–36.
30. Савченко М.Ф., Прокшиц Е.Е. Анализ существующего положения гостиниц в г. Воронеж // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Высокие технологии. Экология. 2015. № 1. С. 345–347.
31. Стребкова Л.Н. Возможности совершенствования качества обслуживания в малых гостиницах города Новосибирска // Сервис в России и за рубежом. 2017. № 4. С. 168–180.
32. Хрипунова А.С., Безуглова М.Н. Развитие гостиничного бизнеса в г. Ростове-на-Дону // Вектор экономики. 2017. № 11. С. 71.
33. Abrate G., Capriello A., Fraquelli G. When quality signals talk: Evidence from the Turin hotel industry // Tourism Management. 2011. Vol. 32. P. 912–921.
34. Balaguer J., Pernias J.C. Relationship between spatial agglomeration and hotel prices. Evidence from business and tourism consumers // Tourism Management. 2013. Vol. 36. P. 391–400.
35. Baldassin L., Gallo M., Mattevi E. Tourism in European cities: Price competitiveness of hotels in towns of artistic interest // Tourism Economics. 2017. Vol. 23. P. 3–28.
36. McNeill D. The hotel and the city // Progress in Human Geography. 2008. Vol. 32. P. 383–398.
37. Rogerson J.M. Market segmentation and the changing budget hotel industry in urban South Africa // Urbani Izziv. 2013. Vol. 24. P. 112–123.
38. Yang Y., Mao Z., Tang J. Understanding Guest Satisfaction with Urban Hotel Location // Journal of Travel Research. 2018. Vol. 57. P. 243–259.
39. Байбаков Э.И., Рубцов В.А. Уровень развития гостиничного хозяйства как ведущий фактор развития туризма в малых исторических городах (на примере г. Елабуга) // Экологический консалтинг. 2015. № 4. С. 10–20.
40. Fulton W., Shigley P. Small towns all over the west are finding new models for change // Planning. 2001. Vol. 67. P. 4–7.
41. Toerien D.F. The ‘Small Town Paradox’ and towns of the Eastern Cape Karoo, South Africa // Journal of Arid Environments. 2018. Vol. 154. P. 89–98.
42. Бирюкова Е.В. Рекреационный потенциал малых исторических городов и их окружения (на примере городов ЦЧР) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология. 2017. № 3. С. 39–45.
43. Габдрахманов Н.К., Рубцов В.А. Специфика развития туризма в малых и средних исторических городах России // Казанский экономический вестник. 2016. № 6. С. 18–21.
44. Чикурова Т.Ю. Формирование механизма партнерских отношений в сфере туризма на уровне малых и средних городов // Вестник Национальной академии туризма. 2012. № 4. С. 24–27.
45. Щегольков Ю.Ю., Метелкина П.В. Развитие туризма в малых городах России // Мир новой экономики. 2017. № 1. С. 86–91.

46. Скосырева Н.П., Бондарец А.В., Чеснокова Ж.А. Аспекты развития рынка труда малых городов // Современные проблемы науки и образования. 2008. № 3. С. 182–184.
47. Pelegrin-Borondo J., Arias-Oliva M., Olarte-Pascual C. Emotions, price and quality expectations in hotel services // Journal of Vacation Marketing. 2017. Vol. 23. P. 322–338.
48. Каменева В.В. Гостиничный бизнес Хабаровского края: вопросы эффективного ценообразования // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 1. С. 38–42.
49. Чернышева Л.А., Якимович Г.Б. Соотношение цены и качества для гостиниц уровня трех и четырех звезд в Санкт-Петербурге // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 21. С. 38–46.
50. Топольник В.Г., Полякова А.В. Количественная оценка качества гостиничных услуг // Стандарты и качество. 2017. № 9. С. 94–98.
51. Печерица Е.В., Шарафанова Е.Е. Развитие гостиничного бизнеса в Центральном федеральном округе Российской Федерации // Вестник Мордовского университета. 2015. № 3. С. 151–162.
52. Gardt M., Broekel T., Gareis P., Litmeyer M.-L. Impact of wind turbines on the development of tourism in Hesse / Zeitschrift fur Wirtschaftsgeographie. 2018. Vol. 62. P. 46–64.
53. Schuttler K. Rural regional development in Hesse // Zeitschrift fur Kulturtechnik und Landentwicklung. 1997. Vol. 38. P. 223–228.
54. Козина А.Т. Практикум по эконометрике. Нижний Новгород: Нижегородский университет, 2011. 96 с.
55. Kendall M.G. Rank correlation methods. London: Griffin, 1970. 202 p.
56. Жертовская Е.В., Якименко М.В. Стратегический мастер-план развития туризма: новый уровень пространственного планирования развития городов – туристских дестинаций // Туризм: право и экономика. 2017. № 4. С. 20–26.
57. Рычихина Н.С. Использование кластерного подхода при разработке стратегии развития туризма в средних и малых городах // Региональная экономика: теория и практика. 2013. № 33. С. 54–59.
58. Иванова О.П. Оценка устойчивого развития кластеров на территории опережающего социально-экономического развития моногорода // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2018. № 6. С. 988–1004.
59. Пыльнева Т.Г., Пыльнев Р.В., Филимонов Д.С. Роль многофункциональных туристско-гостиничных комплексов в развитии кластеров и особых экономических зон // Научные труды Вольного экономического общества России. 2016. Т. 199. С. 604–615.

**Molchanova T.K.***Southern Federal University,  
Rostov-on-Don, Russia***Babich V.A.***Southern Federal University,  
Rostov-on-Don, Russia***Yashalova N.N.***Cherepovets State University,  
Cherepovets, Russia***Ruban D.A.***Southern Federal University,  
Rostov-on-Don, Russia*

### **OPTIMALITY OF RELATIONSHIP OF COST AND QUALITY OF HOTEL SERVICES IN SMALL TOWNS: ANALYSIS OF THE SITUATION IN RUSSIA AND GERMANY**

**Abstract.** Socio-economic development of small towns in Russia is a serious problem that can be addressed through growth of the hospitality industry. Launching new hotels would make it possible to increase the number of tourists, as well as to strengthen external economical relationships. However, client satisfaction with the quality of hotel services itself and its relation to the cost of accommodation are important. The aim of the present work is to study the relationship of cost and quality of hotel services in small towns using the case of the Central Federal District of Russia and Hessen in Germany. The working hypothesis implies that the cost of services should increase together with their quality in the optimal case. The methodology of this work includes collection of data on the cost of accommodation and customer evaluations of services in hotels of small towns of the above-mentioned territories, as well as qualitative (graphical) and quantitative (with correlation coefficient) analysis of their relationship. An analysis of prices for accommodation in standard rooms (cost) and client satisfaction scores (perceived quality) at the hotels of small towns of the Central Federal District reveals total absence of their correlation. This appears both at the level of individual collective accommodation facilities and the level of the entire municipal hospitality industry. By contrast, a similar analysis for Hessen in Germany shows a noticeable cost growth along with the improvement of the quality of services, which should be considered the optimal relationship. This proves an assumption that after reaching a certain level of quality, its further growth triggers a progressive increase in the cost of hotel services. The value of the correlation coefficient for cost and quality of services of the hotel industry of the small towns of the Central Federal District (calculated by town) is  $-0,12$ , and  $+0,72$  in the case of Hessen. Evidently, pricing at hotels is very chaotic in small towns of Russia. This is determined by the irregularity and non-saturation of the local hotel markets and inherently wrong pricing targets (or the absence of such targets). Market mechanisms can contribute to normalization of the situation, but only in the far future. The practical significance of this work is linked to the detection of a significant problem on organizational and municipal levels and discussion of its possible solutions. Relationship of cost and quality of hotel services in small towns of Germany can be adopted as a target. The authors believe that administrative authorities

and professional associations of hoteliers should define the key targets of pricing and encourage entrepreneurs to adhere to them.

**Key words:** hospitality industry; correlation analysis; pricing policy; Hessen; Central federal District.

## References

1. Kruzhalin, V.I., Kiyakbaeva, E.G. (2017). Sovremennye problemy i tendentsii v rossiyskom turizme (Current problems and tendencies in the Russian tourism). *Geograficheskiy Vestnik (Geographical Herald)*, No. 4, 146–153.
2. Morozov, V.Yu., Murashova, Yu.V. (2017). Sovremennye problemy razvitiya gostinichnogo biznesa v Rossiyskoy Federatsii (Current problems of development of hotel business in the Russian Federation). *Servis v Rossii i za Rubezhom (Services in Russia and Abroad)*, No. 3, 6–13.
3. Ponedel'nik, A.A., Yashalova, N.N., Sokovnina, N.V., Ruban, D.A. (2018). Investitsionnyy obraz gostinichnogo khozyaystva v elektronnom prostranstve (na primere krupnykh gorodov Yuga Rossii) (Investment image of the hotel industry in electronic space (by example of big cities of the Russian South)). *Natsional'nye Interesy: Prioritety i Bezopasnost' (National Interests: Priorities and Security)*, No. 1, 121–136.
4. Tarasova, O.Yu., Machalkin, S.E. (2012). Nekotorye osobennosti razvitiya gostinichnogo biznesa v ekonomike Rossii (Some peculiarities of development of hotel business in the economy of Russia). *Vestnik Tambovskogo Universiteta. Seriya: Gumanitarnye Nauki (Herald of the Tambov University: Series: Humanitarian Sciences)*, No. 9, 65–77.
5. Shmytkova, A.V. (2017). Osnovnye tendentsii razvitiya sredstv razmesheniya v Rossii (Main tendencies of development of accommodation facilities in Russia). *Vestnik Natsional'noy Akademii Turizma (Herald of the National Academy of Tourism)*, No. 1, 24–27.
6. *Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure* (2001). Edited by J. Kandampully, C. Mok, B. Sparks Binghamton, The Haworth Hospitality Press, 339.
7. Pecheritsa, E.V., Testina, Ya.S. (2016). *Sistema Menedzhmenta Kachestva Gostinichnykh Uslug (System of Quality Management of Hotel Services)*. Sankt-Peterburg, SPbGEU, 78.
8. Chang, W.-Y. (2014). A study on the key success factors of service quality for international hotels. *Acta Oeconomica*, Vol. 64, 25–37.
9. Jasinskas, E., Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Simanavicius, A. (2016). Impact of hotel service quality on the loyalty of customers. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, Vol. 29, 559–572.
10. Lu, C., Berchoux, C., Marek, M.W., Chen, B. (2015). Service quality and customer satisfaction: Qualitative research implications for luxury hotels. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, Vol. 9, 168–182.
11. Martin, J.C., Roman, C. (2017). Measuring service quality in the hotel industry: The value of user generated content. *Tourism*, Vol. 65, 390–405.
12. Rauch, D.A., Collins, M.D., Nale, R.D., Barr, P.B. (2015). Measuring service

- quality in mid-scale hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27, 87–106.
13. Babich, V.A., Molchanova, T.K., Ruban, D.A. (2018). Sootnoshenie tseny i kachestva gostinichnykh uslug v malykh gorodakh Yuga Rossii (Relationship between price and quality of hotel services in small towns of the Russian South). *Ekonomika i Predprinimatel'stvo (Economy and Entrepreneurship)*, No. 5, 675–679.
  14. Gnezdilova, V.V., Ruban, D.A. (2017). Stoimost' i kachestvo razmeshheniya v gostinitsakh laksheri-segmenta krupnykh gorodov Rossii (Cost and quality of accommodation in hotels of luxury segment of big cities of Russia). *Novye Tekhnologii (New Technologies)*, No. 4, 139–144.
  15. Montes, C. (2012). Small towns in North America. *Bulletin d'Association de Geographes Francais*, Vol. 89, 571–583.
  16. Babaev, B.D., Krupin, A.I., Chekmarev, V.V. (2012). Malye goroda: kontseptual'nyy vzglyad (Small towns: conceptual view). *Vestnik Kostromskogo Gosudarstvennogo Universiteta im. N.A. Nekrasova (Herald of the Kostroma State University named after N.A. Nekrasov)*, No. 3, 165–168.
  17. Bondarskaya, O.V. (2014). Malyy gorod kak prostranstvennaya sotsial'no-ekonomicheskaya sistema (Small town as a spatial socio-economical system). *Sotsial'no-Ekonomicheskie Yavleniya i Protssesy (Socio-Economical Phenomena and Processes)*, No. 7, 17–22.
  18. Kuznetsov, S.V., Chernysheva, E.A. (2012). Problemy ustoychivogo razvitiya malykh gorodov Rossiyskoy Federatsii (Problems of sustainable development of small towns of the Russian Federation). *Ekonomika i Upravlenie (Economy and Management)*, No. 4, 123–126.
  19. Per'kova, M.V. (2014). Malye goroda kak faktor ustoychivogo razvitiya territoriy (Small towns as a factor of sustainable development of a territory). *Vestnik Belgorodskogo Gosudarstvennogo Tekhnologicheskogo Universiteta im. V.G. Shukhova (Herald of the Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov)*, No. 4, 63–66.
  20. Pryadko, I.P., Shnyrenkov, E.A. (2017). Proshloe i budushhee srednikh i malykh gorodov: sotsial'no-ekonomicheskii aspekt (Past and future of medium-sized and small towns: socio-economical aspect). *Ekonomika i Predprinimatel'stvo (Economy and Entrepreneurship)*, No. 3-2, 430–435.
  21. SinitSYna, O.V. (2009). Osobennosti razvitiya malykh gorodov Rossii (Peculiarities of development of small towns in Russia). *Regional'naya Ekonomika: Teoriya i Praktika (Regional Economy: Theory and Practice)*, No. 28, 53–56.
  22. Sheresheva, M.Yu., Oborin, M.S., Shimuk, O.V. (2017). Razrabotka napravleniy diversifikatsii sel'skoy ekonomiki v regionakh Rossii s uchetom potentsiala malykh gorodov (Development of directions of agrarian economy in regions of Russia with account of potential of small towns). *Vestnik Permskogo Universiteta. Seriya: Ekonomika (Herald of the Perm University. Series: Economics)*, No. 4, 632–648.
  23. Bochkov, P.V. (2017). Sovremennoe sostoyanie razvitiya rynka gostinichnykh uslug v gorode Ekaterinburge (Current state of development of the market of hotel services in the city of Ekaterinburg).

- Ekonomika i Predprinimatel'stvo (Economy and Entrepreneurship)*, No. 9-1, 1160–1165.
24. Budar', S.Yu. (2015). Problemy upravleniya mini-gostinitsami v kurortnom gorode (Problems of management of mini-hotels in a resort town). *Upravlenie i Ekonomika v XXI veke (Management and Economy in the 21<sup>st</sup> Century)*, No. 2, 66–70.
25. Volkov, S.K. (2011). Sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya rynka gostinichnykh uslug g. Volgograda (Current state and perspectives of development of the market of hotel services in the city of Volgograd). *Regional'naya Ekonomika: Teoriya i Praktika (Regional Economy: Theory and Practice)*, No. 24, 56–58.
26. Korol'kova, E.Yu. (2007). Kharakteristika industrii gostepriimstva goroda Irkutsk: gostinitsy i drugie sredstva razmeshheniya (A characteristics of the hospitality industry of the city of Irkutsk: hotels and the other accommodation facilities). *Izvestiya Irkutskoy Gosudarstvennoy Ekonomicheskoy Akademii (Proceedings of the Irkutsk State Economical Academy)*, No. 6, 92–94.
27. Kositsyna, E.S., Goryacheva, O.V. (2009). Razvitie turizma i gostinichnykh kompleksov v Volgograde i Volgogradskoy oblasti (Development of tourism and hotel complexes in Volgograd and the Volgograd Region). *Vestnik Volgogradskogo Gosudarstvennogo Arkhitekturno-Stroitel'nogo Universiteta. Seriya: Stroitel'stvo i Arkhitektura (Herald of the Volgograd State Architectural-Building University. Series: Building and Architecture)*, No. 13, 152–155.
28. Proncheva, O.K. (2012). Sovremennye tendentsii razvitiya gostinichnogo khozyaystva goroda Omska (Current tendencies of development of the hotel industry of the city of Omsk). *Izvestiya Sochinskogo Gosudarstvennogo Universiteta (Proceedings of the Sochi State University)*, No. 4, 113–118.
29. Proncheva, O.K. (2016). Aktual'nye problemy razvitiya gostinichnogo rynka goroda Omska (Urgent problems of development of the hotel market in the city of Omsk). *Kazanskaya Nauka (Kazan Science)*, No. 5, 34–36.
30. Savchenko, M.F., Prokshits, E.E. (2015). Analiz sushhestvuyushhego polozheniya gostinits v g. Voronezh (An analysis of the current state of hotels in the city of Voronezh). *Nauchnyy Vestnik Voronezhskogo Gosudarstvennogo Arkhitekturno-Stroitel'nogo Universiteta. Seriya: Vysokie Tekhnologii. Ekologiya (Scientific Herald of the Voronezh State Architectural-Building University. Series: High Technologies. Ecology)*, No. 1, 345–347.
31. Strebkova, L.N. (2017). Vozmozhnosti sovershenstvovaniya kachestva obsluzhivaniya v malykh gostinitsakh goroda Novosibirsk (Possibilities for improvement in the quality of service in small hotels of the city of Novosibirsk). *Servis v Rossii i za Rubezhom (Service in Russia and Outside)*, No. 4, 168–180.
32. Khripunova, A.S., Bezuglova, M.N. (2017). Razvitie gostinichnogo biznesa v g. Rostove-na-Donu (Development of hotel business in the city of Rostov-on-Don). *Vektor Ekonomiki (Vector of Economy)*, No. 11, 71.
33. Abrate, G., Capriello, A., Fraquelli, G. (2011). When quality signals talk: Evidence from the Turin hotel industry. *Tourism Management*, Vol. 32, 912–921.
34. Balaguer, J., Pernias, J.C. (2013). Relationship between spatial

- agglomeration and hotel prices. Evidence from business and tourism consumers. *Tourism Management*, Vol. 36, 391–400.
35. Baldassin, L., Gallo, M., Mattevi, E. (2017). Tourism in European cities: Price competitiveness of hotels in towns of artistic interest. *Tourism Economics*, Vol. 23, 3–28.
36. McNeill, D. (2008). The hotel and the city. *Progress in Human Geography*, Vol. 32, 383–398.
37. Rogerson, J.M. (2013). Market segmentation and the changing budget hotel industry in urban South Africa. *Urbani Izziv*, Vol. 24, 112–123.
38. Yang, Y., Mao, Z., Tang, J. (2018). Understanding Guest Satisfaction with Urban Hotel Location. *Journal of Travel Research*, Vol. 57, 243–259.
39. Baybakov, E.I., Rubtsov, V.A. (2015). Uroven' razvitiya gostinichnogo khozyaystva kak vedushhiy faktor razvitiya turizma v malykh istoricheskikh gorodakh (na primere g. Elabuga) (The level of development of hotel industry as a driver of development of tourism in small historical towns (By example of the town of Elabuga)). *Ekologicheskii Konsalting (Ecological Consulting)*, No. 4, 10–20.
40. Fulton, W., Shigley, P. (2001). Small towns all over the west are finding new models for change. *Planning*, Vol. 67, 4–7.
41. Toerien, D.F. (2018). The 'Small Town Paradox' and towns of the Eastern Cape Karoo, South Africa. *Journal of Arid Environments*, Vol. 154, 89–98.
42. Biryukova, E.V. (2017). Rekreatsionnyy potentsial malykh istoricheskikh gorodov i ikh okruzheniya (na primere gorodov TsChR) (Recreation potential of small historical towns and their vicinities (by example of towns of the CBSR)). *Vestnik Voronezhskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya: Geografiya. Geoekologiya (Herald of the Voronezh State University: Series: Geography. Geoecology)*, No. 3, 39–45.
43. Gabdrakhmanov, N.K., Rubtsov, V.A. (2016). Spetsifika razvitiya turizma v malykh i srednikh istoricheskikh gorodakh Rossii (Specific features of tourism development in small and medium-sized towns of Russia). *Kazanskiy Ekonomicheskii Vestnik (Kazan Economical Herald)*, No. 6, 18–21.
44. Chikurova, T.Yu. (2012). Formirovanie mekhanizma partnerskikh otnosheniy v sfere turizma na urovne malykh i srednikh gorodov (Formation of mechanism of partnership in the sphere of tourism on the level of small and medium-sized towns). *Vestnik Natsional'noy Akademii Turizma (Herald of the National Academy of Tourism)*, No. 4, 24–27.
45. Shhegol'kov, Yu.Yu., Metelkina, P.V. (2017). Razvitie turizma v malykh gorodakh Rossii (Tourism development in small towns of Russia). *Mir Novoy Ekonomiki (World of New Economy)*, No. 1, 86–91.
46. Skosyreva N.P., Bondarets A.V., Chesnokova Zh.A. (2008). Aspekty razvitiya rynka truda malykh gorodov (Aspects of labour market development in small towns). *Sovremennye Problemy Nauki i Obrazovaniya (Current Problems of Science and Education)*, No. 3, 182–184.
47. Pelegrin-Borondo, J., Arias-Oliva, M., Olarte-Pascual, C. (2017). Emotions, price and quality expectations in hotel services. *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 23, 322–338.
48. Kameneva, V.V. (2011). Gostinichnyy biznes Khabarovskogo kraya: voprosy



- effektivnogo tsenoobrazovaniya (Hotel business of the Khabarovsk Region: questions of efficient pricing). *Regional'naya Ekonomika: Teoriya i Praktika (Regional Economy: Theory and Practice)*, No. 1, 38–42.
49. Chernysheva, L.A., Yakimovich, G.B. (2015). Sootnoshenie tseny i kachestva dlya gostinits urovnya trekh i chetyrekh zvezd v Sankt-Peterburge (Relationship between price and quality for hotels of the 3-star and 4-star level in Sankt-Peterburg). *Ekonomicheskij Analiz: Teoriya i Praktika (Economic Analysis: Theory and Practice)*, No. 21, 38–46.
50. Topol'nik, V.G., Polyakova, A.V. (2017). Kolichestvennaya otsenka kachestva gostinichnykh uslug (Quantitative evaluation of quality of hotel services). *Standarty i Kachestvo (Standards and Quality)*, No. 9, 94–98.
51. Pecheritsa, E.V., Sharafanova, E.E. (2015). Razvitie gostinichnogo biznesa v Tsentral'nom federal'nom okruge Rossiyskoy federatsii (Development of hotel business in the Central Federal Distric of the Russian Federation). *Vestnik Mordovskogo Universiteta (Herald of the Mordovia University)*, No. 3, 151–162.
52. Gardt, M., Broekel, T., Gareis, P., Litmeyer, M.-L. (2018). Impact of wind turbines on the development of tourism in Hesse. *Zeitschrift fur Wirtschaftsgeographie*, Vol. 62, 46–64.
53. Schuttler, K. (1997). Rural regional development in Hesse. *Zeitschrift fur Kulturtechnik und Landentwicklung*, Vol. 38, 223–228.
54. Kozinova, A.T. (2011). *Praktikum po Ekonometrike (Practicum in Econometrics)*. Nizhniy Novgorod, Nizhegorodskiy universitet, 96.
55. Kendall, M.G. (1970). Rank correlation methods. London, Griffin, 202.
56. Zhertovskaya, E.V., Yakimenko, M.V. (2017). Strategicheskij master-plan razvitiya turizma: novyy uroven' prostranstvennogo planirovaniya razvitiya gorodov – turistских destinatsiy (Strategic master-plan of tourism development: a new level of spatial planning of development of towns – tourist destinations). *Turizm: Pravo i Ekonomika (Tourism: Law and Economy)*, No. 4, 20–26.
57. Rychikhina, N.S. (2013). Ispol'zovanie klasterного podkhoda pri razrabotke strategii razvitiya turizma v srednikh i malykh gorodakh (Use of cluster approach for creation of the strategy of development of tourism in medium-sized and small towns). *Regional'naya Ekonomika: Teoriya i Praktika (Regional Economy: Theory and Practice)*, No. 33, 54–59.
58. Ivanova, O.P. (2018). Otsenka ustoychivogo razvitiya klasterov na territorii operezhayushhego sotsial'no-ekonomicheskogorazvitiyamonogoroda (Evaluation of sustainable development of clusters on a territory of advanced socio-economical development of a mono-town). *Natsional'nye Interesy: Prioritety i Bezopasnost' (National Interests: Priorities and Security)*, No. 6, 988–1004.
59. Pyl'neva, T.G., Pyl'nev, R.V., Filimonov, D.S. (2016). Rol' mnogofunktional'nykh turistsko-gostinichnykh kompleksov v razvitii klasterov i osobykh ekonomicheskikh zon (The role of multi-functional tourism-hotel complexes in the development of clusters and special economical zones). *Nauchnye Trudy Vol'nogo Ekonomicheskogo Obshhestva Rossii (Scientific Proceedings of the Free Economical Society of Russia)*, Vol. 199, 604–615.

### Information about the authors

**Molchanova Tatyana Konstantinovna** – Master’s Degree Student, Higher School of Business, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia (344019, Rostov-on-Don, 23-ya liniya Street, 43); e-mail: studentsrda@mail.ru.

**Babich Valeria Andreevna** – Master’s Degree Student, Higher School of Business, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia (344019, Rostov-on-Don, 23-ya liniya Street 43); e-mail: studentsrda@yandex.ru.

**Yashalova Natalia Nikolaevna** – Doctor of Economical Sciences, Associate Professor, Head of Department of Economics and Management, Business School, Cherepovets State University, Cherepovets, Russia (162600, Vologda Region, Cherepovets, Sovetskiy Avenue, 10); e-mail: natalij2005@mail.ru.

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

**Для цитирования:** Молчанова Т.К., Бабич В.А., Яшалова Н.Н., Рубан Д.А. Оптимальность соотношения стоимости и качества гостиничных услуг в малых городах: анализ положения в России и Германии // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2018. Т. 17, № 5. С. 772–797. DOI: 10.15826/vestnik.2018.17.5.035.

**For Citation:** Molchanova T.K., Babich V.A., Yashalova N.N., Ruban D.A. Optimality of Relationship of Cost and Quality of Hotel Services in Small Towns: Analysis of the State in Russia and Germany. *Bulletin of Ural Federal University. Series Economics and Management*, 2018, Vol. 17, No. 5, 772–797. DOI: 10.15826/vestnik.2018.17.5.035.

**Информация о статье:** дата поступления 29 августа 2018 г.; дата принятия к печати 27 сентября 2018 г.

**Article Info:** Received August 29, 2018; Accepted September 27, 2018.