



*Юлия Цельковская, директор по маркетингу УК «Аккорд Менеджмент Групп»*

## **КОНЦЕПЦИЯ СТРОИТСЯ НА ИДЕЕ**

*В основе каждого успешного проекта лежит ИДЕЯ. Уже потом развитая, дополненная, экономически обоснованная и доказанная, именно она, зародившаяся поначалу на интуитивном уровне, постепенно обретает форму и набирает силу, притягивая к себе людей и ресурсы, которые помогают ей воплотиться.*

### ЗАЧЕМ НУЖНА КОНЦЕПЦИЯ

Концепция любого бизнеса призвана показать его будущую структуру, модель функционирования, обосновать финансовую привлекательность проекта для владельца, и объяснить ценность предоставляемых услуг для будущего клиента. Написанная на бумаге, концепция отеля потом воплощается в архитектурных эскизах и технических заданиях и становится отправной точкой для этапа реализации проекта.

Как правило, это происходит по следующему сценарию. Проведенные маркетинговые исследования

позволяют выявить соотношение спроса и предложения на услуги размещения в отеле для данной территории и уровень конкуренции, описать будущий сегмент потребителей его услуг и дать характеристику предпочтений, ожиданий и финансовых возможностей этих людей. На основе анализа полученных данных можно предположить основные конкурентные преимущества будущего гостиничного комплекса, которые лягут в основу концепции отеля. Затем проводится зонирование территории, готовится технико-экономическое обоснование и задание архитекторам на разработку проекта отеля.

### ВЫБОР ПЛОЩАДКИ

Идеальные площадки под строительство загородных отелей находятся, как правило, в рекреационных зонах, в местах с неповторимым сочетанием природных факторов, исторического и культурного наследия. Часто сама уникальная комбинация факторов рождает идею концептуального позиционирования будущего объекта гостеприимства.

Далее придется оценить площадку по удаленности от городских центров и по площади участка, отведенного под строительство. Оптимально, если удаленность объекта от города находится в пределах 1–3 часов езды на машине. Это связано с тем,



что основными гостями загородных отелей (если это не курортная зона) становятся жители близлежащих городов. Кто-то желает отдохнуть, кто-то поработать в стенах загородной резиденции, иногда требуется совместить одно с другим. Рекомендуемая площадь участка, в зависимости от номерного фонда отеля, от 6 до 20 га. Для загородных отелей очень важна спортивно-оздоровительная составляющая, соответственно будущему объекту нужна большая рекреационная зона и много места для создания спортивных и оздоровительных комплексов.

Загородный отдых может быть доступен и на территории отеля, расположенного в городской черте. Примером тому может служить проект создания Парк-отеля «Петровский» в Ярославле. Гостиничный комплекс разместился на территории Петропавловского парка. Это старейший русский провинциальный парк при

мануфактуре с каскадом сложных гидротехнических сооружений. Уникальный как в архитектурном, так и в рекреационно-культурном аспектах проект включал в себя комплексную реконструкцию и реставрацию существующих зданий и прудов с инженерными коммуникациями. Была восстановлена система регулярного французского парка.

Многофункциональный гостиничный комплекс включает два Гостевых дома – оба отеля уровня 4\* на 84 и 49 номеров, Дом управляющего – на 12 персон, Дом приемов, рассчитанный на обслуживание 250 гостей. При этом здесь есть и все необходимое для деловых туристов от Wi-Fi до бизнес-центра. На 33 гектарах территории комплекса расположено 5 каскадных прудов и регулярный парк. Пруды пригодны не только для ловли рыбы и любования красотами окружающего пейзажа. Здесь расположен банный комплекс Петровские купальни, а также SPA- и фитнес-центры,

где созданы все условия для оздоровления и восстановления сил. Территорию парка можно объехать на велосипеде, а при желании и на коньках, здесь можно устроить торжественный прием и романтический ужин на природе. Чем не загородный отдых?

### ЗОНИРОВАНИЕ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ

Сочетание возможностей обслуживания бизнес-туристов и гостей, приехавших с рекреационной целью, в Ярославском проекте существенно расширяет число потенциальных посетителей. Но при наличии нескольких различных сегментов потребителей возникает ряд специфических сложностей. В этом случае необходимо разделить потоки гостей загородного отеля. Например, среди основных групп отеля – семейные пары с детьми и без, дружеские компании, туристы – индивидуалы и корпоранты. Ожидания каждой из этих категорий свои и иногда противоречат



интересам друг друга. Если гости, отдыхающие по индивидуальной программе, больше внимания уделяют оздоровительным процедурам, то корпоранты сосредоточены на развлекательной программе. Для отеля же это основные и взаимодополняющие категории, позволяющие нивелировать сезонность в загрузке. Обеспечить комфорт пребывания каждой группы можно уже на стадии проектирования, грамотно разделив зоны проведения досуга с учетом технологии обслуживания гостей.

### АТТРАКТИВНЫЙ ФАКТОР

Отели, находящиеся за пределами оптимальной транспортной удаленности от городов, не будут испытывать проблем с загрузкой лишь при условии наличия «аттрактивного фактора», то есть чего-то такого, зачем гости могли бы ехать дальше, нежели обычно. Очень хорошо, если отель будет удовлетворять оптимальным критериям удаленности и площади, и при этом

иметь еще и «аттрактивный фактор».

Примером такого сочетания может служить концепция загородного отеля в районе Тарусы. Город находится в 75 км к северо-востоку от Калуги и в 135 км к югу от Москвы, на возвышенном левом берегу Оки при впадении в нее реки Тарусы. Природа этого места, вдохновлявшая Цветаеву, Паустовского, Поленова, как нельзя лучше подходит для времяпровождения, посвященного восстановлению сил и оздоровлению души и тела. Основным ядром будущего отеля на 120 номеров станет СПА-клиника. Но это не просто загородный отель со СПА-зоной, но еще и современный медицинский центр, где гости будут иметь возможность сделать сложные пластические операции и провести курс реабилитации. При этом они смогут проводить время на свежем воздухе, наслаждаться природой и пользоваться сервисом отеля мирового уровня. Другой категорией

гостей станут люди, желающие пройти полный курс медицинского обследования и провести полноценный курс восстановления жизненных сил и работоспособности без необходимости надолго отрываться от работы и семьи.

Трогательность типично русского пейзажа Тарусы навела на мысль о создании на обширной территории, прилегающей к загородному комплексу, тематических рекреационных зон: «Мастерская народного творчества», «Русское чаепитие». Это не помешало использованию в архитектурной концепции комплекса современных форм зданий и материалов, а в расположении зданий и в интерьерах – основных принципов учения фен-шуй.

### УПРАВЛЕНИЕ И ЭКСПЛУАТАЦИЯ

При управлении проектом и эксплуатации действующего загородного отеля есть свои правила и ограничения.





Например, в связи с тем, что площадки удалены от основных инженерных коммуникаций городов, придется закладывать большую сумму на создание собственной автономной системы обеспечения отеля светом, теплом и водой. Продолжительность пребывания гостей в рекреационных отелях на порядок выше, чем в городских, и составляет от 1 до 4 недель. Поэтому будет разумней запроектировать более просторные номера, предусмотреть несколько

тематических ресторанов и разнообразить перечень дополнительных услуг оздоровительной, развлекательной и спортивной инфраструктуры, так как развлечения отеля могут являться единственно доступными из-за обособленного расположения гостиничного комплекса. Кроме того, предложение дополнительных услуг будет способствовать увеличению рентабельности предприятия. Зарубежный опыт показывает, что руководство деятельностью всех подразделений лучше поручить одной управляющей компании. Только функционирование медицинских центров и центров СПА может оставаться под отдельным управлением.

### ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТНОЙ ЧАСТИ

Проект парк-отеля «Петровский» показателен еще и в разрезе оптимизации технологии работы службы питания и напитков. На обширной территории

комплекса расположены два ресторана при гостиницах, рыбный ресторан и два кафе; в Доме приемов предполагается проведение банкетов и приемов, кроме того, устроить званый ужин можно будет и в парковой зоне. Обслуживать все это будет единый заготовочный цех, производящий полуфабрикаты для использования в цехах всех предприятий питания комплекса. Благодаря современному оборудованию и новым технологиям обработки продуктов качество блюд, приготовленных из таких полуфабрикатов, ни в чем не уступает блюдам, только что произведенным. Тогда как скорость обслуживания возрастает в разы, затраты на оснащение кухонь при каждом ресторане падают, а высвобождаемую, благодаря этому площадь можно использовать, например, для размещения дополнительных посадочных мест в зале. Кроме этого, в комплексе объединены технологические мощно-





сти хозяйственных служб и служб персонала.

Оптимизация затратной части проекта в значительной степени помогает при поиске девелоперов. При сравнительно невысоком интересе инвесторов к гостиничным проектам вообще, к загородным комплексам он еще ниже. В ситуации нынешнего экономического спада в ближайшие год-два вряд ли придется говорить о новых проектах загородных отелей. Хотя введение гостиничной составляющей, например в масштабные проекты организованного загородного коттеджного строительства, может помочь стабилизации этих двух направлений бизнеса.

Проиллюстрировать это утверждение можно примером проекта создания многофункционального загородного рекреационного гостиничного комплекса в п. Большой Утриш (Анапский район Краснодарского

края). Участок в 20 га имеет выход к морю и граничит с природным заповедником «Большой Утриш». Помимо дельфинария, океанариума, яхт-клуба с парусной мариной, гостиничного комплекса на 200 номеров, СПА-центра и зоны активного отдыха, в состав комплекса войдут апартаменты гостиничного типа – сблокированные таунхаусы с

площадью домовладений в 80 квадратных метров. Единая инфраструктура комплекса позволит хозяевам частных домов разнообразить свой досуг, упростить решение бытовых проблем, а также получать доход от сдачи апартаментов в аренду под размещение гостей комплекса. Причем заниматься этим может управляющая компания, снимая с собственника все заботы о поиске арендаторов и поддержании своей резиденции в порядке во время отсутствия хозяев. Для гостиницы постояльцы и владельцы апартаментов являются дополнительным сегментом пользователей развлекательных и оздоровительных услуг комплекса. Для инвестора продажа апартаментов на первом этапе сдачи объекта является дополнительным источником финансирования следующих очередей, и это делает проект более привлекательным. Думается, что подобные проекты со временем станут очень популярными.

