

Как открыть отель и не прогореть



Артур ЛУПАШКО

основатель управляющей компании Ribas Hotels Group

Несколько практических советов, о которых можно узнать лишь совершив собственные ошибки.

Артур Лупашко, основатель первого украинского отельного оператора Ribas Hotels Group, раскрывает секрет того, как открыть собственный прибыльный отель и занять достойное место на рынке.

Гостиничный бизнес на территории Украины является одним из самых прибыльных, особенно в последние годы, когда привычные курорты в Крыму стали недоступны для украинцев. Главной особенностью данного направления является то, что владельцы отелей и баз отдыха стараются ориентироваться на европейские стандарты.

ПРАВИЛО №1: БЮДЖЕТ — ЗАЛОГ ПОЛОВИНЫ УСПЕХА

Самое первое и основное, что следует сделать прежде, чем открыть собственную гостиницу — это правильно рассчитать бюджет и определиться с местоположением отеля.

На сегодня, согласно данным, которые предоставил наш отдел мар-

кетинга, анализируя потоки заявок и поведение потенциального гостя на всех каналах продаж, для гостей гостиницы существует два основных фактора, влияющих на выбор: цена и местоположение. Исходя из этих показателей, советую будущему собственнику отеля как можно тщательнее подойти к подбору помещения или участка для строительства.

Следует обратить внимание на насыщенность рынка на данной территории, какое соотношение спроса и предложения, развита ли инфраструктура, а также на то, какая средняя стоимость и средняя загрузка по месяцам в отелях различных уровней по данному региону.

Обратите внимание и на населенный пункт: насколько удобной является транспортная доступность для планируемой целевой аудитории и зависит ли средняя цена на удаленность от точки, ради которой съезжают гости в данный район. Это может быть и пляж, и подъемник, и исторический/деловой центр города, и концертная арена.

Работа над ошибками

Например, покупка участка земли вдвое дешевле по причине, что это территория третьей линии от моря за \$200 тыс., в противовес \$400 тыс. на первой линии и со своим пляжем. А затем непосредственно само строительство отеля за \$800 тыс. В общей сложности инвестор сэкономил немалым больше 20% от стоимости проекта, однако в итоге потерял 30-40% прибыли из-за сниженной стоимости номеров и среднего чека в ресторане при отеле. Именно бла-

годаря такой мифической экономии увеличивается период окупаемости проекта.

ПРАВИЛО №2: СНАЧАЛА ФИНАНСЫ — ПОТОМ УЧАСТОК

Следующим не менее важным пунктом в анализе является выбор целевой аудитории и финансовое моделирование проекта до того, как приступить к поиску участка или помещения под строительство гостиницы. Не стану повторять такую очевидную вещь, как то, что этим должны заниматься исключительно профессионалы, специализирующиеся на создании концепта отеля и финансового моделирования будущих объектов.

Команда работающая над проектированием должна состоять из гостиничных экспертов и архитекторов. При её выборе несомненно следует обратить внимание на отели, которые уже были реализованы или находящиеся под управлением компании. Обязательно прочитайте все до единого отзывы об отелях в сети.

Главную ошибку можно допустить, выбрав архитектора, впервые проектирующего объект HoReCa.

Экономить на авторском надзоре, если вы рассчитываете получить именно то, над чем работала команда, никак нельзя. Наша команда, будучи гостиничными экспертами, следит за каждым из этапов создания отеля — от концепции до запуска.

Прежде чем приступить к чертежам и техническим вопросам, Ribas Hotels Group внимательно анализирует данные, полученные в результате

маркетинговых исследований и выбора ЦА, и непосредственное место строительства с его достоинствами и недостатками, выбираем наиболее подходящий концепт для этого пространства.

Не стоит забывать, что концепция — та самая основа, на которой строится вся без преувеличения атмосфера отеля. Нельзя пренебрегать фирменным выраженным стилем, ведь слишком типичная гостиница рискует быть быстро забытой. По своему опыту скажу, что я посетил сотни отелей по всему миру, но помню лишь те, которые смогли впечатлить меня своей выразительностью и гостеприимством.

ПРАВИЛО №3: ПРАВИЛЬНЫЙ РАСЧЕТ

На стадии планировки и зонирования команда рассчитывает точное количество номеров и их площадь, а также место под общественные пространства, исходя из результатов исследования ЦА, и хозяйственных помещений, основываясь на технологии производства гостиничных услуг и логистики персонала и гостей.

Довольно часто можно столкнуться с тем, что в отелях приходится ездить в лифте или подниматься по лестнице с персоналом, а в коридорах наблюдать выгрузку грязного белья или продуктов в ресторан. Подобные нюансы, которые не были учтены на этапе проектирования, оставляют не самое приятное впечатление у гостей во время пребывания и снижают уровень вашей гостиницы.



Кстати, часто случается, что в отеле не предусмотрено необходимое количество складских, кладовых помещений для горничных, технического персонала и т.д. Главная задача заключается в том, чтобы предусмотреть максимально точное количество необходимых помещений и их площадь, дабы не утратить при этом полезную площадь номеров и ресторана.

Хотелось бы поделиться недавним моим наблюдением. В ходе нашего маркетингового исследования курортного отеля было выявлено 3 из 10 главных параметра потребительских качеств: удобная кровать, максимальная шумоизоляция и большой санузел. Я убежден, что эти параметры подходят для любого из отелей. И для меня крайне удивительным является то, что многие отели до сих пор не предусматривают эти must have качества.

Снова повторюсь: все нюансы, вплоть до мельчайших деталей, должны быть учтены на стадии проектирования. Строительство — это лишь реализация четко продуманного плана под трепетным надзором автора. А вот выбор подрядчиков для строительных и отделочных работ — дело хозяйское! В данном случае вовсе не обязательно выбор должен пасть на

опытных в гостиничном строительстве компаний.

Практика

Но все же пару советов я дам. Прежде всего, мебель, материалы, оборудование в номерах, хозяйских помещениях и пищеблоке должны быть определены на стадии проектирования и заказаны уже в самом начале строительства. Нередко запуск отеля задерживается именно из-за недостающих элементов мебели или оборудования. А ведь каждый день простоя — это финансовые потери.

Рекомендую нанять управляющего отелем не позднее чем за 2 месяца до запланированного запуска. Передайте ему отель после строителей. В отличие от других общественных строений, в гостинице каждое, даже самое незначительное пятнышко на стене будет замечено и отмечено требовательными гостями. Сдача объекта — тщательный этап.

Ни за что не экономьте на оборудовании, с которым гости будут контактировать ежедневно (фены, сейфы, мини-бары, смесители и прочее). Отличие в цене незначительное, но это избавит вас от разочарований, когда постояльцы будут оставлять отзывы о своем пребывании в одном из номеров.