

# ФОКУС НА ОСНАЩЕНИЕ

## АКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА АПАРТ-ОТЕЛЕЙ ДАЕТ СТИМУЛ ДЛЯ РОСТА СМЕЖНЫХ ОТРАСЛЕЙ, В ЧАСТНОСТИ ИНЖЕНЕРИИ И СОПУТСТВУЮЩИХ РЕШЕНИЙ. И ДЕВЕЛОПЕРЫ, КОТОРЫЕ ГОТОВЯТ К ВЫХОДУ НОВЫЕ ПРОЕКТЫ, ОБРАЩАЮТСЯ К ОПЫТУ «СТАРШИХ КОЛЛЕГ» ИЗ ТРАДИЦИОННОГО ОТЕЛЬНОГО СЕГМЕНТА.

АРИНА МАКАРОВА

Гостиничный опыт активно используется в связи с тем, что большая часть проектов, которые выводятся на рынок, относятся к сегменту сервисных апарт-отелей, предназначенных для временного проживания и сертифицируются как отели. По прогнозам, к 2021 году по номерному фонду в Петербурге традиционные гостиницы и апарт-отели будут находиться примерно в одной «весовой категории». Более того, как считают аналитики, гостиницы конкуренцию будут проигрывать, так как путешественники все чаще предпочитают жить в отдельных квартирах или в юнитах в апарт-отелях.

**ТРЕБОВАНИЯ ВЫШЕ** Строить апарт-отель для девелопера труднее, чем обычный жилой дом: другая логистика, сложнее инженерия. Нагрузка на системы кондиционирования и вентиляции помещений, отопление, пожаротушение, водопровод и канализацию гораздо выше, а критерии — жестче. Это обусловлено высокими требованиями к надежности и качеству обеспечения воздушно-теплого комфорта, с одной стороны, а с другой — с многофункциональным зонированием. Ведь в таких проектах под одной крышей объединены апартаменты, рестораны, бары, салоны красоты, спортивные комплексы, бассейны, торговые зоны.

«К апартаментам предъявляются те же требования, что и к гостиничным номерам. Большинство апартаментов, купленных в нашем комплексе VALO, предназначены для инвестиционных целей (порядка 80%),

то есть будут сданы в аренду. Это значит, что, помимо эстетических решений, нужно предусмотреть вандалоустойчивость, ремонтпригодность, эргономичность дальнейшего использования, а также эффективность эксплуатации. Эти требования и ложатся в основу выбора инженерных решений, технического оснащения и оборудования номеров», — говорит генеральный директор ООО «Вало Сервис» Константин Сторожев.

По словам генерального директора управляющей компании Cronwell Management Алексея Мусакина, при предоставлении, по сути, гостиничных услуг все апартаменты должны быть оснащены одинаково, поэтому, к примеру, отделка все равно приобретает у одного-двух поставщиков. «Профессиональных поставщиков коммерческого оборудования по каждому виду — три-пять, не более. Зарубежные производители необходимы для основного кухонного оборудования, кондиционирования, прачечной, так как нет российских аналогов. Остальное можно найти на нашем рынке», — рассказывает он.

Качественная инженерия требует существенных затрат, считают эксперты. При этом, как отмечает Константин Сторожев, многие проекты апартаментов за счет уменьшения штата, а также привлечения низкоквалифицированных сотрудников оптимизируют свои затраты. «Однако это буквально путь в никуда. В индустрии гостеприимства, особенно в нашей стране, на персонале и его компетенциях экономить нельзя. В нашем проекте VALO,

например, штат сервисного персонала к запуску всех трех очередей составит порядка 500 сотрудников», — говорит Константин Сторожев. — Правила сертификации выдвигают целый ряд требований к квалификации персонала апарт-отелей: они должны иметь профильное образование в гостиничной области, владеть иностранными языками, уметь грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях».

**ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ ДОБАВИТ УМА** По словам председателя инженерного комитета НП «Российская гильдия управляющих и девелоперов» Сергея Воробьева, рынок инженерных и сопутствующих «умных» технологий готов предоставить свои услуги и предложить даже больше, чем сегодня могут внедрять сетевые отели. «Безусловно, девелоперам и управляющим компаниям апарт-отелей нужен опыт „старших коллег“ из гостиничного бизнеса. Но апарт-отелям, на мой взгляд, не нужно перенимать весь их опыт, так как рынок сетевых отелей очень консервативен. Сегодня, когда меняется общая модель экономики (sharing economy), когда приходит другое поколение потребителей, всем проектам нужно искать новые решения и пути для завоевания потребителя и привлечения внимания к себе», — рассуждает он. — Как и в гостиничном бизнесе, в инженерных решениях есть свои „старшие коллеги“, и некоторые из них почивают на лаврах — заслуженно, конечно, но мир идет вперед. Новым проектам нужны инновационные решения, интернет ве-

щей, удобные и простые интерфейсы», — говорит Сергей Воробьев.

Как отмечают специалисты в Russian IoT, интернет вещей для отелей (апарт-отелей) находится пока на начальном этапе развития. Однако уже сейчас намечаются значительные перспективы в данной области. В пример эксперты приводят гостиничную сеть Marriott International, которая в сотрудничестве с Samsung и Legrand в конце осени 2017 года объявила о создании рабочей группы по разработке «умных отелей». Ключевой особенностью разрабатываемых решений является взаимодействие с пользователем через голосовые команды и мобильные телефоны. Другой пример — канадская телекоммуникационная компания Telus, которая предлагает решения по переносу текущей инфраструктуры отелей в интернет и предоставление наиболее удобных сервисов для конечных пользователей. В том числе онлайн-бронирование, упрощение процедуры регистрации, использование смартфона в качестве ключа от номера, пульта заказа дополнительных сервисов и управления оборудованием номера. Как ранее отмечали в Marriott, владельцы отелей могут сэкономить до 300 долларов в год на энергосбережении с каждого номера, так как комнаты будут достаточно «умными», чтобы знать, когда нужно отключать тепло или освещение для экономии энергии. В России пока «поумнел» не каждый отель. Один из самых оснащенных — отель Hyatt, оборудованный в общей сложности 35 инженерными и ИТ-системами. В их число вошли электроснабжение, водоснабжение, пожаротушение, отопление, вентиляция, кондиционирование, тепло- и холодоснабжение, освещение, а также диспетчеризация, внутренние сети и системы связи, структурированная кабельная система, локальная вычислительная сеть, мультимедиа, телефонная связь и интернет. По данным портала CNews, общая стоимость оборудования, закупленного в ходе реализации проекта, превысила €20 млн. Эксперты полагают, что, хотя расходы на разработку технологии «умных юнитов» весьма существенные, собственники оценят выгоду.

У строящихся апарт-отелей в этом сегменте прослеживается явное преимущество: если классическим гостиницам необходимо вкладываться в переоборудование, то апартаменты закладывают умные технологии еще на этапе проектирования, рассчитывая привлечь более молодую аудиторию. Так, в комплексе апарт-отелей VALO планируется вывести в продажу юниты, которые будут оснащены голосовым помощником. «Голосовой помощник, с помощью которого можно будет управлять, например, бытовой техникой в юните, сейчас установлен в нашем новом шоу-руме. Мы тестируем систему, чтобы впоследствии предложить ее нашим покупателям в качестве дополнительного оборудования», — заключает Константин Сторожев. ■



К 2021 ГОДУ ПО НОМЕРНОМУ ФОНДУ В ПЕТЕРБУРГЕ ТРАДИЦИОННЫЕ ГОСТИНИЦЫ И АПАРТ-ОТЕЛИ БУДУТ НАХОДИТЬСЯ ПРИМЕРНО В ОДНОЙ «ВЕСОВОЙ КАТЕГОРИИ»