

ПРИНЦИП БУТИК - ОТЕЛЯ, КАК ДРАЙВЕР АТТРАКЦИИ, РАЗВИТИЯ КУРОРТНО - РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА СКФО

Тлугачева Элина Аслановна

магистрант Российского университета дружбы народов, РФ, г. Москва

Российский Северный Кавказ всегда обладал огромным рекреационным потенциалом и был привлекательным для развития гостиничной индустрии; мягкий климат, широкий выбор бальнеологических услуг, обусловленный минеральными водами и лечебными грязями, хорошая экологическая обстановка и традиционное кавказское гостеприимство делают этот регион особенно востребованным не только среди наших соотечественников, но и среди зарубежных гостей, которые приезжают сюда для того, чтобы насладиться чистым воздухом, минеральными источниками и прекрасно провести время на горнолыжном курорте.

Первое условие, которое рассматривают люди, собирающиеся в поездку. Это возможность размещения и проживания. Их интересует комфорт, предоставляемые услуги и не в последнюю очередь материальные затраты.

Тенденции развития современного гостиничного рынка и статистика показывают нам, что большинство людей, путешествующих по нашей стране, предпочитают услуги малых гостиничных заведений. Кроме широко распространенных в регионе санаторно-курортных комплексов, создаются и работают различные гостиничные предприятия, среди них немало и гостиниц малого формата, чей сервис, инфраструктура, ценовая политика и набор услуг, которые довольно схожи между собой, что осложняет потребителю выбор.

В связи с этим на гостиничном рынке Северного Кавказа прослеживается довольно жесткая конкуренция, и успешность того или иного гостиничного предприятия во многом зависит от необычности концепта, оригинальности заведения. То есть, если говорить другим языком, для успешного развития бизнеса в мире современной гостиничной индустрии, по крайней мере, в северокавказском регионе, необходимо уникальное торговое предложение.

В этих условиях тяжелой и, пожалуй, самой важной задачей является разработка неповторимого гостиничного продукта и повышение качественной его планки, за счет создания концептуального образа отеля малого формата, что и делает идею продвижения малых гостиничных предприятий актуальной на современном рынке. Так, например, особенную популярность в России и в мире набирают бутик-отели.

Бутик-отель – малое гостиничное предприятие, рассчитанное на небольшое количество постояльцев, обладающее индивидуальным авторским концептом, окружающее своих гостей эксклюзивной роскошью и гарантирующее высокие стандарты обслуживания. Бутик-отели не предполагают никакой дополнительной классификации, и в международной практике данный вид гостиничных предприятий выделен в обособленную категорию. Как заведение для людей, чьи требования к сервису выше принятых. Стоит помнить, что сам по себе статус «boutique» говорит об элитарности заведения.

Первые бутик-отели начали появляться в таких крупных городах, как Лондон, Нью-Йорк и Сан-Франциско в 80-х годах прошлого века. Определение данного вида отелей принадлежит Стиву Рубеллю, который присвоил его своему отелю «Морган», расположенного в Нью-Йорке. И, пусть сам отель был основан в 1927 году, его перезапуск в 1984 принес ему мировую известность. «Морган» рассчитан на 113 номеров, расположенных на 19 этажах.

Новые концептуальные особенности впервые проявились в общественных зонах бутик-отеля «Морган»; серо-коричневая фактура, стеклянные стены, выкладка пола в трех оттенках, антикварные французские клубные кресла и различная мебель, собранная по крупнейшим Парижским блошиным рынкам. Все это, по словам главного дизайнера – Эндрю Путмана, создало ощущение обжитости и уюта в отеле.

Впрочем, по словам нынешнего владельца отеля, Эндрю Томаса, вскоре «Морган» ждет очередная реновация.

Итак, сегодня бутик-отели встречаются во многих крупных городах по всему миру, являясь одними из самыми востребованными заведениями в гостиничной индустрии. Что же делает этот тип отелей таким популярным? Пожалуй, для этого нам с Вами стоит рассмотреть основные принципы работы таких заведений; это позволит нам не только ответить на поставленный выше вопрос, но и рассмотреть целевую аудиторию этих отелей.

Камерность является одной из самых главных черт бутик-отеля, и обыкновенно в отелях такого формата не бывает больше 100 номеров, каждый из которых обладает индивидуальным авторским дизайном. Небольшое количество отдыхающих, часто постоянных, создает условия спокойного отдыха в кругу людей одного круга, порой знакомых не первый год. Одним из самых известных и востребованных на гостиничном рынке является бутик-отель «ION Luxury Adventure Hotel» на 42 номера. Это заведение расположено в нескольких километрах от столицы Исландии и предлагает своим гостям насладиться неповторимой природой северных земель в окружении живописных гор и геотермальных источников. Примечателен и сам дизайн отеля; панорамное остекление, скандинавский минимализм, древесные материалы... Все это способствует погружению постояльцев в атмосферу покоя и безмятежности. Гости отеля могут заказать участие в увлекательных экскурсиях по национальному парку Исландии на стойке регистрации и попробовать, не покидая здания, шедевры исландской кухни.

Концептуальный дизайн. Сегодня гостиница является не просто местом для сна и отдыха, она становится чем-то большим, и в условиях жесткой конкуренции гостиничного рынка каждое заведение пытается найти какую-то свою изюминку, преимущество, которое сделает заведение запоминающимся и позволит клиентам вернуться туда вновь, потому смело можно сказать, что хорошо проработанная концептуальность дизайна – одна из важнейших составляющих настоящих бутик-отелей. Кроме того, индивидуальный подход к созданию каждого номера позволяет заведению разрабатывать гибкую ценовую политику, делая сам бутик-отель доступным для любых общественных классов.

В пример стоит привести прекрасное заведение «Alexander House», расположенный в Санкт-Петербурге; гостиничный фонд отеля составляет всего 20 номеров, каждый из которых является по-своему уникальным и называется в честь красивейших городов мира – Рим, Мехико, Венеция, Барселона...

Отдельного внимания заслуживают общественные зоны; так, например, в холодное время года гости могут отдохнуть у камина в общем холле или в библиотеке, а летом – насладиться прогулкой по утопающей в зелени террасе.

Само здание было построено в 1826 году, сам отель начал функционировать и принимать гостей в 2003 году; *«Александр Хаус» расположен на набережной Крюкова канала, в историческом районе Коломна.*

Высокие стандарты обслуживания также являются одним из главных принципов в работе бутик-отелей. Помимо общепринятых услуг отелей высокого класса, вроде парковки автомобилей гостей, сейфов, оздоровительных комплексов и переговорных комнат для клиента важным является культура обслуживания. Правильно и грамотно подобранный персонал, его профессионализм – уже залог хорошего сервиса.

Бутик-отели многим запоминаются службой, которую вряд ли Вы встретите где-то ещё, и название ей «Whatever/Whenever» – «Что угодно – в любое время». Персоналом заведения выполняются практически любые желания постояльцев. Часто встречается и практика предварительного анкетирования гостей; это позволяет выявить если не все капризы клиента,

то большую их часть, ведь анкета включает в себя вопросы, начиная от выбора обращения к нему и заканчивая вкусовыми предпочтениями и режимом сна.

В шумном современном мире, где сумасшедший водоворот событий утягивает человека и лишает его сил, многим бывает сложно найти место, где давление современного образа жизни пропадет, и стремление к уединению будет удовлетворено. Boutique-отели нередко этими местами и становятся, местами где нет толпы, а потрясающих дизайн, неповторимые виды из окна, высочайший уровень гостевого обслуживания и пространственное решение позволяют забыть постояльцам о мелких бытовых проблемах. Всего несколько дней, проведенных в бутик-отеле, способны зарядить новыми силами, вдохновить человека к новым свершениям и подарить новые уникальные впечатления. Это, пожалуй, и обуславливает их популярность в мире гостиничной индустрии. Стоит ли говорить о целевой аудитории таких заведений, если стремление к покою присуще каждому человеку?

Как уже говорилось ранее, Северный Кавказ является одним из самых популярных мест для туризма не только среди наших соотечественников; многочисленные гости со всех концов света приезжают сюда, не только чтобы насладиться неповторимой природой горного края, испытать целебных источников и погрузиться в атмосферу тишины и покоя, но и для активного времяпровождения – увлекательных экскурсий и занятий экстремальными видами спорта. Северный Кавказ становится все более и более популярным местом мирового туризма, а это означает, что расширение и реновация отельного рынка не должны останавливаться, важным является именно динамичное развитие, и именно поиск новых решений на гостиничном поприще является первостепенной задачей.

Нужно сказать, что на Российском Северном Кавказе заведений типа, подобному бутик-отелям, ещё нет, хотя бутик-отели могут быть весьма успешно интегрированы в уже существующую - окружающую и финансовую - среду курортного региона.

Бутик-отели являются малыми гостиничными заведениями, индивидуальный концепт которых выгодно выделяется среди прочих заведений гостиничной среды, а доступность этого типа отелей для разных социальных групп, в свою очередь, привлекает туристический поток и обеспечивает, в некотором роде, постоянный приток посетителей. К тому же, как уже говорилось ранее, подобных заведений в данном регионе ещё не было, что позволит занять бутик-отелям достойную нишу в конкурентной среде, для того на Северном Кавказе есть все условия; выгодное, с точки зрения туристического потока, географическое положение, бессчетное количество исторических и природных достопримечательностей, богатые природные рекреационные ресурсы, уникальное сочетание культур разных народностей и мягкий, благоприятный климат, способствующий восстановлению сил.

В российском отельном бизнесе понятие «бутик-отель» появилось совсем недавно, но уже сейчас можно сказать, что тенденции развития российского гостиничного рынка вряд ли будут сильно отличаться от мировых, и отелей с необычными и даже выдающимися концепциями будет появляться все больше, а это значит, что и на Северном Кавказе создание бутик-отелей будет более, чем просто выгодным и актуальным.

Благодаря же широкому спектру оказываемых услуг, индивидуальному подходу к каждому постояльцу, авторскому концепту, адекватному соотношению цены и качества, хорошей базе для развлекательных и экскурсионных программ, актуальных именно в северокавказском регионе, бутик-отели гарантированно займут выгодное место среди прочих гостиничных заведений.

Список литературы:

1. Джанджугазова Е. А., Степанов И. В. Концептуальные отели как средство сохранения культурноисторического наследия // Современные проблемы сервиса и туризма. 2008. №4. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnye-oteli-kak-sredstvo-sohraneniya-kulturnoistoricheskogo-naslediya> (дата обращения: 12.01.2020).
2. Малетин Сергей Степанович Особенности потребительского поведения поколения у в гостиничной сфере // Сервис в России и за рубежом. 2017. №4 (74). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-potrebitelskogo-povedeniya-pokoleniya-y-v-gostinichnoy-sfere> (дата обращения: 19.02.2020).
3. Мартышенко Наталья Степановна Нестандартные средства размещения и их роль в формировании туристских потоков дестинаций // Концепт. 2013. №11 (27). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nestandartnye-sredstva-razmescheniya-i-ih-rol-v-formirovanii-turistskih-potokov-destinatsiy> (дата обращения: 01.04.2020).
4. Степанов И. В. Две методики работы над образом содержания концепт-отеля // Сервис в России и за рубежом. 2008. №2. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dve-metodiki-raboty-nad-obrazom-soderzhaniya-kontsept-otelya> (дата обращения: 18.04.2020).
5. Степанов Илья Владимирович Концептуальные отели: научно-практические основы функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. 2010. №2. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnye-oteli-nauchno-prakticheskie-osnovy-funktsionirovaniya> (дата обращения: 19.12.2019).