# международная конференция «Где и как жить студенту?» 21 мая 2016 года

# Модератор Марина Усенко Partner Hospitality and Tourism Cushman & Wakefield  Ducat Place III, Gasheka Street, 6  Moscow, Russia, 125047

# СТУДЕНЧЕСКАЯ ГОСТИНИЦА КАК ФОРМАТ НОВОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОДУКТА ДЛЯ РОССИИ

## Чем интересен инвесторам специализированный формат размещения студентов?

В последнее десятилетие специализированные коммерческие средства размещения студентов окончательно оформились в качестве нишевого инвестиционного продукта, который справедливо считается перспективным в ряде стран Западной Европы, Северной Америки, Австралии. «Специализированное коммерческое средство размещения студентов» в данном случае считается подвидом коллективного средства размещения (КСР), нацеленным на студенческую клиентуру, и может включать в себя как студенческие общежития, так и практически полноценные гостиницы. Главное, что их объединяет - долгосрочные прогнозируемые доходы за счет длительных договоров аренды на размещение учащихся при минимальных операционных затратах. При рассмотрении под данным углом зрения коммерческие средства размещения студентов являются, по сути, гостиницами длительного проживания с ограниченным набором услуг, и как таковые они могут представлять интерес для профессиональных инвесторов.

Что же делает специализированные коммерческие средства размещения студентов интересными для инвесторов? В основном, три вещи:

1. Прогнозируемость и долгосрочный характер подавляющей части генерируемых доходов, ввиду ориентации на специализированную клиентуру - студентов дневного отделения, в основном, арендующих номера с сентября по июнь;
2. Как следствие, высокий среднегодовой уровень загрузки номеров, достигающий 90 и даже более процентов в год;
3. Высокий уровень операционной прибыли – при условии сохранения ограниченного характера услуг.

На каких рынках, в каких городах имеет смысл строить и открывать специализированные коммерческие средства размещения студентов? Изучение иностранного опыта позволяет выделить два основных фактора, которые определяют целесообразность строительства данного типа продукта на конкретном рынке:

1. Количество иногородних и, в особенности, иностранных студентов, обучающихся на дневной форме обучения в ВУЗах конкретного города. Как правило, именно студенты-иностранцы испытывают потребность в размещении в коллективных средствах размещения ВУЗа – как с целью более упрощенной адаптации к местным условиям (включая языковые), так и по причине большей безопасности. Наконец, иностранные студенты обычно располагают достаточным доходом, чтобы иметь возможность позволить себе подобный тип проживания.
2. Стоимость аренды жилья в конкретном городе, а также возможное наличие практических сложностей с поиском и оформлением договоров на аренду квартиры (в частности, для иностранцев). Именно рынок жилой недвижимости является основным конкурентом для специализированных средств размещения студентов: если рынок аренды жилья предлагает большой выбор недорогих квартир, а также отсутствие громоздких бюрократических процедур по регистрации временных проживающих, то он предоставляет собой реальную альтернативу специализированным коммерческим средствам размещения студентов.

Выбор инвестора между **студенческим** **общежитием** (т.е. КСР для размещения студентов с минимальным количеством услуг) и **студенческой гостиницей** (КСР в форме гостиницы бюджетного сегмента с ограниченным набором услуг) во многом определяется фактором сезонности, характерным для данного рынка. Как правило, учебный год длится не более 10 месяцев в году (с сентября по июнь), после чего в оставшиеся 2 месяца средство студенческого размещения пустует из-за каникулярного периода[[1]](#footnote-1). Студенческая гостиница решает подобную проблему сезонности бизнеса, т.к. в отсутствие студентов может быть использована как обычный отель, продающий номера и прочие услуги как туристам, так и бизнес-путешественникам.

Именно такая схема организации бизнеса подала компании **The Student Hotel** (https://www.thestudenthotel.com) идею для запуска одноименной концепции собственных студенческих гостиниц в Амстердаме, Роттердаме, Гааге и Гронингене, а также заявленных открытий в Париже, Барселоне и Флоренции.

Исключением из общих правил, как обычно, является Лондон, чемпион Европы по общему количеству студентов-иностранцев (80.000 человек в 2015 году) и победитель фактора сезонности ввиду большого спроса на летние языковые курсы (среднегодовой уровень загрузки в подобных студенческих средствах проживания в 2014 году составлял 96%). Подобный равномерный спрос в течение года позволяет инвесторам в средства студенческого размещения ограничиваться строительством более-менее классических студенческих общежитий, ориентированных только на учащихся. Сегодня Лондон насчитывает несколько крупных сетей, владеющих портфелями, которые располагают сотнями и тысячами единиц размещения в студенческих общежитиях. Более того, данные портфели студенческих средств размещения активно покупаются и продаются профессиональными инвесторами, генерируя уровень доходности, свойственный гостиничным активам с самыми привлекательными операционными характеристиками.

## Будет ли это формат работать в России?

Насколько перспективен формат средств студенческого размещения для России? И если да, то какой продукт является более эффективным: общежитие или студенческая гостиница?

На сегодняшний день несколько крупных российских городов (в первую очередь, Москва и Санкт-Петербург) могут иметь потенциал к размещению специализированных коммерческих средств размещения студентов современного формата – как в силу значительного количества иногородних и иностранных студентов, так и ввиду общей дороговизны аренды жилья. Хотя каждое крупное учебное заведение располагает собственным жилым фондом в специализированных студенческих общежитиях, как правило, большая часть подобных средств размещения имеет значительный процент накопленного физического и морального износа, поэтому далеко не всегда соответствует требованиям современного учащегося.

Наиболее перспективным типом продукта видится именно формат студенческой гостиницы, позволяющий управляющему работать с различными группами клиентов в зависимости от спроса (как правило, даже в период учебного года небольшая часть номеров предлагается для заселения корпоративным клиентам или туристам – таким образом подтверждается формат гостиничного размещения и поддерживается или даже увеличивается клиентская база).

С другой стороны, доход, генерируемый долгосрочными арендными поступлениями от проживания студентов, должен быть достаточно высоким, чтобы оправдать инвестиционные затраты, которые для студенческой гостиницы будут эквивалентны затратам на строительство гостиницы стандарта «эконом» или «бюджет» (варианты брендов – Ibis/ Ibis Budget), предлагающей ограниченный набор услуг (стоимость строительства «под ключ» в России в 2014-2015 гг. составляла порядка 50-60 тыс. евро).

Пожалуй, единственным пока примером реализованной в России концепции студенческого отеля является система студенческих общежитий в составе кампуса Дальневосточного Федерального Университета (http://www.dvfu.ru/) на о. Русский (Владивосток). Строительство нового кампуса ДВФУ на о. Русский было завершено осенью 2012 года, к моменту проведения во Владивостоке международного саммита Азиатско-Тихоокеанского Экономического Сотрудничества (АТЭС). «Наследием» АТЭС стал гостиничный комплекс из нескольких тысяч номеров для проживания студентов и аспирантов. Впрочем, строго говоря, принадлежность комплекса студенческого проживания федеральному университету не позволяет позиционировать его как коммерческий проект, ориентированный исключительно на извлечение прибыли, поэтому он не вполне укладывается в рамки специализированного коммерческого средства размещения студентов.

## Основные характеристики студенческой гостиницы

Что отличает «студенческую гостиницу» от «просто гостиницы»? Базовые характеристики данного типа проекта, приведенные ниже, основаны на примере студенческих гостиниц The Student Hotel в Амстердаме:

* Все номера гостиницы являются одноместными/двухместными гостиничными номерами (от 16 кв. м) с отдельной ванной/душем и общей кухней на каждом этаже (некоторые номера более высокого стандарта имеют мини-кухню), поэтому могут использоваться как для студенческого заселения, так и как обычные гостиничные номера, в зависимости от спроса;
* Услуги, включенные в аренду номера при студенческом проживании:
  + Аренда велосипеда (включена в стоимость проживания), актуальная для компактных европейских городов;
  + Уборка общих помещений;
  + Охрана и круглосуточное обслуживание (персонал стойки регистрации);
  + Пользование общей кухней на этаже (1 полка в холодильнике, 1 полка в морозильнике, 1 полка для хранения сухих продуктов);
  + Пользование общим пылесосом и инвентарем для уборки своей комнаты (инвентарь хранится в общей кухне);
  + Пользование почтовым ящиком;
  + Бесплатный фитнес-зал;
  + Бесплатные зоны для игр (пинг-понг, бильярд и проч.);
  + Бесплатные зоны для занятий;
  + Бесплатный wi-fi.
* При гостиничном использовании уборка номера производится 1 раз в 2 дня (полотенца меняют ежедневно).
* Услуги за дополнительную плату:
  + Питание (предлагается meal plan[[2]](#footnote-2), но есть отдельный ресторан с меню);
  + Стирка (€5/загрузка стирки + сушки);
  + Уборка номера (студентам предлагается только за дополнительную плату);
  + При заселении студент может приобрести в гостинице набор белья (€65) и набор посуды (€59);
  + При наличии достаточного спроса со стороны бизнес-клиентуры гостиница может предлагать некоторое количество конференц-помещений.

Основные центры прибыли в студенческой гостинице формируются аналогично традиционным центрам прибыли гостиницы:

* + продажи номеров;
  + продажи питания и напитков;
  + продажи конференц-услуг;
  + продажи прочих услуг, вроде прачечной и уборки номеров.

Общая логика концепции студенческой гостиницы – предоставление минимально необходимого набора услуг для разных категорий клиентов с максимально возможным использованием услуг компаний, работающих на субподряде (outsource) или аренде, чтобы снизить операционные издержки. В результате операционной деятельности студенческой гостиницы достижимый уровень валовой операционной выручки на как минимум на 15-20% превышает маржу валовой операционной выручки для обычной гостиницы, что может стать определяющим при принятии инвестором решения о вхождения в данный тип проекта.

## Как «продаётся» студенческая гостиница?

Ниже приведена типичная сегментация бизнеса в гостинице The Student Hotel в Амстердаме:

* + 80% - студенческого населения (все номера, сдаваемые студентам, имеют 100-процентную загрузку) – именно эти номера могут сдаваться внаем на короткие сроки в летние месяцы;
  + 10% - длительное размещение для корпорантов (от 2 недель и более);
  + 10% - прочие кратковременные проживающие (туристы, корпоранты) – от 1 дня.

Учитывая специфику бизнеса, студенческая гостиница работает со следующими типами клиентов:

1. учебные заведения – посредством подписания долгосрочных договоров на размещение определенного количества учащихся, которые затем заключают прямые договоры долгосрочной аренды номеров с гостиницей;
2. индивидуальные учащиеся – посредством заключения прямых договоров долгосрочной аренды номеров;
3. корпоративные клиенты – путем подписания договоров на определенное количество ночевок для размещения сотрудников в год;
4. индивидуальные приезжие (туристы или бизнесмены) – путем бронирования номеров напрямую через сайт гостиницы или через он-лайновые системы бронирования (booking.com и аналогичные системы ОТА).

Ценообразование формируется в зависимости от типа клиента:

1. Для студентов – в виде помесячной платы за проживание (фактически, аренды), включающей в себя налоги и операционные расходы. Договоры аренды могут заключаться на семестр или на весь учебный год (не более 12 месяцев), при этом месячная цена проживания корректируется в зависимости от длительности договора аренды;
2. Для корпорантов и прочих проживающих – в виде цены на номер в пересчете на 1 ночь, с включением налогов и минимума оговоренных услуг, включаемых в цену размещения.

## Как управляется студенческая гостиница?

Кто и как управляет студенческой гостиницей? Не последний по значимости вопрос для инвесторов, рассматривающих возможность реализации студенческого гостиницы в российских условиях. Нишевой характер данного продукта делает его малоинтересным для международных сетевых гостиничных операторов, которые работают, прежде всего, с бизнес-клиентурой и туристами. Компания The Student Hotel является практически исключительным примером специализированного оператора, создавшего и приступившего к масштабированию коммерчески успешного продукта на территории нескольких стран. К слову сказать, помимо управления The Student Hotel оставляет за собой и функцию инвестора и девелопера, поэтому скорость роста ее портфеля останется невысокой – по крайней мере, пока компания не примет решение о росте традиционными методами, используемыми гостиничными операторами: путем подписания с собственниками/ инвесторами зданий договоров аренды, управления или франшизы.

Возвращаясь к российским реалиям, инвестору сегодня доступны два варианта действий:

1. Самостоятельно постигать азы бизнеса управления отелем, хотя бы и студенческим. Для этих целей вполне достаточно найти гостиничных профессионалов, способных поставить операционные процессы в гостинице;
2. Подписать договор управления с российским гостиничным оператором без бренда, в случае, если один из них решит диверсифицировать свой портфель активов, включив в него управление подобным нетрадиционным продуктом.

**Marina Usenko**   
Partner  
Hospitality and Tourism  
  
Direct: +7 495 232 6016   
Office: +7 495 797 9600   
Mobile: +7 916 173 6656   
[marina.usenko@cushwake.com](mailto:marina.usenko@cushwake.com)

1. Теоретически, летом в общежитие могут заселяться абитуриенты, прибывшие для сдачи вступительных экзаменов в ВУЗ, но стоимость проживания может стать барьером для многих из них. [↑](#footnote-ref-1)
2. Meal plan – пакетное предложение по питанию, включающее в себя оговоренное количество приемов пищи, оплачиваемое заранее. The Student Hotel предлагает три вида «пакетов»: 10, 15 или 20 приемов пищи в месяц. На момент конец 2015 г. цена предлагаемого meal plan варьировалась от €67,50 до €120,00 (с учетом скидок). [↑](#footnote-ref-2)