

[Главная](#) / [Свое дело](#)

Детский сад для кошек

Экономист-маркетолог устроил бизнес на дому

Елена Мулярова

Ведомости

22.01.2007, №9 (1783)

В конце 2004 г. Максим Кивва открыл первую в Москве гостиницу для кошек. На старте в проект было вложено \$3000, в 2006 г. оборот Cat's Dream Hotel составил \$80 000 в год.

На 2007 г. Кивва уже запланировал оборот в \$100 000-120 000. Подсчеты Максиму даются легко, потому что он кандидат экономических наук, преподаватель РЭА им. Г. В. Плеханова и пока что единственный в стране маркетолог, который профессионально занимается анализом рынка гостиниц для животных.

Неучтенный рынок

“Рынок этот пока небольшой, на исследованиях много не заработаешь, поэтому их никто и не делает”, — рассказывает Максим Кивва. Объем рынка он оценивает в \$1,2 млн. “В Москве сейчас около 1500 мест для временного содержания животных, включая маленькие гостиницы на частных квартирах, — объясняет Кивва. — Каждое место в год приносит порядка \$1000”. Директор кинологического центра “Ордынцы” Елена Палагутина считает эти цифры завышенными едва ли не втрое: “У нас люди еще не до такой степени привыкли пользоваться услугами гостиниц для животных”. Тем не менее Кивва полагает, что рынок подобных гостиниц только в начале своего развития.

Кошки — не первый бизнес-опыт Максима Киввы. В свое время он вместе с братом продавал карты экспресс-оплаты мобильных телефонов и Интернета, потом установил сеть торговых автоматов в РЭА. Этот бизнес показался Кивве чересчур хлопотным, он его продал, а на вырученные деньги открыл гостиницу для кошек. Кошки были выбраны не случайно. “Я хотел заниматься бизнесом, не выходя из дома, — объясняет Максим, имея в виду собственный дом и участок площадью 15 соток в подмосковном Железнодорожном. — Кроме того, я анализировал разные рынки и увидел, что в семьях москвичей живет около миллиона кошек, а услуг для них очень мало”.

Наличие собственной земли и дома в разы снизили затраты на инвестиции в бизнес. “Сейчас в создание гостиницы хорошего уровня надо вложить как минимум \$300 000. Эти деньги могут вернуться не раньше чем через четыре года”, — считает Кивва.

Как кошка с собакой

С точки зрения гостиничного содержания собака более прибыльна: номер стоит дороже, собак чаще оставляют в гостиницах, тогда как кошку проще пристроить к друзьям или родственникам. Кивва подсчитал, что 70% клиентов оставляют в гостиницах собак и всего лишь 30% — кошек: “При этом хозяева кошачьих гостиниц конкуренцию в своем сегменте гостиничного рынка оценивают как высокую, а хозяева собачьих как низкую”. Несмотря на это, Кивва решил открыть гостиницу только для кошек, потому что ее обустройство требовало меньших инвестиций при правильном позиционировании: “В людском понимании кошка с собакой — враги. Для наших клиентов важно, чтобы в гостинице не было собак”.

Приняв ряд стратегических решений, Кивва занялся промышленным шпионажем: под видом клиента объездил существовавшие на тот момент в Москве крупные гостиницы для животных, потом изучил около 50 сайтов иностранных гостиниц. Сравнение оказалось не в пользу иностранцев: “У них боксикі размером с кошачью переноску, а мы решили строить просторные номера, чтобы кошка там могла двигаться”.

В итоге получились комнатки площадью 1,5 кв. м и высотой 2,20 м. Несмотря на роскошь апартаментов, в свой первый Новый год гостиница смогла заполучить только одного клиента, зато на следующие новогодние

каникулы число постояльцев выросло до 40. В нынешние праздники отель, рассчитанный пока на 80 животных, был забит под завязку.

90% клиентов в гостинице появились благодаря Интернету. “Мы пытались вешать объявления в ближайшем зоомагазине, давали рекламу в специализированные издания, — рассказывает Максим, — все это оказалось абсолютно неэффективным”.

Конкуренция без гадостей

Первые гостиницы для животных появились в Москве около 10 лет назад, а услуга эта называлась неприятным словом “передержка”. Сейчас в столице их около 30 (для сравнения: в Нью-Йорке — 213 отелей только для собак), большинство — полуподпольные “квартирные” варианты. Настоящих гостиниц с хорошими условиями содержания животных и дополнительными услугами (веткабинет, парикмахерская, выгул, дрессировка) в Москве немного: “Ордынцы”, “Хорс”, “Бастет” (гостиницы для кошек и собак) и чисто кошачьи Cat's Dream Hotel и “Зоохутор”. Что касается гостиниц не для кошек и собак, то недавно в столице появился “Свинотель” — для морских свинок. “Между гостиницами, — продолжает Кивва, — идет жестокая драка за клиентов, особенно в межсезонье, поэтому мы друг друга не любим, но гадостей не делаем. Этот рынок очень чувствителен к любой негативной информации, и черный пиар в адрес одной гостиницы ударит по всем”.

Войну посредством снижения цен Кивва считает последним орудием маркетолога, поэтому старается привлечь клиентов сервисом.

И кормить с рук

Cat's Dream Hotel предлагает клиентам номера трех типов — от стандартных стоимостью 250 руб. в сутки до люксов с теплыми полами и аквариумами за 580 руб. Недавно в гостинице ввели надбавки на время “высокого сезона” (новогодние и майские праздники, а также июль и август). Фирма осуществляет доставку клиентов из дома в гостиницу и обратно. Этой услугой, которая стоит 750 руб., пользуются 75% клиентов.

Требования к постояльцам в Cat's Dream Hotel не слишком жесткие: они должны быть привиты, здоровы и не беременны. “Кошек мы кормим тем, что заказывают хозяева: кого-то отварной курицей, кого-то креветками, кого-то с рук, — рассказывает Кивва. — Иногда нас просят поставить котикую клизму, потому что он старенький. Ставим”.

Максим считает, что его заведение на самом деле больше похоже не на гостиницу, а на хороший детский садик: “Мы клиентов кормим, играем с ними, как с детьми, уши им чистим, у нас даже персонал называется нянями”. Кроме двух нянь в Cat's Dream Hotel работают еще два водителя, администратором трудится мама Максима Галина Кивва, а сам Максим занимает должности директора, маркетолога и бухгалтера. Гостиница зарегистрирована как частное предпринимательство — что удобно с позиций налогообложения и бухгалтерии.

Оценить постояльца

С хозяином постояльца гостиница заключает договор, который дорабатывался в течение двух лет. Теперь в нем предусмотрены все возможные конфликтные ситуации. “Если с кошкой что-то случится, мы ограничиваем нашу ответственность до 10 МРОТ, — объясняет Кивва. — При превышении срока пребывания клиент платит нам двойную сумму и оплачивает все расходы, которые мы несем в связи с тем, что он не забрал кошку”. Одно время Кивва даже подумывал о том, чтобы страховать кошек, и даже вел переговоры с компанией “Рекон”, но потом отказался от этой идеи: “Невыгодно. Сумма выплат по страховке за кошку сопоставима со стоимостью ее проживания в гостинице. Рынок страхования животных еще не оформлен, как только на нем появятся существенные суммы, мошенники сразу же начнут на этом зарабатывать. Если сейчас кошек выбрасывают, то потом будут страховать, травить и заявлять в страховые компании”. С мнением Киввы согласна руководитель департамента развития страхования в АПК страховой компании “Рекон” Галина Митрофанова: “У кошек нет паспорта, принимая ее, мы доверяем владельцу, а в наше время словам доверять страшно. Сегодня он у меня своего Барсика застрахует, а завтра подсунет другого — как я его идентифицирую?” Тем не менее компания страхует и кошек, и собак от хищения, гибели и других неприятностей. Если хозяин оценивает питомца в \$300, то эту сумму он и получит в случае его гибели. Митрофанова считает, что страхование животных — весьма перспективное направление, которому еще предстоит завоевать российский рынок.

Владельцы кинологического центра “Ордынцы” своих постояльцев на время пребывания страхуют через компанию “Росгосстрах”. “Сумму страховки определяет хозяин, — комментирует Елена Палагутина из кинологического центра “Ордынцы”, — обычно она варьируется от 3000 руб. до 50 000 руб., а страховая компания берет взнос в размере 1% от этой суммы”.

Кошек на всех хватит

Максим Кивва считает, что рынок гостиниц для животных развивается очень динамично: «Прирост здесь составляет примерно 60% в год, а насыщение его пока не предвидится». В словах Киввы есть логика — по данным Комкон, прирост числа домашних животных в России составляет около 5% в год. «Затраты на дорогие корма и аксессуары для домашних животных тоже постоянно растут, — утверждает специалист маркетингового агентства "Маркет Мастерс" Татьяна Матюхова. — Из этого можно заключить, что затраты на гостиницы тоже будут расти, если гостиницы будут предлагать высокий уровень сервиса».

Еще один косвенный показатель перспектив бизнеса — постоянный рост числа россиян, выезжающих отдыхать за границу. За последние полгода, по данным РАТА (Российская ассоциация туристических агентств), этот показатель вырос на 13%. По самым скромным оценкам, каждая пятая уезжающая на отдых семья должна куда-нибудь пристроить свою кошку или собаку.

Владелец гостиницы для кошек «Зоохутор» Михаил Ильченко хоть и не подсчитывает ежегодный прирост клиентуры, но тоже думает, что клиентов постоянно становится больше. С ним согласна и Палагутина: «С каждым годом растет число и клиентов, и конкурентов. Я считаю, этот рынок еще долго будет расти».

«Рынок товаров и услуг в нашей стране сейчас стремительно развивается, — комментирует генеральный директор Союза предприятий зообизнеса Татьяна Колчанова, — в Москве его прирост составляет 20% в год, а в регионах, которые отстают от столицы на 5-7 лет, — 50-70%». Колчанова утверждает, что гостиниц для животных в столице не хватает и в идеале такое заведение должно быть в каждом из 125 московских районов.