



**ЗЕЛЕНЫЙ
КОРИДОР**
ДЛЯ БИЗНЕСА



АГЕНТСТВО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ
Ленинградской области

ПРИОРИТЕТНЫЙ ПРОЕКТ «МОРСКОЙ ПУТЬ. ВЫБОРГСКИЙ РАЙОН» «ТУРБАЗА АЛА КИРЬОЛА»

Выборгский район, Советское городское поселение, пос. Ландышевка
Ленинградская область

СОДЕРЖАНИЕ

1

Характеристика участка

- Местоположение участка (3-5)
- Характеристика участка (6)
- Аттракторы (7-8)
- Историческая значимость (9-10)
- Фотофиксация площадки (11-15)
- Градостроительные документы (12-14)
- Климат (15)

2

Архитектурная концепция

- Зонирование территории (17)
- SWOT – АНАЛИЗ (18)
- Референсы (19)

3

Маркетинговое исследование

- Тенденции развития рынка (21)
- Характеристика ЦА (22-26)

4

Технико-экономические параметры проекта

- Номерной фонд (28)
- Ресторан (29)
- СПА-комплекс (30)





ХАРАКТЕРИСТИКА УЧАСТКА



МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЕ УЧАСТКА

НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ленинградская область

Субъект Российской Федерации, расположенный
на **северо-западе европейской части страны**

Входит в состав **Северо-Западного федерального
округа** и **Северо-Западного экономического района**

94 147 км²
площадь
(39-е место в России)

2 023 767 чел.
население области
(2023 год)

Административный центр – г. Гатчина
Ленинградская область **граничит с 5 субъектами РФ:**
Санкт-Петербургом, Республикой Карелия, Вологодской областью,
новгородской областью, Псковской областью



МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЕ УЧАСТКА

НА ТЕРРИТОРИИ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Участок проектирования расположен в пос. Ландышевка Выборгского района, к юго-западу от города Выборг

ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ



На автомобиле

Расстояние и время в пути:

- от г. Санкт-Петербург (138 км) – 2 ч;
- от КАД (117 км) – 1 ч 40 минут;
- от Аэропорта Пулково (156 км) – 2 ч 15 минут;
- от гп. Советский (8 км) – 10 минут.



На поезде

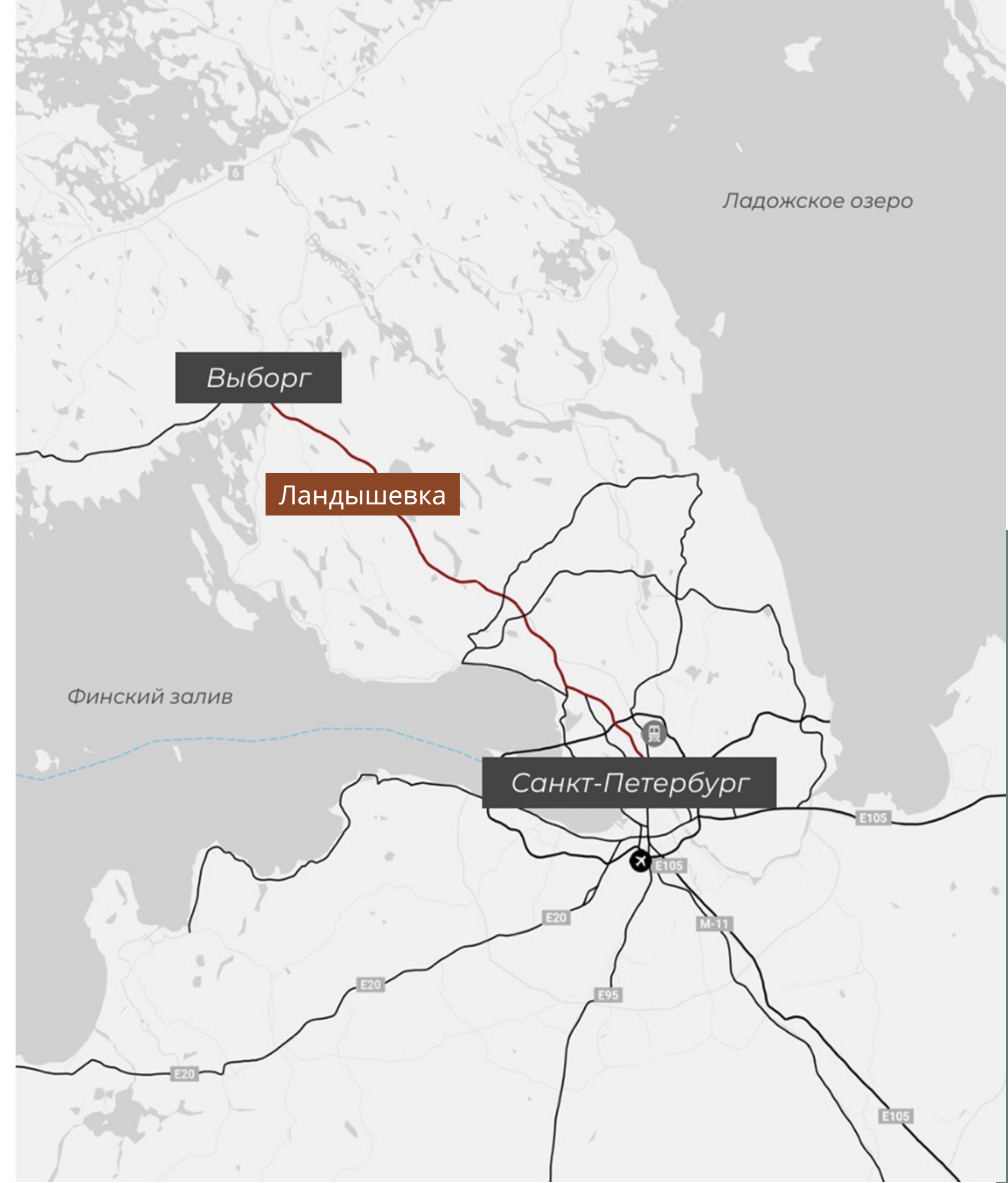
Из Санкт-Петербурга в Выборг регулярно ходят поезда с Финляндского вокзала.

- Минимальное время в пути на поезде составляет – 1 час 2 минуты;



Расстояние **от ЖД** станции в г. Выборг **до участка** проектирования (30 км).

- На такси или городском автобусе, время в пути составит – от 30 до 40 минут.



ХАРАКТЕРИСТИКА УЧАСТКА



Пос. Ландышевка
(бывший финский поселок Ала Кирьола)
находится на берегу Выборгского залива

ОСОБЕННОСТИ ЛОКАЦИИ:

1. Территория находится в границах населенного пункта
2. Ландшафт характеризуется спокойным рельефом и чередованием массивов высокоствольной растительности исторического парка усадьбы Нобелей и открытыми пространствами.
3. Исторические постройки конюшен и жеребятни усадьбы Нобелей являются выявленными объектами культурного наследия.

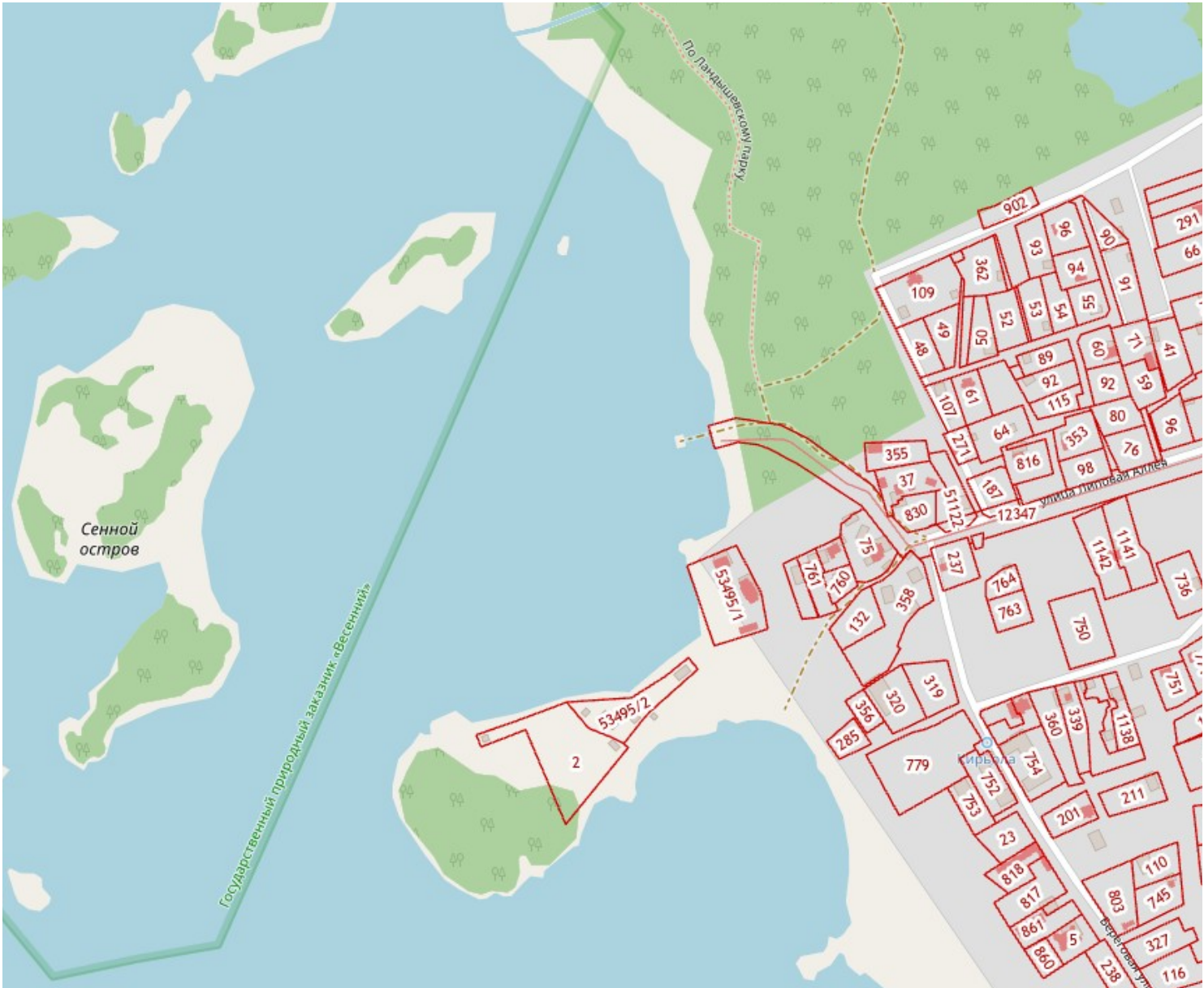
ВИДЫ:

с пирсов открывается вид на Выборгский залив, с островами.

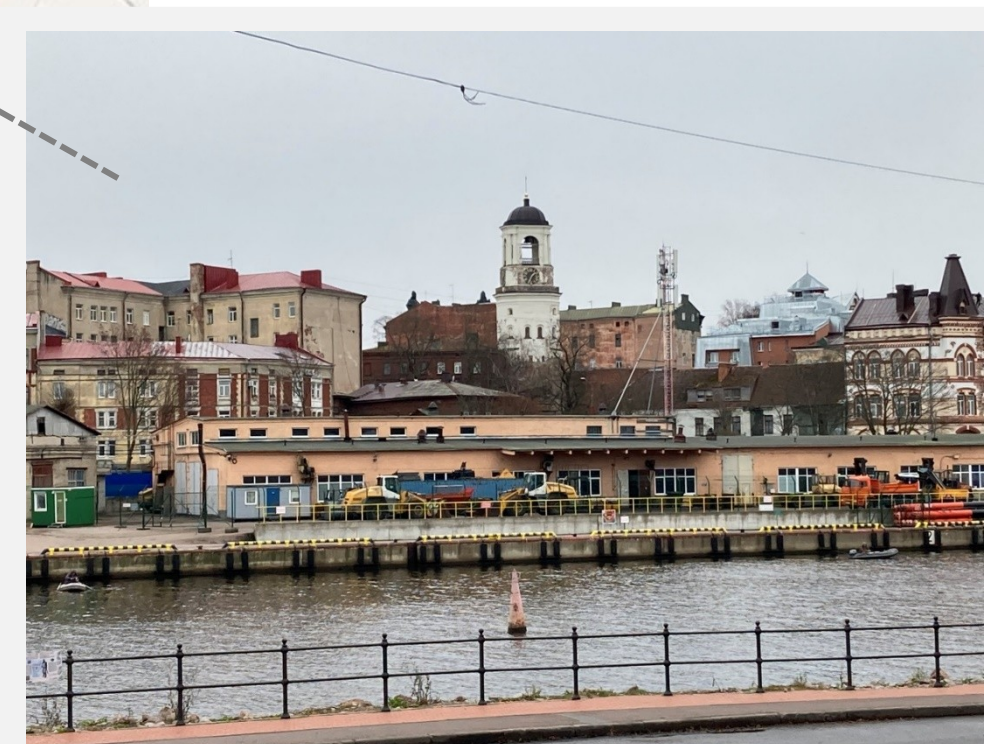
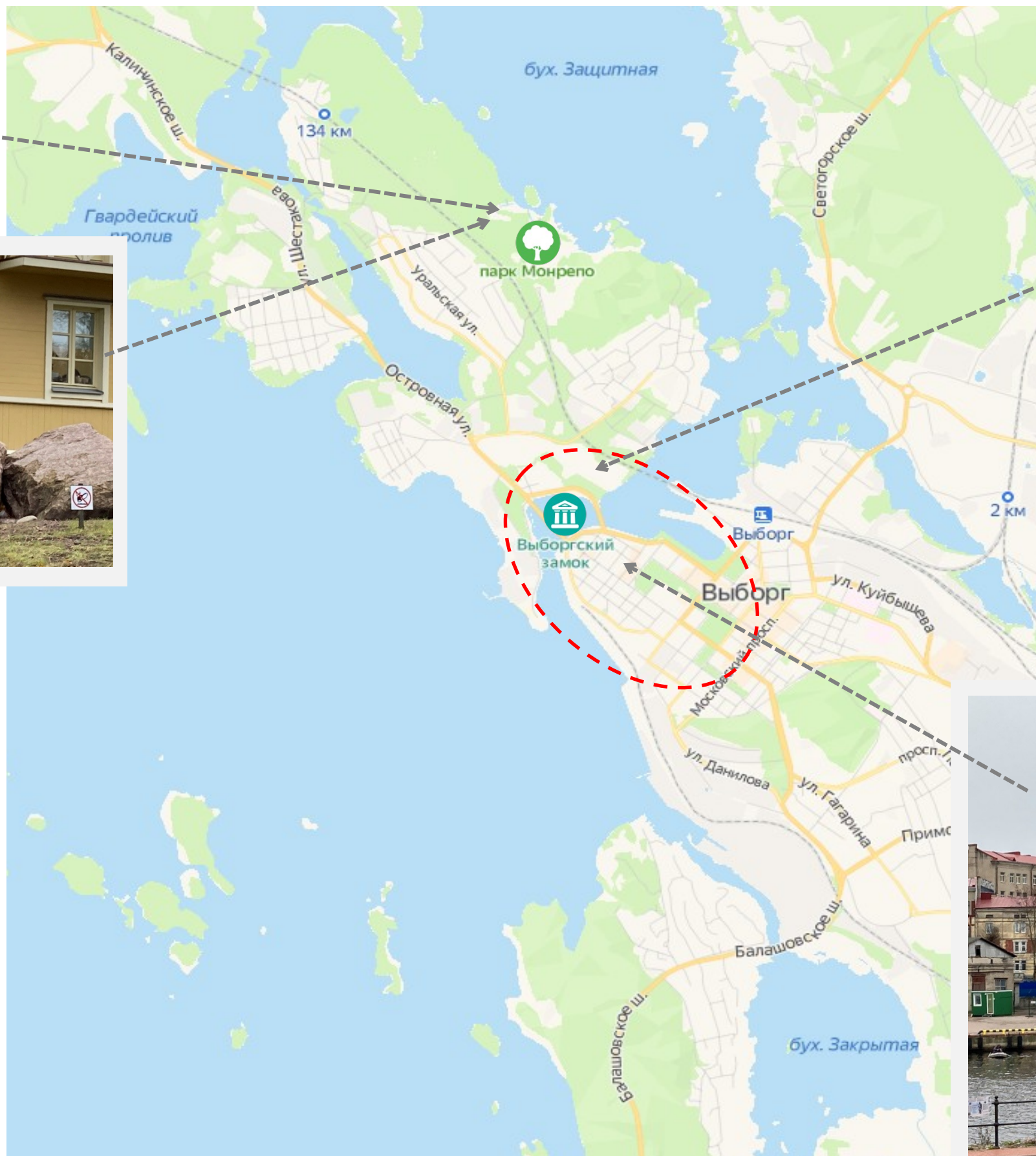
- 1 Конюшни
 - 2 Жеребятня
 - 3 Руины склада
 - 4 Общественные зеленые насаждения
 - 5 Гостиничный комплекс с рестораном «У Нобеля»
 - 6 База отдыха «Ландышевка» Обуховского завода
 - 7 Исторический парк усадьбы
- Дорога к историческому пирсу

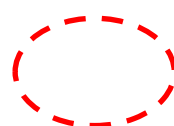


АТТРАКТОРЫ В ПОСЕЛКЕ ЛАНДЫШЕВКА



АТТРАКТОРЫ В ГОРОДЕ ВЫБОРГ



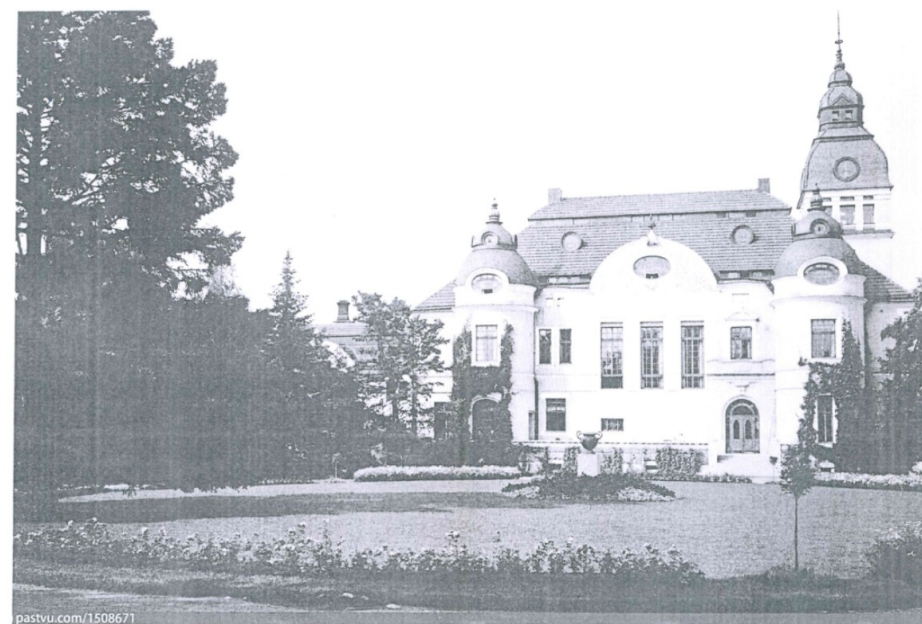
-  Исторический центр
-  Выборгский замок
-  Парк Монрепо

ИСТОРИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

1

2

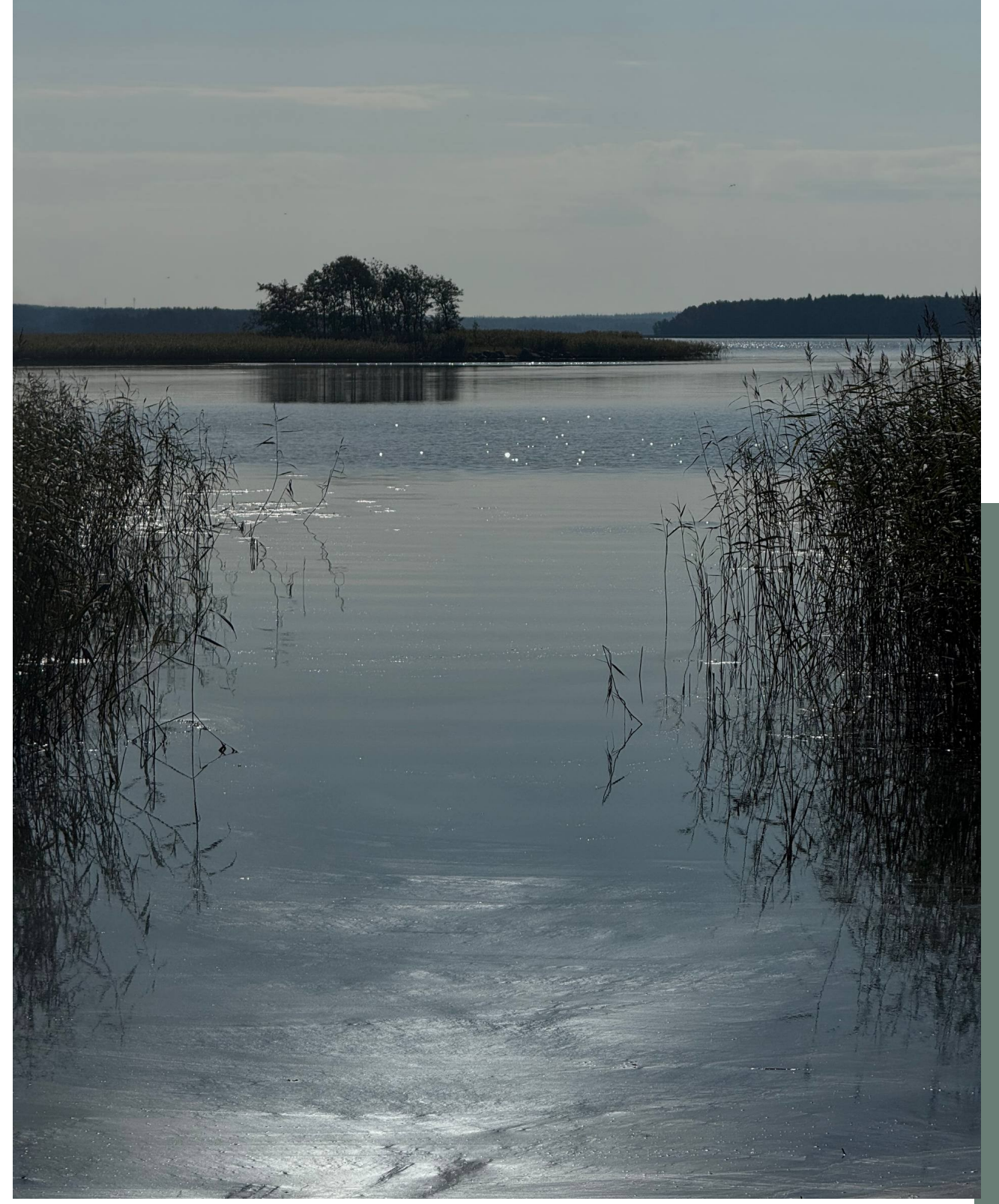
В 1903 она пригласила к себе старшего преподавателя архитектуры Политехнического училища Густава Нюстрёма, академика, который проектировал здания Хельсинского Государственного Архива и Сословного Собрания. Главной работой профессора Нюстрёма в Кирьола стало новое сложное из кирпича оригинальное здание с высокой башней, построенное в 1903-1904 гг. Всего в доме насчитывалось 24 помещения. В глазах местных жителей особняк Нобелей выглядел королевским дворцом. На башне развевался шведский флаг, ведь Нобели были гражданами Швеции.





ФОТОФИКСАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПЛОЩАДКИ

11



Турбаза «Ала Кирьола»

Морской путь. Выборгский район

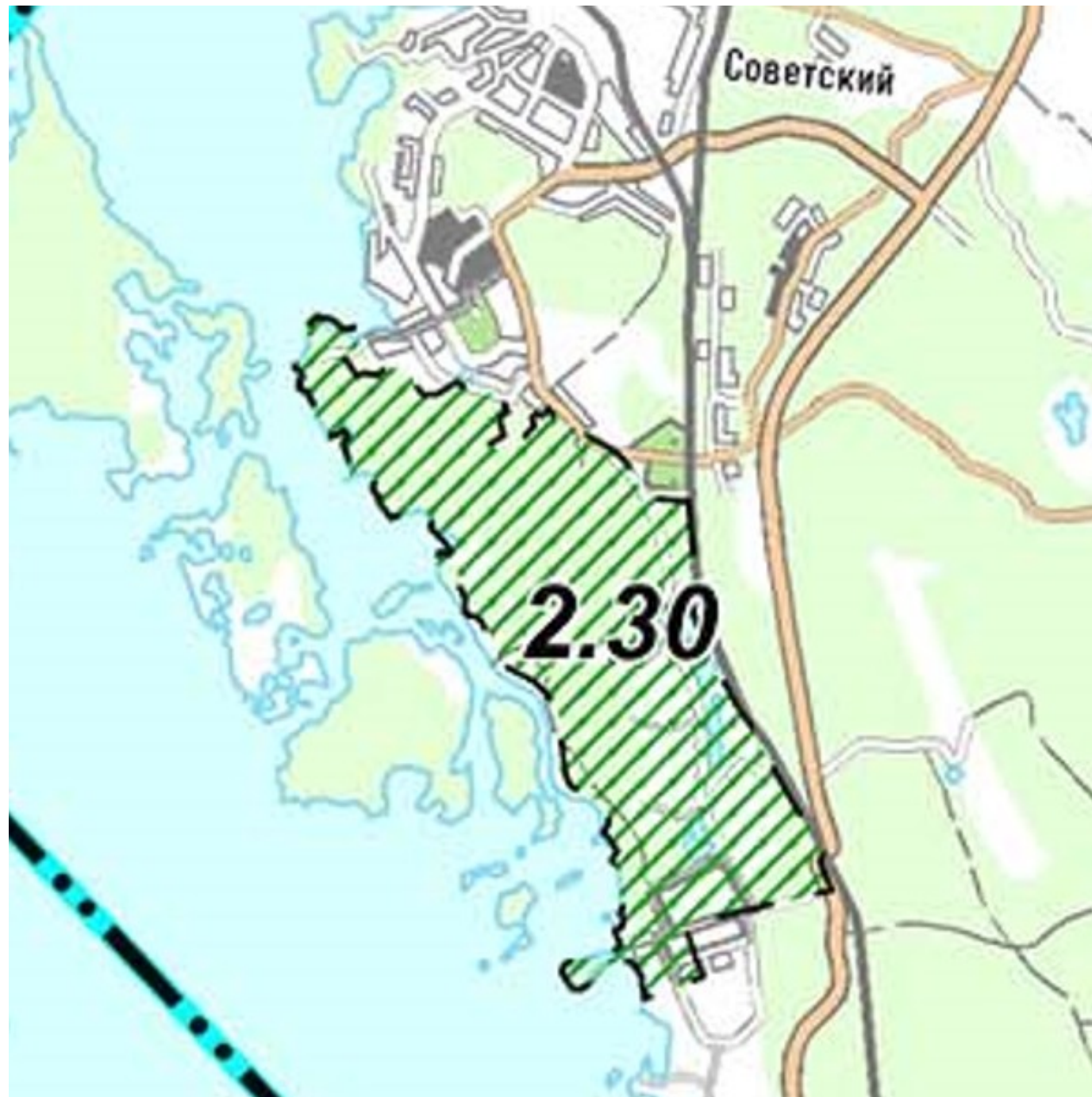


Схема территориального планирования ЛО
утв. Г...
от 21...
Турист...
значе...



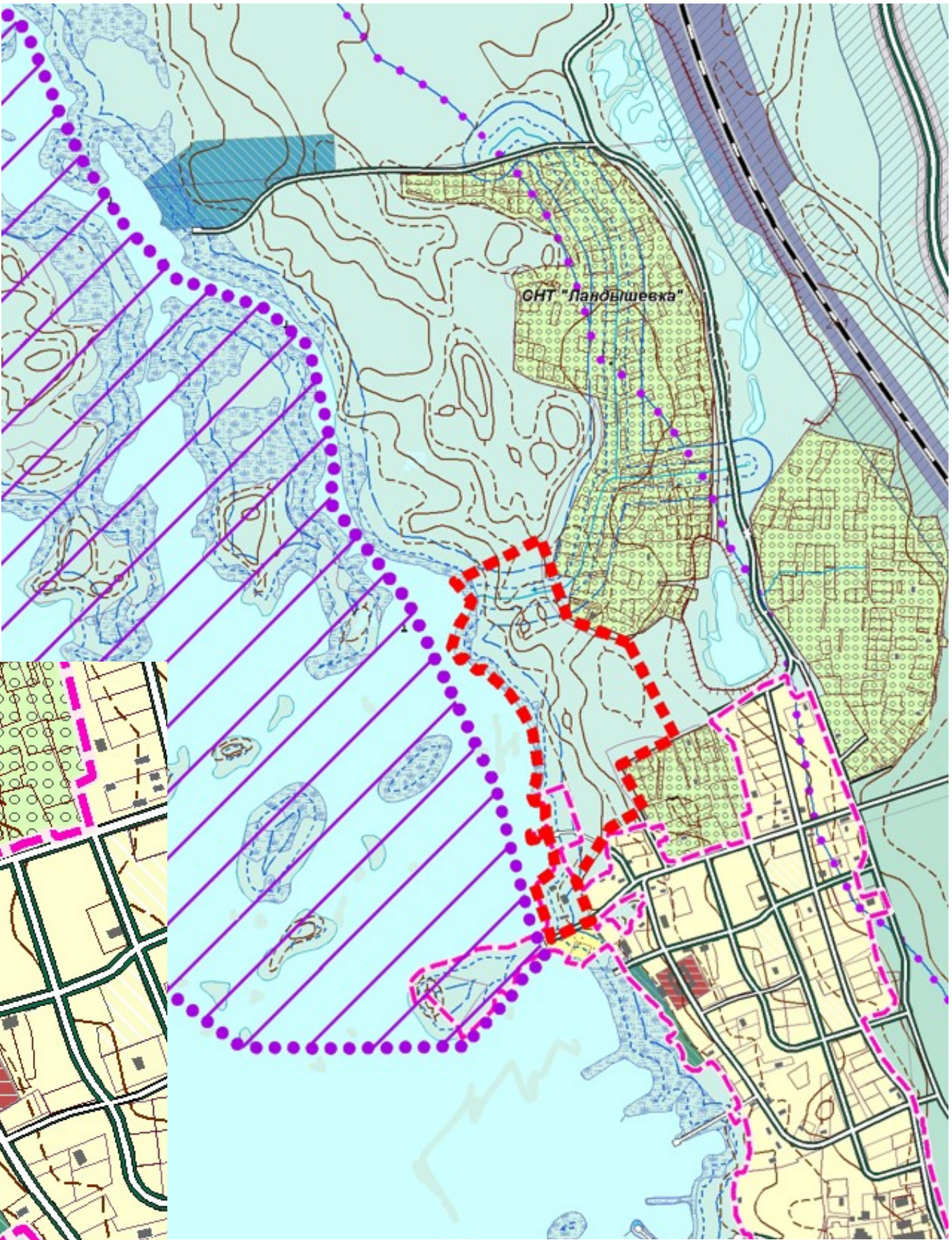
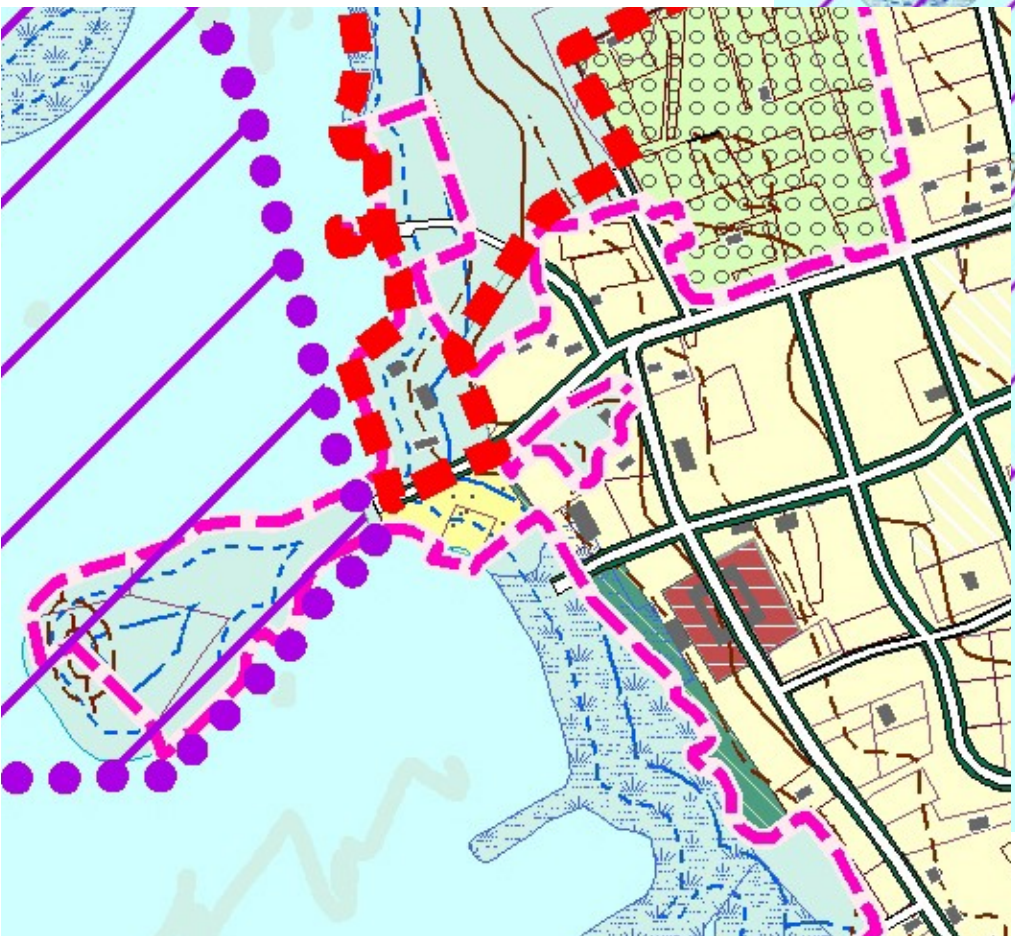
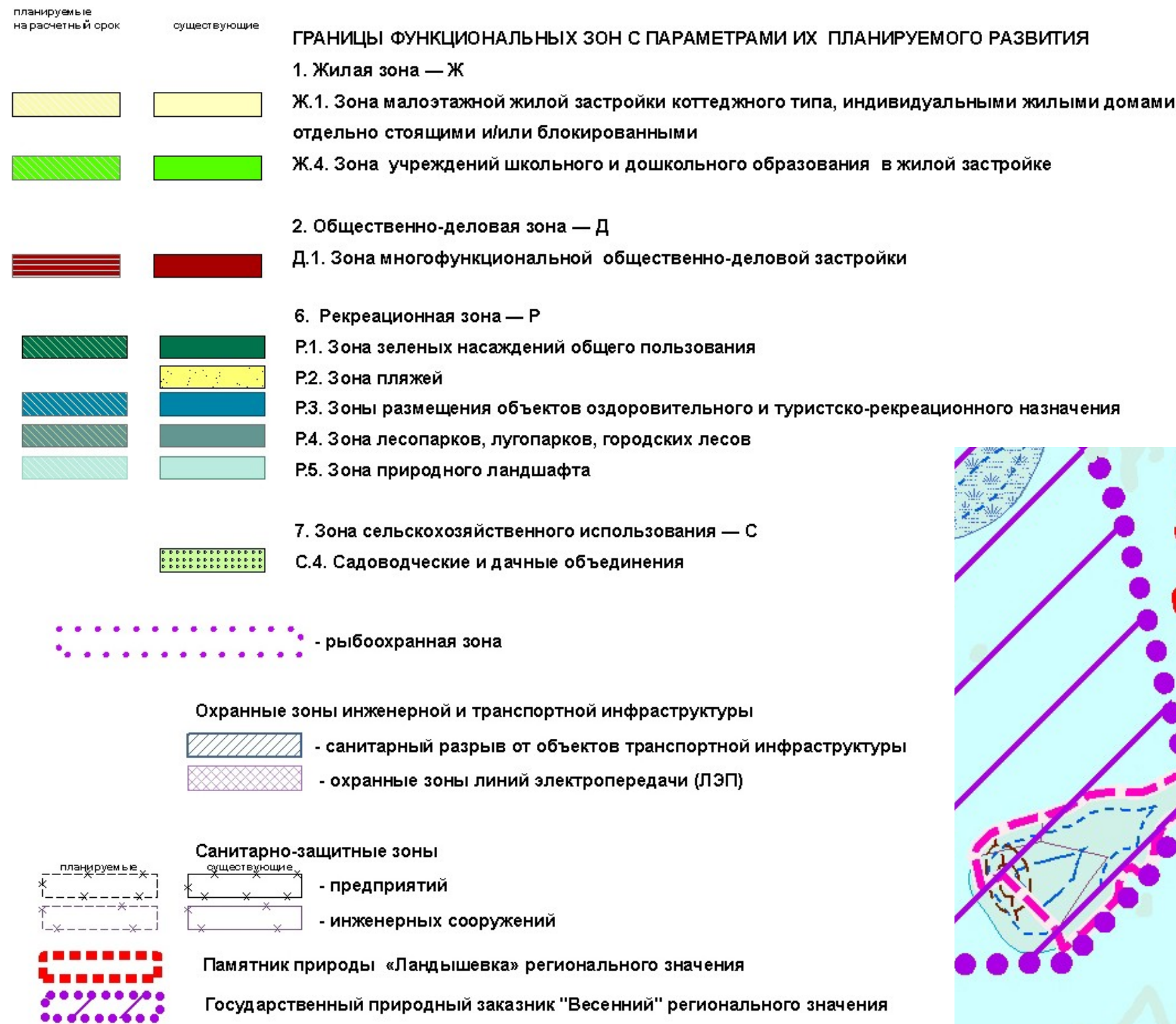
 - Зоны развития рекреации и туризма

2.30 – Советская туристско-рекреационная зона

Схема тер...
Выборгск...
утв. Реше...
«Выборгс...
Схема раз...

Градостроительные документы

Генеральный план Советского городского поселения
МО «Выборгский район» ЛО
утв. Постановлением Правительства Ленинградской области
от 04.12.2017 № 539



Особо охраняемая природная территория Государственный природный заказник регионального значения «Весенний»

Заказник включает около 20 островов в юго-восточной части Выборгского залива, самые крупные из которых Советский, Тёплый, Весенний, Летний, а также участок материкового побережья залива.

Район находится на юго-восточной окраине Балтийского кристаллического щита. Местами коренные породы – граниты рапакиви выходят на дневную поверхность, формируя живописные формы рельефа – покатые прибрежные сельги (скалистые гряды) и «бараньи лбы» (сглаженные и отшлифованные ледником гранитные скалы).

Большинство островов покрыты лесом. Наибольший интерес и ценность представляют широколиственные леса на о-вах Весенний и Тёплый. Дубы и липы достигают 18–25 м высоты, возраст отдельных деревьев более 100 лет.





Климат влажный континентальный, для территории характерно теплое лето и высокая изменчивость погодных условий. В течении года в каждый сезон выпадает большое количество осадков.

Среднегодовая температура составляет 6 градусов.



Месяц с самыми низкими температурами – январь, среднее значение – -6,5 градусов. **Зимой температура не поднимается выше -3 градусов.**



Весной температура колеблется от -2 до +12.



Лето жаркое, самая высокая температура поднимается в июле, в среднем значение достигает +18 градусов.



Средняя температура **осенью** -6 градусов.

Холодный период со средними температурами ниже нуля градусов длится около **полугода (с ноября по апрель)**

Средняя годовая влажность воздуха – **78%**.

На протяжении года **выпадает большое количество осадков**, что характерно для территорий, расположенных вблизи водоемов. В 2023 году 125 дней были дождливыми, на протяжении 90 дней стояла облачная погода. Количество солнечных дней – не более 80.

Сумма **осадков** достигает **700-750 мм**. Наибольшее их количество (60-70%) приходится на вторую половину года (август-декабрь).

2.

АРХИТЕКТУРНАЯ КОНЦЕПЦИЯ



№	Объекты сервиса и КСР	S
1.	Здание конюшен и жеребятни ЗУ с кн. 47:01:1211001:752, 47:01:1211001:753, 47:01:1211001:754	0,5 га
2.	Руины скотного двора усадьбы ЗУ с кн. 47:01:1211001:319, 47:01:1211001:320, 47:01:1211001:356	0,5 га
№	Объекты рекреации	S
3.	Объекты благоустройства, некапитальные объекты туристской инфраструктуры	2,6 га
4.	Прогулочная зона	1,8 га
№	Существующие объекты туристской инфраструктуры	S
5.	Туристский комплекс «В гостях у Нобеля»	0,6 га
6.	База отдыха «Ландышевка»	1,2 га
7.	Глэмпинг	0.3 га

S

ПРЕИМУЩЕСТВА / STRENGTHS

1. **Площадь** участка ~ 3,6 гектар **достаточна для реализации проекта** с учетом наличия соседних объектов туристской инфраструктуры.
2. Прогулочные тропы вдоль береговой линии позволяют организовать видовые площадки и променады с видом на залив с островами, а также размещать объекты благоустройства, вписанные в пейзаж местности.
3. В зданиях конюшен и скотного двора можно разместить якорные объекты (ресторанная зона, СПА), в здании жеребятни - гостиницу для отдыхающих и жителей Выборгского района.
4. Наличие ровной территории, заканчивающимся песчаным пляжем с сохранившимися в неудовлетворительном состоянии нежилыми постройками, позволяет создать зону КСР и для отдыхающих и жителей пос. Ландышевка.
5. Существующий пирс в конце грунтовой дороги общего пользования.
6. **Историческая значимость усадьбы Нобелей и наличие действующих объектов туристкой инфраструктуры.**
7. Близость г. Выборг и гп. Советский позволяет решить спектр вопросов, связанных с эксплуатацией будущего комплекса:
 - нахождение кадров и доставка персонала на рабочие места;
 - отсутствие необходимости строительства общежития для персонала, возможность отдать на аутсорсинг ряд функций (например: прачечную), снизив, таким образом, инвестиционный бюджет проекта

O

ВОЗМОЖНОСТИ / OPPORTUNITIES

1. Чередование открытых пространств и плотной растительности (вековые деревья исторического парка) позволяет реализовать проект в стиле «eco-friendly»
2. Возможность увеличения территории проекта в два раза за счет расширения рекреационной зоны на территорию исторического парка усадьбы Нобелей
3. Получение выявленным ОКН «Конный двор» Порядковый номер: 554 статуса «памятное место» на основании ГИКЭ.

W

НЕДОСТАТКИ / WEAKNESSES

1. Значительная **удаленность от Санкт-Петербурга**. Большая часть опрошенных респондентов в Санкт-Петербурге не готовы тратить на дорогу до объекта рекреации **дольше полутора-двух часов**.
2. **Наличие** в непосредственной близости от участка **мало презентабельной дачной застройки**

T

УГРОЗЫ / THREADS

1. Ограничения связанные с реконструкцией ОКН и их небольшой площадью, а также организации автомобильных дорог и пешеходных троп.
2. ОКН находятся в частной собственности



Турбаза «Ала Кирьола»

Морской путь. Выборгский район

3.

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

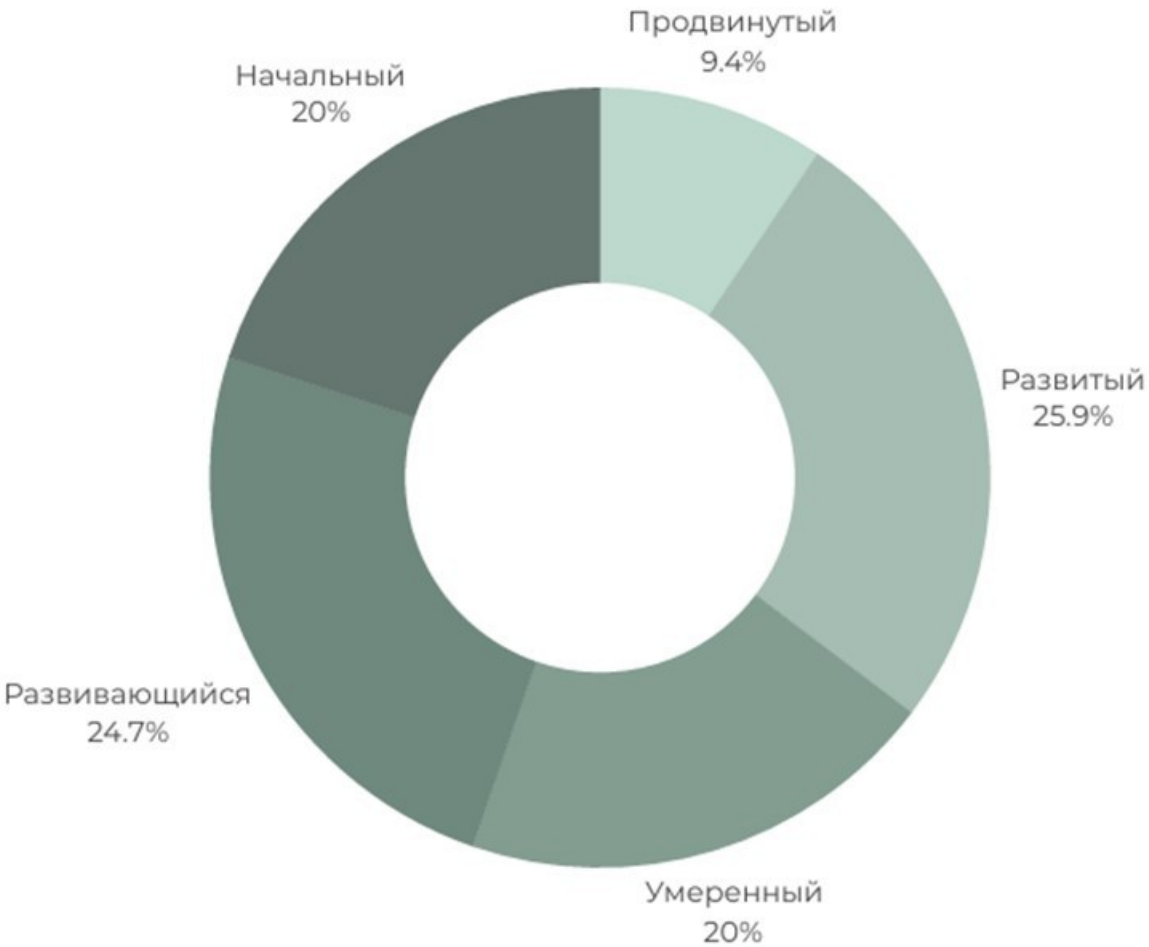
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ И ЗАГОРОДНОЙ РЕКРЕАЦИИ

Согласно “Рейтингу устойчивости развития туризма и индустрии гостеприимства в субъектах РФ за 2023 год”, представленному Национальным Рейтинговым Агентством совместно с ESG-Лабораторией, **Ленинградская область** постепенно **развивается** в направлении туризма и **входит** в группу **«умеренных» регионов** в Северо-Западном федеральном округе в **2023** году наравне с Новгородской и Вологодской областями.

Активное перемещение регионов на более высокие уровни рэнкинга связано с постепенным вовлечением регионов в повестку устойчивого туризма.

В **Ленинградской области** есть значительный потенциал развития рынка гостеприимства. Регион примыкает к Санкт-Петербургу, который в рэнкинге 2023 года занял первое место, при этом нет перенасыщения ниши, что открывает **перспективы для развития загородного рекреационного комплекса**.

Регион	Блок IE	Блок SC	Блок EC	Блок IG	ST (сводный индекс)	Место по ST	Уровень
Санкт-Петербург	0.813	0.857	0.625	0.611	0.726	1	Продвинутый
Новгородская область	0.500	0.500	0.563	0.400	0.491	30	Умеренный
Ленинградская область	0.563	0.313	0.625	0.450	0.488	32	Умеренный
Вологодская область	0.500	0.375	0.375	0.400	0.459	41	Умеренный



Разделение 85 регионов по уровню устойчивости развития туризма и гостеприимства в 2023 году

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ. СЕМЕЙНЫЙ ОТДЫХ

Вид ЦА (Сценарий поездки)	Характеристика	Ценности	Основные запросы	Фактор выбора
Семейный отдых временноепровождение с семьей, новые впечатления Ядро целевой аудитории загородных отелей	Взрослая аудитория (родители, бабушки/ дедушки) с детьми Аудитория обладает высокой или средней покупательской способностью В большинстве случаев средний чек выше, чем у других ЦА при сопоставимом уровне качества объекта размещения	- возможность провести время в кругу семьи на природе - безопасность на территории - забота о здоровье и питании - детский досуг и впечатления	- точки интереса внутри объекта и в локальном окружении - комфортные и удобные средства размещения, преимущественно формата гостевых коттеджей - качественное питание с опциями для детей - разнообразная всесезонная развлекательная инфраструктура с опциями для детей - анимационное сопровождения для детей (аниматоры, мастер-классы) - сервисы для проведения досуга детей отдельно от взрослых (возможность отдыха для взрослых без детей)	- разнообразная инфраструктура для детского и семейного досуга - удаленность объекта и время в пути - советы и рекомендации в кругу близких людей - отзывы и рейтинг объекта - безопасность досуга и доступность развлечений для детей - большая территория для прогулок Высокий уровень лояльности к месту Если объект закрывает основные запросы, то гости становятся постоянными и начинают рекомендовать место своему окружению

Вид ЦА (Сценарий поездки)	Характеристика	Ценности	Основные запросы	Фактор выбора
Отдых на двоих романтический отдых	Взрослая аудитория (пары без детей) Целевая аудитория обладает высокой или средней покупательской способностью	- красота и живописность природы - тишина и спокойный отдых, уединение - эстетичность - «статусность» - клиентоориентированность	- уединенный формат отдыха - точки интереса внутри объекта и в локальном окружении - комфортные и уютные средства размещения - высокий уровень сервиса - качество и ассортимент услуг по питанию - досуг для релакса и спокойного отдыха (спа-зона, бассейн)	- новизна и уникальность объекта, его известность и популярность - советы и рекомендации в кругу близких людей - отзывы и рейтинг объекта Высокий уровень лояльности к месту Если объект закрывает основные запросы, то гости становятся постоянными и начинают рекомендовать место своему окружению

Вид ЦА (Сценарий поездки)	Характеристика	Ценности	Основные запросы	Фактор выбора
MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events/Exhibitions) – организация и проведение корпоративных мероприятий (собраний/встреч, мотивационных поездок, конференций, событий или выставок)	Бизнес-сегмент, корпоративные клиенты Сотрудники компаний, приезжающие с деловыми целями либо для проведения досуга преимущественно в будние дни Аудитория обладает высокой покупательской способностью Оплачивается проживание, как правило, организатором мероприятия	- безопасность - высокий уровень сервиса - «статусность» - «время – деньги» - индивидуальный подход, клиентоориентированность	- комфортные и качественные средства размещения корпусного типа - конференц-мощности (переговорные, конференц-залы, конгресс-холлы, оборудованные техникой) - большое количество посадочных мест в ресторане или аналогичном помещении - качество предприятия питания - услуги по организации досуга и иного сервиса для корпоративных клиентов (кейтеринг, тимбилдинг и др. программы досуга) - стабильный быстрый wi-fi - транспортная доступность объекта, приемлемая удаленность от транспортных узлов - инфраструктура для отдыха, снятия стресса, расслабления (SPA, бассейн, фитнес-зал)	- наличие инфраструктуры для размещения и досуга большой группы лиц - наличие мест в соответствующую дату - местоположение - уровень объекта Средний уровень лояльности (зависит от формата и частоты проводимых мероприятий)

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ. КОМПАНИИ ДРУЗЕЙ

Вид ЦА (Сценарий поездки)	Характеристика	Ценности	Основные запросы	Фактор выбора
Компании друзей и единомышленников	Взрослая или совмещенная аудитория, ориентированная на совместное проживание и досуг (3+ человек). В зависимости от формата выезда предпочитают активный отдых на природе, шумные посиделки, барбекю и т.д. Аудитория обладает средней покупательской способностью	- красота и живописность природы (аутентичность места), наличие водоема - возможность провести время с друзьями и единомышленниками на природе - свобода от стереотипов - широкий выбор развлечений и активностей	- точки интереса внутри объекта и/или в локальном окружении (ценность локации) - инфраструктура для проведения досуга (бани, прокат инвентаря, спорт.площадки, веревочный парк и др.) - зона для барбекю и приготовления пищи на открытом воздухе - наличие качественного ресторана является преимуществом	- местоположение - новизна и уникальность объекта, его известность и популярность - советы и рекомендации в кругу близких людей (сарафанное радио) - отзывы и рейтинг объекта Низкий уровень лояльности к месту. Готовы экспериментировать и посещать новые и незнакомые объекты.

Вид ЦА (Сценарий поездки)	Характеристика	Ценности	Основные запросы	Фактор выбора
Гости без размещения времяпрепровождение с семьей, новые впечатления Гостями без размещения будут являться жители расположенных поблизости коттеджных поселков	Взрослая аудитория (возможно с детьми) Аудитория обладает высокой или средней покупательской способностью В большинстве случаев средний чек выше, чем у других ЦА при сопоставимом уровне качества объекта размещения	- возможность провести время в кругу семьи на природе - безопасность на территории - забота о здоровье и питании - детский досуг и впечатления	- точки интереса внутри объекта и в локальном окружении - качественное питание - разнообразная всесезонная развлекательная инфраструктура - водные развлечения (SPA, бассейн) - анимационное сопровождения для детей (аниматоры, мастер-классы) сервисы для проведения досуга детей отдельно от взрослых (возможность отдыха для взрослых без детей)	- разнообразная инфраструктура для детского и семейного досуга - безопасность досуга и доступность развлечений для детей - большая территория для прогулок Высокий уровень лояльности к месту Если объект закрывает основные запросы, то гости становятся постоянными и начинают рекомендовать место своему окружению

4.

ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ ПРОЕКТА

Входная группа и ресепшн

Здание конюшни, расположенной севернее жеребятни

Зона ресепшн, лобби-бар и общественные пространства: просторные холлы, зоны ожидания и другие общественные места, созданные для удобства и комфорта гостей располагаются в одном функциональном пространстве, примыкающем к главному входу в здание.

В летнее время возможно использование открытых террас у входа.

Вместимость лобби-бара проектируемого гостиничного комплекса оценивается на уровне 15 посадочных мест. Клиентооборот в сутки – 12 раз. Средняя заполняемость лобби-бара оценивается в **25%**

Номерной фонд – всего 20 номеров:

•Здание жеребятни

- Номерной фонд центрального корпуса включает в себя 8 номеров категории (Standard)
- Номер состоит из одной жилой комнаты с 1-2 кроватями и санузлом, рассчитан на проживание 1-2 (+1) человек. Теплый контур – 20 м² Общая площадь номера ~ 18 м²

•Глэмпинг

- Номерной фонд некапитальных модульных КСР включает в себя 6 модулей общей площадью ~ 42 м² - 12 номеров
- Модуль состоит из кухни-гостиной и двух спален площадью ~ 16 м², оборудованных с/у и душевыми кабинами

Технология строительства:

- Реконструкция ОКН
- Быстровозводимые некапитальные сборные модули из клееного бруса

ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ ПРОЕКТА

РЕСТОРАН ТУРБАЗЫ на 30-40 посадочных мест.
будет располагаться в реконструированном здании конюшни

Целесообразно предусмотреть возможность:

- организации шведской линии для завтраков
- функционального деления зала на несколько зон для проведения мероприятий
- организации детской зоны.

Традиционно минимальное количество посадочных мест в ресторанах гостиниц рассчитывается как **75% от общего количества номеров**, скорректированного на **коэффициент двойной заполняемости (1,75)**, однако в данном случае ресторан следует ориентировать не только на количество номеров, но и на гостевые дома, а также перспективы привлечения сторонних MICE клиентов. Исходя из этого, количество посадочных мест ресторана должно быть не меньше 100 - 130.

Доход ресторана гостиницы включает в себя доходы от завтраков, обедов, ужинов, а также обслуживания сторонних индивидуальных посетителей.

В планировке ресторана состоящем из торгового зала, вспомогательных и производственных помещений, необходимо учесть разделение грязный и чистых потоков.

Место для загрузки и мусороудаления не должно пересекаться с гостевыми потоками и быть в зоне прямой видимости гостя.

В составе помещений необходимо предусмотреть административно-бытовые помещения в т. ч. помещения для персонала

ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ ПРОЕКТА

30

СПА-КОМПЛЕКС будет располагаться в реконструированном здании бывшего скотного двора

СПА-комплекс в проекте включает несколько изолированных зон для комфортного отдыха различных целевых аудиторий:

- зону бассейна и джакузи в реконструированном здании бывшего скотного двора
- зону двух банных дворов в отдельно стоящих деревянных модулях площадью ~ **130 м²**

Максимальная единовременная пропускная способность СПА-комплекса – **60 человек**.

Общая площадь зеркала воды всех бассейнов, терм, джакузи ~ **200 м²**.

Архитектурной доминантой СПА-комплекса будет являться **открытый бассейн** с великолепным видом на Выборгский залив.

На рынке СПА-услуг Ленинградской области уже имеются значимые игроки, расположенные ближе к Санкт-Петербургу например, «Охта-Парк», «Игора», Акваклуб «Вода», «Богема» и другие.

В связи с этим, необходимо сформировать собственную, уникальную с точки зрения дизайна и характера оказываемых услуг, концепцию СПА-комплекса с акцентом на тематику комфортного семейного отдыха, где источником спроса будут выступать как взрослые, так и дети.

При разработке ключевых функциональных и технологических решений следует ориентироваться на опыт создания аналогичных комплексов в Европейских странах с поправкой на особенности российского потребителя.