

NĚKOMU SE VYPLATÍ VLASTNÍ PRÁDELNA, JINÝM HOTELŮM

NIKOLIV

Pořídit si, či nepořídit vlastní prádelnu se vším všudy? To je nelehká otázka, již si musí položit každý hoteliér. My vám poradíme, jak na ni najít tu správnou odpověď.

Velké anebo malé hotely či penziony různých kategorií a z různých roků – všechny se musely rozhodnout. Co obnáší pořízení vlastní prádelny, co outsourcing, existují nějaké kombinace těchto dvou možností? Tato tematika je opravdu velice široká, oslovili jsme proto provozovatele prádelen, hotely, ale také firmy zabývající se prádelenskými technologiemi. Ti se podělili se svými zkušenostmi.

VLASTNÍ PRÁDELNA, NEBO OUTSOURCING?

Kdo by se měl rozhodnout pro zřízení vlastní prádelny? Odpověď na tuto zdánlivě jednoduchou otázku je složitější, než se může zdát. Musíte si promyslet hodně detailů, a hlavně si zodpovědět několik otázek a vědět, co od prádelny očekáváte. Velké komerční prádelny jsou prakticky plně automatizované. Díky tomu jsou schopny nabídnout velmi nízkou cenu. Má to však i stinnou stránku, a tou je nižší kvalita (převážně žehlení). Vzhledem k důrazu na nízké provozní náklady jsou většinou také velké prádelny méně flexibilní k přáním zákazníka. Na druhou stranu ale nemůžeme tvr-

dit, že co víchvězdičkový hotel, to vlastní prádelna. Potvrzuje to i Lenka Hájková z Prádelny Kyselý: „Mezi našimi zákazníky najdete jak velké luxusní hotely, tak malé penziony.“

Při rozhodování musíte zvážit i to, jestli jako hotel chcete investovat do vlastního prádla. Pokud je odpověď kladná, je potřeba zvážit jeho objem a specifikaci. Položit si otázky jako: Je naše prádlo vhodné pro průmyslové zpracování? Budeme zvládat jeho objem? Máme dostatek prostor pro skladování rezerv? „Pokud má hotel malou nebo dokonce žádnou rezervu a potřebuje zašpiněné prádlo rychle vyprat, pak je nejflexibilnější variantou vlastní prádelna. Pokud má hotel běžné prádlo s určitou zásobou pro výměnu, je ekonomicky nejvýhodnější využít služeb průmyslové prádelny,“ tvrdí Lenka Hájková.

Podle Davida Grendysy, marketingového manažera společnosti Primus, jež na trh také dodává prádelenskou technologii, se vlastní prádelna z ekonomického hlediska hotelům vyplatí vždy. „Praxe ukazuje, že ekonomicky je prádelna výhodná už od malého provozu, protože může efektivním způsobem zaměst-

26 TUN PRÁDLA MĚSÍČNĚ

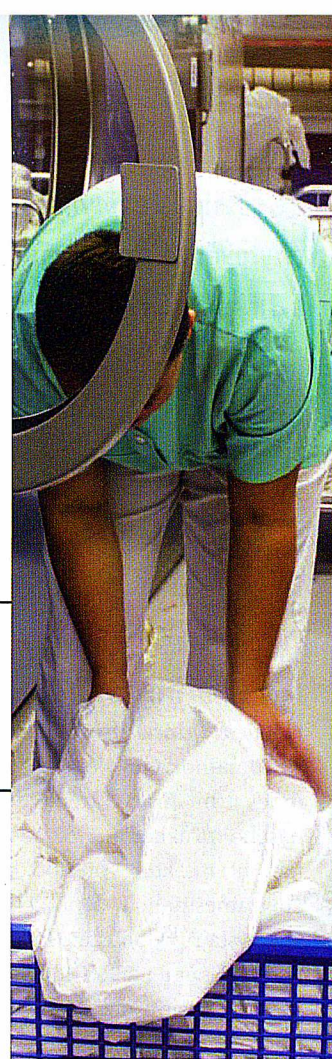
Prádelna hotelu Carlsbad Plaza:

- zaměstnává 16 osob
- funguje 7 dní v týdnu, 12 a v případě potřeby 24 hodin denně
- hotel disponuje zhruba 13 000 kusy prádla
- ukládá prádlo v 11 skladech
- denně vypere v průměru 850 kilogramů prádla, což činí měsíčně skoro 26 tun

nat pracovníky housekeepingu v jejich neproduktivním čase,“ upozorňuje. Tomuto tvrzení ale odporuje Lenka Hájková a vyjmenovává výhody externí prádelny: „Zákazníkovi odpadnou vysoké počáteční náklady spojené s pořízením prádla, starosti s jeho skladováním a obměnou při opotřebování. Jedná se rozhodně o pohodlnější a lacinější variantu, než je provoz vlastní prádelny.“

JAK VYBÍRAT

Ať jste se rozhodli pro vlastní či externí prádelnu, musíte myslet na svoje priority. Těmi jsou



cena, efektivita, kvalita a rychlost. V případě outsourcingu se zamyslete nad lokalitou a už při prvním kontaktu sledujte, jestli je firma ochotna vyjít všem vašim požadavkům vstříc anebo se spíše snaží dostat vás tam, kam chce ona. Samozřejmě, externí prádelna má více zkušeností a jejich rady nemusí být špatné, trocha obezřetnosti ale není na škodu. Komplexní servis nabízí množství výhod: „Zahrnuje jak pronájem prádla (ložního, froté, stolního, personálních oděvů), tak prádelenské služby, poradenství atd. za určitý paušál,“ vysvětluje Lenka Hájková.

V případě vlastní prádelny je potřeba položit si otázku: Opravdu se chci vším, co prádelna obnáší, zabývat? Pokud je odpověď kladná, pak je nejdůležitější ze všeho zaměřit se na výkonnost stroje. Nesmíme zapomínat ani na spotřebu energií a spočítat si návratnost stroje. Velká část našich zákazníků se ale rozhoduje

prádelny. David Grendysa se ale na celou krizi dívá spíše pozitivněji: „Podle mého názoru krize nahrává spíše vlastnímu praní než outsourcingu, proto-

že praní ve vlastní prádelně je levnější. Sice je nutné pořídit prvotní investici do zařízení, ale potom už je provoz levnější než externí praní.“ Prádelna Kyselý

nám vysvětluje, že krizi nepocítili na úbytku objednávek, spíše se u nich, jako asi v každém odvětví, objevil tlak na ceny.

Carlsbad Plaza pere raději „doma“, Kempinski mimo

PRO A PROTI:

Carlsbad Plaza pere raději „doma“, Kempinski mimo

Oslovili jsme také dva zaběhnuté hotely, které si martyriem rozhodování prošly již před časem. Jeden z nich se rozhodl pro vlastní prádelnu, druhý pro externí. Každý měl pro dané rozhodnutí své pádné důvody, což potvrzuje tezi, že nikdo nemůže stoprocentně prohlášovat, že správné je pouze jediné řešení. Hotel Kempinski Hyberská v Praze zvolil externí prádelnu. Přimo v prostorách hotelu je zároveň menší prádelna, jež slouží k rychlému praní prádla pro hotelové hosty a zaměstnance. „Hlavním důvodem outsourcingu této služby byl nedostatek vhodných prostor k umístění prádelny, jelikož se hotel nachází v historické budově a prostory byly využity k jiným účelům,“ informuje Karla Kutláková, executive housekeeper hotelu Kempinski. Hotel Carlsbad Plaza má

naopak vlastní prádelnu. „Rozhodli jsme se tak vzhledem k objemům prádla, které každý den musíme prát. Jelikož jsme Spa & Wellness hotel, naše objemy jsou výrazně větší než u klasického hotelu,“ vysvětluje Jindřich Křováček, PR & event manager. V obou hotelech zvažovali i prostory, jež měli k dispozici, a také finanční výhodnost. „Pro malý hotel jako náš, který má jen 75 pokojů, je nevhodné mít vlastní prádelnu. Při otevření hotelu jsme uvažovali mít vlastní dry cleaning pro hosty, ale znamenalo by to velkou investici do zařízení, výběr vhodného proškoleného personálu a dále provozní náklady prádelny do budoucna. Při naší kalkulaci jsme došli k závěru, že je pro náš levnější používat outsourcing jak pro dry cleaning, tak pro praní ložního prádla,“ dodává Karla Kutláková.

Ať se tedy rozhodnete jakkoliv, nezapomínejte, že důležité je si všechno dobře promyslet, a hlavně počítat. Neexistuje jediné dobré celoplošné řešení pro všechny hotely. To správné pro vás si musíte najít vy sami.



Jindřich Křováček, Carlsbad Plaza



Karla Kutláková, Kempinski

podle ceny. Vlastním případem jsou státní subjekty, kde je bohužel převážně cena jediným parametrem výběru. Stejnou zkušenost má i David Grendysa: „Stále více zákazníků slyší na úspory vody a energií, protože jsou to faktory, které se okamžitě projeví v ekonomice provozu. Při nákupu je ale cena samozřejmě jedním z rozhodujících faktorů.“

TLAK NA ČENU ROSTE, NĚKDO JDE DO VLASTNÍHO

Ani toto odvětví není výjimkou, krize se mu nevyhnula. Nesnížil se ale počet poptávek, spíše se změnila jejich skladba. Prádelny zaznamenaly zájem o projekty vedoucí k úsporám energetického zatížení. Stoupl podíl prodeje levnějších strojů a firmy již tolik neinvestují do doplňkového vybavení. Rostoucím trendem je nárůst poptávek po projektech na mincovníkové

Výhody externích prádelen	Výhody vlastních prádelen
poradí s výběrem vhodného prádla	nižší provozní náklady (ale vyšší vstupní investice, náklady na pořízení strojů činí pro střední hotel statisíce až miliony)
zákazníci dostanou prádlo, které potřebují, kolik potřebují, kdy potřebují, kam potřebují	vlastní výběr strojů
klíenti neřeší jednorázové náklady spojené s nákupem vlastního prádla	individuální výběr pracích prostředků
zákazníci nepotřebují skladovací prostory ani personál, který by se o prádlo staral	přímý dohled na požadovanou kvalitu
odpadá starost o opravy prádla	flexibilita
ušetří se náklady na provoz vlastní prádelny	potřeba méně sad ložního prádla
výměna poškozených kusů je samozřejmostí	