



ГАЛУЗЕВА СЕСІЯ:

РЕСТОРАННИЙ ТА ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС: ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ

Муніципального інвестиційного форуму
«TIME to INVEST»

TIME
to **INVEST**
ЧАС ІНВЕСТИЦІЙ

28
ВЕРЕСНЯ
2018 РОКУ



у рамках ділової програми
Міжнародної агропромислової виставки «АгроЕкспо»

ЗМІСТ

ДЕСЯТЬ ТЕЗ ПРО РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Поради від Олександра Чорного, співвласника і тренера Школи готельного бізнесу «MICHELLE»

4

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК СПОСІБ ВІДКРИТИ КАФЕ

Поради від Олександра Бронзи, співвласника мережі кафе «Крила» у місті Кропивницькому

5

ДІЄВА ФОРМУЛА РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО МАЛОГО БІЗНЕСУ

досвід Клубу рестораторів Кропивницького

8

СЕКРЕТИ УСПІХУ - ЧЕРЕЗ НАВЧАННЯ ДОРΟΣЛИХ

Концепція Бізнес-школи «WAKE UP»

10

ЯК СТВОРИТИ ДОДАНУ ВАРТІСТЬ КАВ'ЯРНІ, ПЕРЕТВОРИВШИ ЇЇ У ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР?

поради Агенції сталого розвитку «Хмарочос»

13



ДЕСЯТЬ ТЕЗ ПРО РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

*поради від Олександра Чорного,
співвласника і тренера
Школи готельного бізнесу «MICHELLE»*

- 1.** Об'єднуйтеся з колегами, владою і розвивайте цінність локації. Ваші гості спочатку вибирають куди їхати, а вже потім – де зупинитися на ніч.
- 2.** Для бізнес-сегмента розвивайте ділові події. Це добре працює, і «АгроЕкспо» тому – яскраве підтвердження.
- 3.** Більше івентів і фестивалів. Вони будуть генерувати трафік (потік клієнтів) у будь-яку пору року.
- 4.** Перебувайте в усіх каналах комунікації, де є ваші потенційні гості. Якщо вашого бізнесу немає у мережі, він не існує в принципі.
- 5.** Створіть цінність свого продукту, а вона вже буде формувати ціну.
- 6.** Постійно розповідайте своїм потенційним гостям, що цікавого вони можуть подивитися у вашій локації.
- 7.** Пам'ятайте, що гості вибирають емоції і враження: або ви їх даєте хорошим сервісом і оригінальними послугами, або вони виберуть квартиру подовово.
- 8.** Створіть легенди і міфи про локацію. Зараз час маркетингу і нестандартних рішень.
- 9.** Персоналізація і діджитал рулять у всіх комунікаціях. Модуль on-line бронювання, месенжери і соціальні мережі – must have!
- 10.** Сегментуйте аудиторію, напишіть портрети гостя, будьте на крок попереду його потреб.

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК СПОСІБ ВІДКРИТИ КАФЕ

*поради від Олександра Бронзи,
співвласника мережі кафе «Крила»
у місті Кропивницькому*



Що таке франчайзинг? Це термін (фр. franchise – пільга, привілей) означає таку форму співпраці між юридично та фінансово незалежною стороною (компаніями та / або фізичними особами), в рамках якої одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, або відомою торговою маркою, або ноу-хау, або репутацією та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися цією системою на певних умовах.

Чому можна порадити саме франчайзинг як форму відкриття кафе? По-перше, досвід України свідчить, що інтерес підприємців у цій сфері зростає. Ігноруючи кризу, франчайзингові мережі України тільки ростуть. Більшість власників малого, середнього бізнесу шукають шляхи розвитку своїх компаній. Тим паче, що іноді самостійний бізнес більш ризикований, ніж куплена готова бізнес-модель іншої компанії. Практика показує: 95% відкритого самостійно бізнесу прогорають, виживають лише 5%, а бізнес під ключ вже має свій потік клієнтів, розкручену рекламу.

Олександр Бронза: «Світова статистика свідчить про те, що франчайзингові підприємства працюють у півтора-два рази ефективніше звичайних, а їхня життєздатність на 74% вище. Зарубіжний досвід стимулює розвиток франчайзингових мереж в Україні»

Суть моделі франчайзингу проста. Йдеться про передачу однією компанією (франчайзером) права використовувати свою торгову марку, концепцію, бренд, досвід іншому підприємству (франчайзі) з певними фінансовими умовами: перший внесок (паушальний внесок), щомісячні виплати (роялті).

Для тих, хто звільнився або просто вирішив почати свою справу, франчайзинг – ідеальна форма старту власного бізнесу. Не потрібно нічого вигадувати. Досить вибрати, чим хочеш займатися, розрахувати свої інвестиції. Те, що франчайзер будував роками, підприємець-початківець може отримати за місяць. Це головна конкурентна перевага форми бізнесу по франчайзингу.

Які ж умови висувуються до обох сторін угоди? Якщо узагальнити, то, купуючи «франшизу», Ви у більшості випадків отримуєте:

- Концепцію
- Персоналізований (адаптований) дизайн-проект
- Brand Book – повний комплект макетів елементів корпоративної ідентифікації (уніформа для персоналу, брендovanі упаковки для продукції)
- Технологічні карти
- Контакти підрядників / постачальників
- Франчайзинговий пакет (покрокова бізнес-інструкція по всім бізнес-процесам)
- Базове навчання персоналу (наприклад, початкове навчання адміністратора, основного функціонального персоналу кафе, навчання при впровадженні оновлень / удосконалень системи)
- Консультаційну підтримку (етап запуску / подальшого ведення справи: аналіз показників роботи мережі, при необхідності – кризис-менеджменту, консультації по роботі об'єкта, консультування щодо ведення, управління бізнесом)
- Маркетингову підтримку (розробка макетів рекламної продукції, підтримка єдиного корпоративного сайту мережі, просування в соціальних мережах, розробка заходів, програма лояльності, надання інформації про конкурентів мережі)
- ...багато іншого залежно від особливостей бізнесу

Олександр Бронза: «Немає бізнесу в якій можна вкласти гроші, і, не займаючись ним, отримувати бонуси. У тому числі франшиза – це не економічне диво!»

Що стосується фінансових показників, то вступний внесок зазвичай сплачується протягом кількох днів після підписання договору франчайзингу, а роялті – щомісяця або щокварталу, залежно від бізнесу та форми співпраці. Щомісячний платіж по франшизі може бути фіксованим, що допомагає франчайзерам отримувати стабільний дохід. Роялті іноді прив'язаний до щомісячного або щорічного обороту каси. Це – агресивна система отримання доходу.

Олександр Бронза: «Чому я свого часу вибрав франчайзинг від кафе «Крила»? У середньому 30% ресторанів мережі окупилися/окупаються за півроку, ще 60% – за рік, і 10% – за півтора року. У середньому один ресторан отримує місячний прибуток від 2000 до 5000 доларів. Тим часом 90% франшиз, які пропрацювали півроку, відкрили другий ресторан, 10% відкрили або відкривають третій!»

Франшизний бізнес розвивається динамічно, коли модель вже відпрацьована і гарантовано ефективна за умов дотримання правил відкриття і ведення бізнесу. Безперечною перевагою – можливість дистанційного керування подібними проектами. Ситуація з мережевими кафе зворотна – чим ближче знаходиться власник, тим більший він одержує дохід. Однак для вітчизняних власників мереж основною причиною відмови від франчайзингу є нездатність регіонального споживача платити за столичний бренд. Таким чином, франчайзинг у фаст-фуді, як і в інших сферах, – поняття динамічне, оскільки бізнес розвивається, а технології корегуються новими знахідками і підходами. Франчайзер зобов'язаний інформувати своїх франчайзі про всі ноу-хау, що з'являються, і це не повинно відобразитися на величині роялті на час дії договору.

Олександр Бронза: «Частка мереж швидкого харчування в загальній кількості закладів громадського харчування в Україні за різними даними складає 13-15%. Це близько двадцяти мереж із загальною кількістю ресторанів не більше двох сотень. Їх власники, в основному, вважають за краще створювати власні філіали, і за схемою франчайзингу розвивається незначна кількість».

Франчайзинг є прогресивною тенденцією розвитку бізнесу, про що свідчить той факт, що сегмент фаст-фуду в Україні сьогодні оцінюється фахівцями в 800 млн дол. США за рік. За підрахунками власників мереж, кількість українських громадян, які харчуються «по-швидкому» поза домівкою, щорічно зростає на 20-25% і в грошовому, і в натуральному виразі.

Якщо ж говорити про ризики, які несуть сторони при підписанні договору франчайзингу, то більше ризикує франчайзер: він передає інтелектуальну власність, досвід, концепцію... Основний ризик для франчайзі – гроші / час. Також, для франчайзі існують ризики неправильно поданої інформації франчайзером, що може спричинити за собою ряд неприємних факторів, навіть – закриття точки.

Олександр Бронза: «Світовий досвід свідчить, що одним з найуспішніших методів розвитку бізнесу у сфері масового харчування є франчайзинг. Він дозволяє вітчизняному ринку фаст-фуду розвиватися динамічно, а технології корегуються новими підходами».

Сучасні тенденції розвитку бізнесу швидкого харчування визначаються збільшенням сегменту фаст-фуду в Україні, активним розвитком підприємницької діяльності за кордоном як великих гравців ринку, так і представників середнього бізнесу, а також підвищенням конкурентоспроможності вітчизняного ресторанного бізнесу як на національному ринку, так і в західноєвропейських країнах. Тому вже незабаром ми будемо спостерігати як створення більшої кількості українських франшиз, так і появу на вітчизняному ринку більшої кількості європейських і світових компаній цієї сфери.



ДІЄВА ФОРМУЛА РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО МАЛОГО БІЗНЕСУ

*досвід
Клубу рестораторів
Кропивницького*

Протягом зими-весни 2018 року у місті Кропивницькому тривала підготовка, відбувалися зустрічі та дискусії задля створення першого у Кіровоградській області Клубу рестораторів. Ініціатива створення клубу належить Бізнес-школі «WAKE UP».

У квітні 2018 року під час чергової зустрічі у Клубі відбулося затвердження місії та задач роботи Клубу, а також вибори керівництва об'єднання – Президента, Скарбника та Секретаря. Першим Президентом Клубу рестораторів у місті Кропивницькому став співвласник мережі кафе «Крила» Олександр Бронза, скарбником – адміністраторка кафе «Щастя» Ніна Бурдейна, а секретаркою було обрано співзасновницю Бізнес-школи «WAKE UP» Вікторію Талашкевич.

Місія: Клуб рестораторів об'єднує власників закладів харчування Кропивницького та делегованих ними осіб задля співпраці і розвитку культури відвідування ресторанів серед мешканців міста, а також представлення інтересів членів об'єднання у діалозі з міською владою.

Задачі:

- Презентувати та відстоювати спільні інтереси його членів перед представниками влади
- Створювати постійний майданчик, комфортний для співпраці та зустрічей
- Об'єднати членів клубу у неформальному середовищі
- Відслідковувати потреби населення для розвитку культури відвідування ресторанів і кафе
- Надихати його учасників та учасниць на нові ідеї
- Вчасно і адекватно відповідати на виклики, що виникають перед членами об'єднання
- Планування та організація публічних та корпоративних заходів різного формату за участі членів об'єднання

Членами клубу можуть бути люди, які безпосередньо займаються розвитком ресторанної культури у місті та області. Рішення про залучення нових членів Клубу приймають дійсні члени клубу після написання кандидатами заяви на вступ до Клубу, заповнення анкети та надання однієї усної рекомендації від діючих членів Клубу.

Член Клубу має право:

- обирати та бути обраними на керівні посади Клубу
- брати участь у зборах Клубу, пропонувати нових членів
- висувати та відстоювати ідеї щодо діяльності Клубу

Член Клубу зобов'язаний(а):

- відвідувати засідання Клубу (у випадку пропуску п'яти засідань поспіль без поважних причин відбувається автоматичне виключення із членства у Клубі)
- здійснювати внески (200 гривень – раз на квартал) на поточну діяльність Клубу

Керівництво Клубу складається із трьох осіб: Президента, Секретаря та Скарбника. Назва посади очільника(ці) клубу – Президент. Керівництво Клубу обирається терміном на півроку таємним рейтинговим голосуванням членів Клубу.

Обов'язки Президента Клубу:

- формувати порядок денний засідань Клубу, які відбуватимуться раз на два тижні
- пропонувати тему та спікерів наступної зустрічі під час кожної зустрічі членів Клубу для обговорення та затвердження
- представляти інтереси членів Клубу у діалозі із представниками місцевої влади
- мати бачення подальшого розвитку Клубу

Обов'язки Секретаря Клубу:

- протоколювати результати обговорення під час засідань Клубу
- публікувати результати обговорень у групі Клубу на Фейсбуці
- інформувати учасників та учасниць Клубу про зміни у графіку зібрань через Telegram-чат

Обов'язки Скарбника Клубу:

- збирати щоквартальні внески
- робити закупівлі (чай, кава, печиво та інше) на поточну діяльність Клубу
- інформувати учасників та учасниць Клубу про витрати

Права Керівництва Клубу (Президента, Скарбника, Секретаря):

- не платити членські внески на період виконання обов'язків Президента, Скарбника та Секретаря
- виносити теми та спікерів на порядок денний
- брати самовідвід з посади у випадку нездатності до виконання повноважень, але не раніше, ніж через два місяці виконання зобов'язань

*Контакти
керівництва Клубу рестораторів Кропивницького:
098-418-40-97 (Олександр Бронза)
050-740-11-41 (Ніна Бурдейна)*

Уявіть, ким Ви будете через сім років?

Саме зараз час з'ясувати або й намалювати для себе заново бачення того, яким підприємцем чи підприємцею Ви є. Це вимагатиме від Вас одночасно підведення ризику під Вашими цінностями і переосмислення цілей на найближче майбутнє. На новий рік, наприклад. Для початку згадайте п'ять найважливіших моментів Вашого життя. Для кожного епізоду варто обрати ті цінності, якими Ви керувалися, приймаючи рішення. А тепер окресліть свої цілі на майбутнє: завдання, які можна реально втілити у життя. Напишіть, ким Ви хочете стати і що змінити у світі або у вашій громаді, наприклад, до 2025 року. Що Ви будете робити через сім років і як впливатимете на світ довкола Вас?

Щоб робити це, треба володіти певними знаннями, вміннями і навичками, а також постійно їх удосконалювати. Сьогодні неможливо закінчити школу, а також ліцей чи університет, і бути успішним впродовж усього життя, не навчаючись. Робіть це через книги, семінари, спілкування з людьми, але робіть! Переймайте контроль за своїм життям на себе! Незалежність, впливовість та відчуття сенсу життя означає для людини нижчий стрес, в якому вона хоч-не-хоч постійно перебуває. Якщо Вам бракує радості у повсякденному житті, започаткуйте будь-яку справу, яка надасть можливість спілкування з цікавими людьми чи допоможе змінити місце, де Ви працюєте і живете. Якщо Ви не працюєте самі на себе, а виконуєте чийсь накази, робота над новим проектом може дати відчуття контролю над невеликими, але важливими для вас речами, процесами чи подіями. Мало того, що такий проект може суттєво покращити Ваш настрій, Ви ще й можете вписати його у резюме під час пошуку нового, більш сприятливого для Вас місця роботи.

Уявіть, що Ви вже маєте те, чого давно хотіли?!

Наприклад, власне невелике кафе або затишний готель. Наш мозок – це наш найкращий інструмент. Але якщо Вас коли-небудь опановував страх, безсилля чи тривога, то Ви знаєте, що наш мозок може бути і нашим найбільшим ворогом. Неважливо, чи Ви турбуєтесь про те, що колеги Вас не цінують, чи переживаєте про те, що клієнт пішов до конкурента – постійні думки про це тільки нагнітають ситуацію. Натомість уявіть, що все відбувається саме так, як Ви того хочете! Поводьтеся так, ніби колеги Вас обожнюють, а клієнти – поступливі і лояльні. Звісно, це можуть бути лише фантазії. Але те, чим Ви переймаєтесь, теж може бути лише у Вашій уяві! Краще поводитися впевнено – тоді і шанси на успіх будуть набагато більшими!

Ваш розвиток – повністю у Ваших руках!

Відповідальність за Ваш професійний розвиток лежить повністю на Ваших плечах. Неважливо, якою є ситуація у Вашому житті, візьміть на озброєння декілька правил:

- Раз на місяць спілкуйтеся із професіоналами у тій сфері, в якій Ви працюєте, щоб тримати руку на пульсі подій і відслідковувати тенденції у локальній спільноті;
- Раз на квартал пізнавайте щось повністю нове – чи то у своїй роботі, чи беручи участь у роботі громадського сектору, чи відвідуючи курси;
- постійно оцінюйте себе через формальні та неформальні інструменти, щоб розуміти, куди Ви рухаєтесь, чи розвиваєтесь Ви, які є сильні та слабкі сторони: це допоможе скласти план на наступний рік.

Підтримуйте у собі жагу до знань!

Не дозволяйте лінощам ставати на заваді Вашого розвитку. Успішні лідери постійно тримають свої очі відкритими, а розум – готовим сприймати нове, бо знають – яким би не був рівень їхньої майстерності, завжди є щось, що стане новим, неочікуваним і провокаційним. Якщо Ви досягли верхньої межі майстерності в тій чи іншій сфері, отже час звернути увагу на інші дотичні галузі, куди можна було б спрямувати свій розум і талант. Коли перед Вами постає проблема – нехай і така, яку Ви вирішували сотню разів, – кожного разу намагайтеся знайти нові підходи і нові механізми її вирішення.

Цінності Бізнес-школи «WAKE UP»

- 1.** Широкий вибір тем і спікерів – наша головна цінність. Ми пропонуємо великий вибір корисних тренінгів на різні теми за доступними цінами, щоб якомога більше людей із Кіровоградської області могло їх відвідати.
- 2.** Підтримка і взаємодія – запорука спільного успіху. Бізнес-школа «WAKE UP» створена на ентузіазмі та бажанні розвитку. Ми підтримуємо і надихаємо одне одного!
- 3.** Найкраща якість за найменшу ціну. Ми працюємо у комфортних умовах і надаємо учасникам у місті Кропивницькому максимум зручностей, витрачаючи при цьому мінімум ресурсів.
- 4.** Ми обираємо свій шлях: розвиваємо місцеву бізнес-спільноту, шукаємо і знаходимо експертів та тренерів на рівні міста Кропивницького та Кіровоградської області, вчимо підприємців, як ефективно та цікаво ділитися своїм досвідом.
- 5.** Концентрація зусиль та уваги. Ми не можемо робити все, всюди і одночасно. Ми будемо робити тренінги так часто, наскільки це дозволяє робити їх якісно.
- 6.** Продумати кожну деталь і витратити час на підготовку. Це означає, що ми детально пояснюємо, де знаходиться Прес-клуб, і зустрічаємо людей у день тренінгу. Ми приходимо заздалегідь і перевіряємо техніку та презентації, розкладаємо канцелярські товари і блокноти.
- 7.** Брати на себе відповідальність за якість навчання – це привілей. Страх перед помилками – ворог розвитку, тому ми будемо йти вперед і розвиватися, беручи на себе відповідальність за прийняті рішення.
- 8.** Найкраще у нас – попереду! Бізнес-школа «WAKE UP» залишається групою ентузіастів, переконаних у цінності неформального навчання для дорослих, які не вірять у слово «неможливо».

Контакти Бізнес-школи «WAKE UP»:

066-328-40-48 (Жанна Січкарь)

050-321-39-19 (Вікторія Талашкевич)

Сторінка Бізнес-школи «WAKE UP»:

<https://www.facebook.com/wakeupbusinesskr/>

ЯК СТВОРИТИ ДОДАНУ ВАРТІСТЬ КАВ'ЯРНІ, ПЕРЕТВОРИВШИ ЇЇ У ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР?

»»»
ХМАРОЧОС
АГЕНЦІЯ-СТАЛОГО-РОЗВИТКУ

*поради Агенції сталого розвитку
«Хмарочос»*

Кавова культура захоплює міста. І мова не тільки про каву або чай, локальні смакоти. Люди шукають дивні і комфортні місця для спілкування, у кав'ярню приходять вести ділові розмови, малювати, слухати поетів чи мандрівників, музику, навчатися, і в цьому процесі кавовий або чайний церемоніал стає невід'ємною частиною активного міського життя.

Чому так відбувається?

У місті Кропивницькому немає достатньої кількості відкритих просторів, які можуть задовольнити творчі або професійні потреби містян. Тому вибір за креативними і творчими кав'ярнями.





Лайфхаки про те, як зробити свою кав'ярню улюбленим місцем для громади та гостей.

- різноманітні заходи у кав'ярні привертають увагу ЗМІ, розширюють цільову аудиторію – традиційна культурна чи освітня подія, meetup, public talks, майстер-класи збільшуватимуть кількість відвідувачів та створюватимуть позитивний імідж закладу

- івент-стратегія не повинна бути складною і обтяжливою для Вас і Вашої команди – залучайте активістів, які вже мають цікаві проекти, і єдине, що їм бракує, – це затишного приміщення з мінімальним набором технічного обладнання

- активні і творчі люди міста порівнюють кривпівницькі заклади із тими, які вони відвідують в інших містах («О, як у Львові!») – варто промоніторити цікаві концепції кав'ярень, орієнтованих на подієвий маркетинг, побудовані за принципом відкритого громадського простору. Ви обов'язково знайдете секрети успіху і популярності кав'ярні, які досягаються саме через її відкритість

- люди не ходять пити каву туди, де їх не радо зустрічають – якщо клієнт приходить до Вас з ідеєю публічного заходу, принаймні, її можна вислухати, можливо, це саме те, що зробить вашу кав'ярню популярною

- «доданою вартістю» Вашого закладу може бути традиційна зустріч з цікавою людиною щомісяця, фотосушка, пленер, майстер-клас для дітей Ваших клієнтів, мотиваційні наліпки чи передбачення на паперовому стаканчику, лекція про каву або чай, фотозони, свіжі цікаві журнали на столах чи роздрукований аркуш з планувальником на наступний тиждень – таких приємностей може бути багато, саме по ці вау-ефекти люди повертаються до своїх люблених кав'ярень, і звичайно, по смачну каву та десерт і посмішку бариста

ДОВІДКА: Агенція сталого розвитку «Хмарочос» має наступні напрямки діяльності: сталий розвиток громад та спільнот, підтримка низових ініціатив — допомагаємо проектам активних городян, втілюємо власні (освітні, культурні, розвиткові); досліджуємо, яким має бути комфортне місто та стимулюємо міський і сільський активізм. Сторінка на Фейсбучі: <https://www.facebook.com/skyscraper.kr/>

