

ПОЧАТИ ► БІЗНЕС

КУРС
ПОЧАТИ БІЗНЕС У ГОТЕЛЬНІЙ
ІНДУСТРІЇ

Лектори:
Андрій Зеленський
Алевтина Гомон
готельно-ресторанний
комплекс «Смерека»



**Готельно-ресторанний
комплекс «Смерека»**

розташований у місті
Святогірськ, Донецької області.
Працює з 2008 року.
22 особи персоналу.
На території комплексу
функціонують 6 двоповерхових
котеджів, готель на 20 номерів,
ресторан і басейн.

*У курсі власник та
адміністраторка одного
з найкращих готельно-
ресторанних комплексів на
Сході України діляться досвідом,
як створити готельний бізнес та
керувати ним.*

ІДЕЯ

На початках **не було** ані бізнес-плану, ані ретельного аналізу ринку.

Думка про створення готельного бізнесу виникла на основі інтересів майбутніх власників до активного відпочинку за містом. Ідея тут диктувалася потребою і попитом.

Створювали все на інтуїтивному рівні, виходячи з принципу **«Як для себе»**.



КОШТИ



Спочатку для «Смереки» інвесторами стали самі власники.

Вони вирішили не покладатися на банки та кредити, щоб не бути залежним від відсотків. Адже готельний бізнес - це **сезонний** бізнес і прибуток там не завжди стабільний.

Пізніше на побудову готелю довелося залучати сторонні інвестиції та **реінвестувати** наявні прибутки.



ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ

Багато клієнтів з'являють за регіональним принципом: обирають **найзручніше** місце найближче до їхнього дому. Проте багато відвідувачів після відпочинку стають **постійними**.

Показовий момент, що деякі з клієнтів, які після окупації переїхали з Донецька у Харків, Київ чи Дніпро, однак повертаються, щоб відпочивати у «Смереці».

Дехто виїжджаючи, одразу бронює номер чи котедж на наступний приїзд.

Працює також **зовнішня реклама**, зокрема, борди на в'їзді та по місту.

У готельно-ресторанному комплексів діє система лояльності, що передбачає картку із накопичувальною знижкою. Нею може скористатися не лише власник, а й члени його родини.

Наявність ресторану забезпечила «Смереці» можливість проводити **масові** заходи (конференції, круглі столи, байкерські зльоти тощо).

Вимогливість клієнтів переважно залежить від вартості послуг та рівня доходів у країні.

Проте персонал **завжди** намагається забезпечувати високий рівень обслуговування.

КОМАНДА

”

Інколи в **маленькому** місті важко знайти відповідальних людей, готових працювати. Ефективними методами пошуку та підбору персоналу стають оголошення на регіональному телебаченні, сайти з пошуку роботи та рекомендації друзів і знайомих. Наразі у комплексі майже половина персоналу - це вимушені **переселенці**.

Робота персоналу залежить від його внутрішньої **мотивації** та розуміння, що потреби гостей - понад усе.

Плинність кадрів можлива доти, доки не сформується злагоджений колектив, готовий працювати на спільну мету. **Важливо навчати персонал.**

Інвестору/власнику бізнесу варто **долучатися** до керівництва робочими процесами якщо це малий/середній бізнес - від 10 до 40 людей.

Власник має **контролювати** загальні процеси і делегувати обов'язки на інших відповідальних осіб: *заступників, адміністраторів, завгоспа тощо.*
Кожен працівник повинен мати перелік посадових інструкцій і діяти згідно з ними.

КРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

”

Проблемні моменти з клієнтами варто вирішувати в першу чергу комунікацією і пошуком **компромісів**.
Виникають вони у готельному бізнесі переважно через людський фактор.

Спочатку до вирішення залучаються офіціанти, далі охоронці, зрідка - адміністрація. У виключних випадках - представники правоохоронних органів.

A woman in a dark vest and patterned shirt is cleaning a bed in a cozy, wood-paneled room. The room features a wooden floor, a wooden ceiling with a large skylight, and a bed with a patterned coverlet. The scene is warmly lit, creating a comfortable atmosphere.

РОЗВИТОК І МАСШТАБУВАННЯ

Була проблема: компанії від 6 до 10 людей не мали можливості комфортно влаштуватися для проведення дозвілля. Тому спочатку побудували 4 котеджі, потім ще 2 (80-90 м² кожен). Матеріал для котеджів (смерекові балки) обрали не випадково - це забезпечує **атмосферність** та зміну звичного побуту для міських жителів, які приїждять туди на вихідні чи на літній час.

Із часом виникла думка відкрити формат для родинного відпочинку **на 2-3 особи**. Так з'явився готель.

Пізніше виникла потреба створити приміщення про ведення масових заходів. Ним став ресторан. Завжди треба бути готовим до того, що прибуток не буде одразу: готель перший рік, а ресторан - перші два роки працюватимуть **у мінус**.

”

Кожен рік варто створювати план реконструкції та інвестування, зважаючи на кон'юнктуру ринку та побажання гостей, і втілювати його.

ЗАВДАННЯ ДО КУРСУ

Дізнайтесь, як відкрити свій міні-готель

<https://sbc.regulation.gov.ua/startup/25>

Дізнайтесь, як грантерка ООН
відкрила хостел на сході України

https://drive.google.com/open?id=100f4JZB1ab_A9E2dmvdCPsrVYkLIFoEq

