

ПОЧАТИ ► БІЗНЕС

КУРС

ПОЧАТИ БІЗНЕС У СФЕРІ
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Лектор:
Олег Мацех
український підприємець та
громадський діяч, власник
львівського закладу
ОМ NOM NOM.



ОМ NOM NOM
найбільший в Україні заклад
харчування, зорієнтований на
рослинне меню; розташований у
Львові.

ІДЕЯ

NOM NOM NOM

future

”

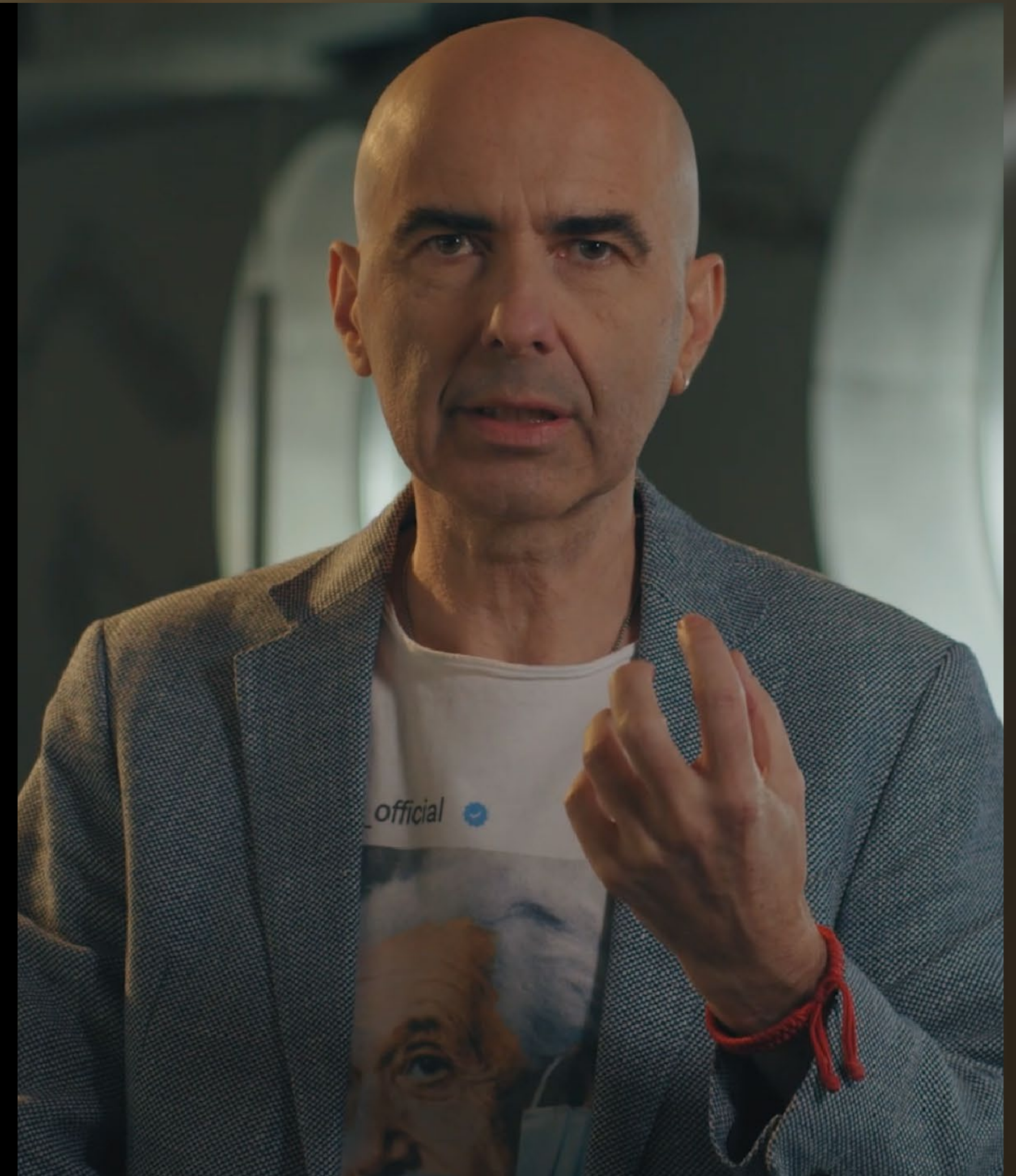
Основою для відкриття бізнесу є **ідея**. Не гроші.
Гарні ідеї завжди притягують гроші – не навпаки.

Щоб бізнес був **перспективним**, на думку засновника OM NOM NOM, потрібно мати три складники:

- любити свою справу;
- робити те, що вмієш;
- робити те, що тобі потрібно.

Ідея відкрити OM NOM NOM з'явилася після відвідин Індії. Згодом пан Олег перекупив у Львові франшизу іншого закладу, що спеціалізувався на рослинному меню, і адаптував його до своєї ідеї. **На меті мав змінити уявлення с поживачів до закладів із рослинною кухнею.** OM NOM NOM задумувався як атмосферне місце зі смачною їжею.

Більшість соціальних та бізнес-проектів у пана Олега пов'язані із його філософією та життям, тому він максимально зацікавлений у їх розвитку та покращенні.



СТАРТ





Олег Мацех деякий час жив і працював у Канаді. З огляду на цей досвід дійшов висновку, що **в Україні більше перспектив та свободи для бізнесу**. На момент відкриття OM NOM NOM уже мав кілька успішних власних проєктів. Серед них компанія INSPE, що спеціалізується на стоматологічному обладнанні, та VINIL CLUB – магазин вінілових платівок та програвачів у Львові.

Зробити OM NOM NOM масштабнішим запропонували колеги, які планували відкрити коворкінг у спальному районі Львова. Фактично за 3 місяці, у експрес-форматі, довелося робити план розвитку, працювати над архітектурними та дизайнерськими рішеннями. Місяць пішов на адаптацію ідеї, розробку бізнес-плану, архітектурного планування і ще 2 місяці – на будівництво і ремонт.



ЗНАННЯ

Пан Олег вважає, що досвід часом заважає людям відкривати бізнес. Бо через досвід часто виникає страх, а він заважає йти на ризик. Для старту власної справи достатньо хорошої ідеї та відсутності страху. Можна не знати до кінця, як це зробити, але пробувати і вірити у свою ідею.

Досвід – це набувне. Не обов'язково відвідувати багато навчальних курсів, щоб бути хорошим спеціалістом у своїй справі. Наприклад, засновник OM NOM NOM більше віддає перевагу заняттям з людьми, які пройшли шлях не в теорії, а на практиці.

В ідеалі кожен має відчувати, яких знань йому не вистачає. Не слід бездумно відвідувати курси чи отримувати MBA.

Розвиваючи власний бізнес, ви вчитеся на ходу. Після цього ви 100% будете значно ефективнішими за будь-якого "теоретика", вважає пан Олег.



ГРОШІ

MOONDOO
MATINEE

Олег Мацех переконаний, останнє, про що треба думати, відкриваючи бізнес, – це гроші. За цією логікою можна поділити охочих відкрити бізнес на власників та інвесторів. **Інвестора цікавлять тільки гроші, які він вкладає у певну справу, щоб отримати в перспективі вигоду для себе. Власник – це ідейник, той, хто любить свою справу.**



”

Гроші – це ресурс, інструмент, що дає можливість рухатися далі.
Це як бензин для автомобіля. Це не ціль.

До слова, **бізнес починається там, де розділяються фінанси свої та фінанси своєї справи.**

Кошти для відкриття першого бізнесу заробив у Канаді. Також допомогли батьки – дали для старту 50 тис. \$. Наступні бізнеси відкривав завдяки реінвестуванню та кредитам.

Якщо людина напряду запитує, скільки ти вклав у свою справу, одразу помітно, що вона до бізнесу ніяк не причетна.

Щоб зорієнтуватися у бюджетуванні закладу, слід поставити собі кілька запитань:

- який твій бізнес-план?
- скільки буде середній чек?
- скільки планується відвідувачів у день?
- скільки матимеш столиків?

Наприклад, розрахунки можуть бути такими:

50 столиків = min 100 гостей в день
(у "найгарячіші" години – в обід і ввечері).

Якщо 100 гостей залишить по 200 грн = 20 тис. в день.

Отже, 20 тис. з 30 днів = 600 тис. доходу.

У розвиток OM NOM NOM також залучали кошти інвесторів. Власне, інвестор сам зацікавився проектом і запропонував посприяти.

Найбільше інвестицій потребували:

- вентиляція;
- будівництво;
- обладнання.

У власника бізнесу повинне бути розуміння володіння ресурсами своєї справи. Тому він не має змішувати гроші компанії та свої особисті.

Наприклад, придорожнє кафе, де особисті фінанси змішані із оборотними коштами, має мало спільного із серйозним бізнесом.

Спочатку ви повинні спланувати дохід та інвестиції. Далі – витратну частину. Це має йти у P&L звіт.

Ще один важливий показник – фінансовий баланс. Це фінансовий стан підприємства у конкретний момент часу.

Щоб функціонувати як серйозний бізнес, ви повинні відстежувати всі три показники:

- P&L (доходи і витрати);
- cash flow (рух коштів);
- баланс.

Дуже часто якщо у бізнесу немає інвестора – це дорога в нікуди. Це наче пробігти довгу дистанцію, але не мати їжі – ви точно відставатимете від тих, хто харчується добре. Так, ви дійдете до своєї мети, але значно повільніше. Сучасний світ без інвестицій неможливий.

A person is seated at a long, dark wooden desk in a modern office environment. They are wearing a dark jacket and are looking down at a smartphone held in their hands. On the desk, there is a small, lit candle and a laptop. The background is filled with large, bright, circular pendant lights that create a warm, ambient glow. Some green plants are visible in the foreground and background, adding to the office's aesthetic. The overall scene suggests a focused work environment.

КОМАНДА

На думку пана Олега, **власну справу**, на відміну від стартапу, **не відкривають без бізнес-плану і команди**.

Коли ви тільки починаєте бізнес і маєте 5-10 людей, на цьому етапі всі вони "універсальні солдати". Тому кожен бере на себе ті задачі, які може.

Коли бізнес розростається – обов'язки варто делегувати.

На чому/кому тримається бізнес:

1. Маркетинг – маркетолог;
2. Підбір персоналу – рекрутер/HR;
3. Операційне управління – операційний директор;
4. Фінанси – фінансист, бухгалтер.



”

Ключова особа, з якої ви маєте почати – це маркетолог. Це людина, яка шукає "місце під сонцем" для вашого бізнесу. На початку маркетологом доводиться бути самому власнику.



Оскільки люди – це найбільша цінність, то наступною важливою особою є HR. Поки бізнес розвивається, починати варто із рекрутера.

Важливо також серйозно підійти до вибору операційного директора. Маючи некомпетентного операційника, бізнес може серйозно постраждати. **Операційний директор дуже потрібен, коли бізнес починає розростатися, а поточних задач і процесів стає все більше, і треба забезпечувати їх якісне функціонування.**

І остання, але не менш важлива позиція – бухгалтер. Це людина, яка має забезпечити ваші взаємини із державними

службами – порахувати і заплатити податки. Проте його не варто плутати із фінансистом. Це різні типи мислення: **бухгалтер рахує те, що у вас уже відбулося, фінансист планує ваші фінанси наперед.**

Щодо власника: якщо на початку це одна із найцінніших фігур для бізнесу, то згодом він може стати для нього найбільшою загрозою, якщо не делегуватиме обов'язки. У власника успішного бізнесу, на думку pana Олега, має бути одна єдина функція: зранку до вечора сидіти і думати над ідеєю. Адже власник, в першу чергу, має бути конструктором матриці бізнесу.

РЕСУРСИ



”

У бізнесу є три базових ресурси:

- перший ресурс – люди;
- другий ресурс – час;
- третій ресурс – фінанси.

Щодо часових рамок у бізнесі – тут у першу чергу, варто відштовхуватися від вашої готовності. Інша справа якщо ви маєте жорсткі часові вимоги від інвестора. **Час – найцінніший ресурс для бізнесу: ви можете знайти кошти, підібрати правильних людей, але повернути втрачений час ніколи не зможете.**

Чим швидше ви знайдете правильних людей, тим швидше у вас відбудеться фінансовий обіг і бізнес стане прибутковим. А бізнес має бути апріорі рентабельним. Не існує бізнесу, заснованого на дотаціях. Інакше це соціальний проєкт.
Якщо бізнес нерентабельний – закривайте його.

Тут влучною буде фраза: "Якщо справи йдуть не так, як треба – значить це не ваші справи".



КЛІЄНТИ

Бізнес має бути емоційним.
Беземоційний бізнес – нецікавий.
Бізнесу потрібен хороший PR,
щоб загорнути його у правильну
обгортку.

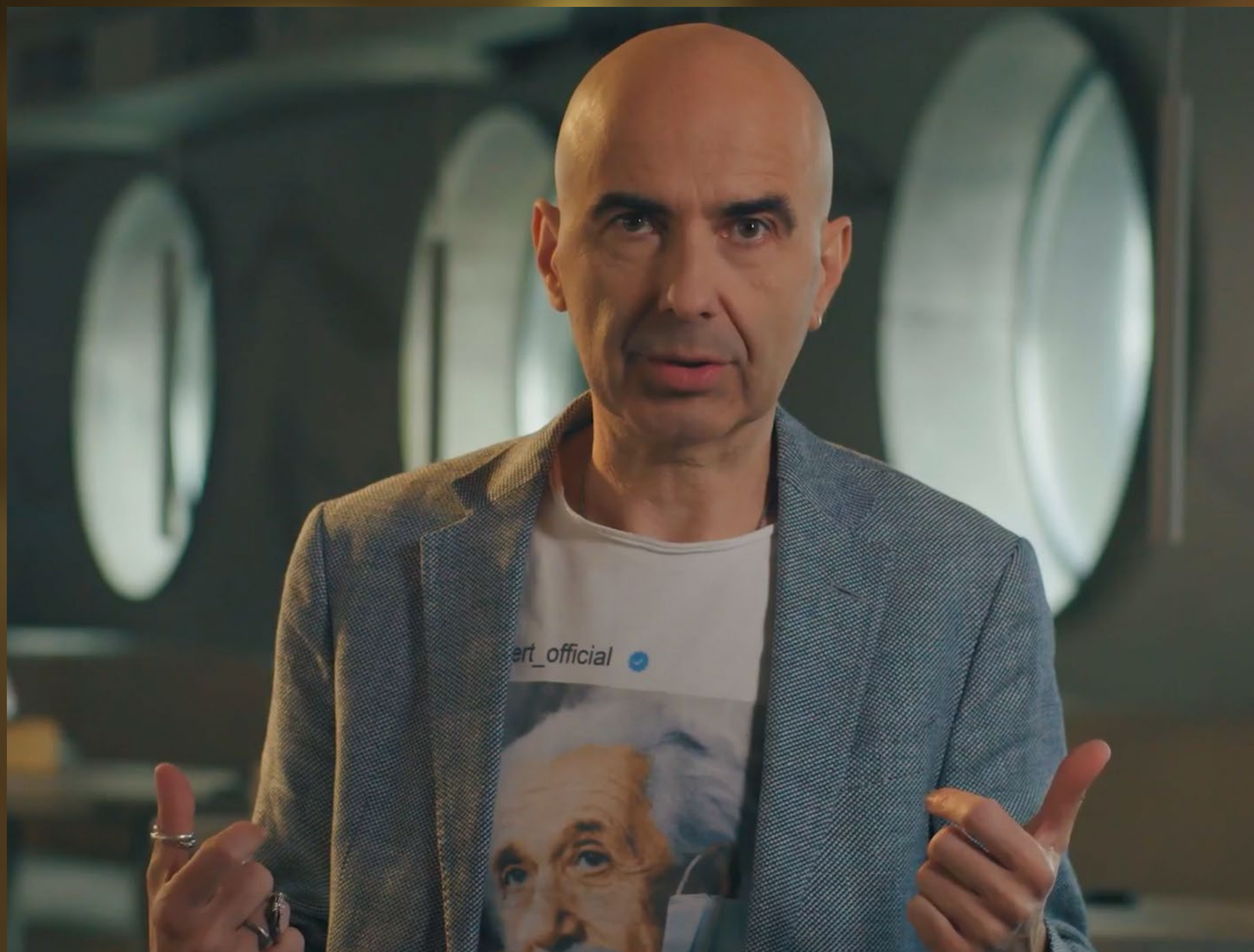
**Для закладів також важливо
створити власне ком'юніті.** Тому
що для бізнесу важливо з ким він
іде вперед, і тут мова не лише про
команду. Це теж частина
атмосфери. Наприклад, гості
OM NOM NOM – це активні
прогресивні люди, які постійно
хочуть розвиватися.

Але ніколи **не варто зупинятися
виключно на одній аудиторії, адже
коли бізнес перестає розвиватися –
він починає "вмирати".**





КРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ



Кожен підприємець повинен бути зосередженим, іти до своєї цілі, але в цей момент бути тут і зараз. Тому головне гасло для бізнесмена, на думку pana Олега: "Думай глобально – дій локально".

Хороший бізнесмен повинен детально продумати всі моменти, у тому числі кризові. Адже пандемія, наприклад, може трапитися в будь-який момент і треба бути готовим до будь-чого.

Кризові ситуації повинні бути викликом на початку вашої діяльності. Згодом ви зможете їх передбачати і уникати.

A close-up photograph of a hand wearing a red glove, reaching towards a vinyl record on a turntable. The scene is dimly lit with warm, golden light, creating a moody atmosphere. The turntable is black, and the record has a red label. The background is blurred, showing some indistinct shapes and lights.

КОРИСНІ МАТЕРІАЛИ

Терміни:

Маржинальність – різниця між кінцевою ринковою ціною та собівартістю товару/послуг.

Win-Win – стратегія співпраці, де всі учасники залишаються у виграші.

SRM (supplier relationship management) – система управління комунікацією з клієнтами та оптимізації процесів.

Cash flow (грошовий потік) – аналіз факторів, що впливають на надходження грошей.

P&L (profits and loss) – звіт про доходи та витрати.

Фінансовий баланс – фінансовий стан підприємства у конкретний момент часу.