

Like 0

+1

Твитнуть

Читайте также

III Ресторанный экономический форум 18-19 апреля 2018 г. Москва, Конгресс-центр

18–19 апреля прошел III Ресторанный экономический форум, в рамках которого состоялось более 25 бизнес-сессий различного формата и масштаба. Более 400 участников форума — рестораторы, топ-менеджеры и другие игроки сферы HoReCa — смогли стать участниками одного из самых масштабных мероприятий для профессионалов рынка общественного питания.

ТЕМА 1: ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ ПАРТНЕРСТВА

Открылось мероприятие сессией с участием первых лиц отрасли: на сцене Конгресс-центра тему «Привлечение инвестиций в ресторанном бизнесе: возможности и риски партнерства» обсуждали Ростислав Ордовский-Танаевский Бланко, основатель ПАО «Росинтер Ресторантс Холдинг», Аркадий Новиков, основатель и владелец Группы компаний Novikov Group, Александр Орлов, основатель ресторанный холдинга Bulldozer Group, Анастасия Татулова, владелец сети кафе-кондитерских «АндерСон», Тимур Ланский, основатель ресторанный холдинга «Рестораны Тимура Ланского». Модератором сессии выступил Сергей Миронов, владелец сети ресторанов «Мясо & Рыба».

Тема инвестиций — одна из самых животрепещущих, и интерес к первой сессии среди участников РЭФ был огромным.

Ростислав Ордовский-Танаевский Бланко, основатель ПАО «Росинтер Ресторантс Холдинг», рассказал о вариантах привлечения инвестиций в проект:

«Ресторанный бизнес — один из самых развитых и одновременно рискованных бизнесов во всем мире. Сфера общественного питания — главный работодатель, именно на ее долю приходится максимальное число рабочих мест. Человеческий организм — наш главный партнер и союзник, три раза в день он просит еды, и, пока не придумали альтернативного способа удовлетворить его потребности в пище, ресторанный бизнес в безопасности. И интернет пока не вмешивается в наши бизнес-процессы: не придуман еще способ оцифровать еду и послать клиенту по сети. Так что рынку есть куда развиваться. Вы можете значительно сократить риски, если будете развивать свой бизнес по франшизе, хотя мировая практика франшизы тоже прошла через скандалы. Необходимо понимать разницу между привлечением денег друзей или частных инвесторов и денег финансовых партнеров. А она измеряется коэффициентом, по которому вы можете оценить ваш бизнес. Еще одна модель привлечения денег — краудфандинг. Но пока это относительно новое направление для бизнеса».

Александр Орлов, основатель ресторанный холдинга Bulldozer Group, был предельно сдержан в оценке плюсов и минусов инвестиционного развития проектов:

«Все зависит от успешности предприятия. Чем успешнее ваши проекты, чем успешнее вы, тем легче вам будет привлечь инвестиции в новые проекты. Но надо помнить, что инвестиции — вещь интимная. Хороший инвестор — это подарок жизни, это круче, чем хорошая жена».

Аркадий Новиков, основатель и владелец Группы компаний Novikov Group, признался, что успех любого проекта во многом зависит от харизмы и удачливости ресторатора:

«В портфеле моей компании много ресторанов, но это никогда не было целью. И это не шутка. Многие проекты начинались с появления инвесторов-друзей, которые приходили с предложением: «Давай запустим новый проект, есть помещение». А я не мог отказать. То есть я давно не ищу инвесторов под новые проекты, все развивается

- фастфуд социальные сети
- управление лояльностью
- сервис рейтинг
- русская кухня меню
- персонал исследования
- фудкост

Уничтожение тараканов во Владивостоке

органично. Успех проекта зависит от вас — не просчитались ли вы в выборе места, не ошиблись ли на этапе расчета проекта... Очень важно для ресторатора «поймать» тему, ту самую «птицу счастья». Но сколь сложно ее поймать, столь же легко упустить, потому как придумать проект — одно, а осуществить, развить и сделать из идеи большой бизнес — совсем другая история. У вас вряд ли возникнут проблемы с инвесторами, если проект успешен и приносит прибыль. Проблемы начинаются, когда надо погашать долги, платить по счетам...»

Анастасия Татулова, владелица сети кафе-кондитерских «АндерСон», обозначила проблемы, которые могут возникнуть, когда у совладельцев бизнеса расходятся взгляды на развитие проекта:

«Работа со сторонним инвестором — схема не для всех. Так как последующее расставание с партнером по бизнесу — как развод, только в этот момент на поверхности появляются все подводные камни, начинаются сложности.

Главная проблема при выкупе доли бизнеса у партнера, что то, кто продает, и то, кто покупает, принципиально по-разному оценивают стоимость доли. И тут важно договариваться.

Сегодня мы развиваем свою сеть по франшизе. И если мы входим с человеком в какое-то инвестиционное партнерство, то я прописываю каждую «непригодящуюся» мелочь. Это мой опыт, и он страхует мой бизнес от многих-многих неприятностей и нервных срывов. Мы очень занудные, и с нами сложно работать, потому что мы очень бережем свой бренд, мы делаем все, чтобы никто не мог его испортить.

Франшиза — страшная штука. Она может обрушить бизнес в любой момент».

Тимур Ланский, основатель ресторанного холдинга «Рестораны Тимура Ланского», рассказал историю становления своего бизнеса:

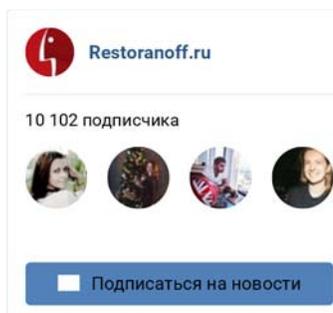
«Первый ресторан мы открыли с друзьями, и такого понятия, как инвесторы, тогда еще не было. После открытия девяти ресторанов на собственные деньги мы поняли, что выросли и готовы привлекать сторонних инвесторов в бизнес. На мой взгляд, смысла в привлечении инвестиций на этапе стартапа нет. Если я уверен в месте, концепции, в том, что это сработает, то не вижу проблем в привлечении исключительно собственных средств. Если же это спорный проект, но мы видим, что у концепции есть шансы выстрелить, то стараемся привлекать инвесторов. Мы развиваем бизнес по франчайзингу, но очень и очень осторожно: контролируем выбор локация, проверяем финансовую и бизнес-состоятельность нового партнера. Если есть какие-то сомнения, то не продаем франшизу, сколько бы денег нам ни предлагали. Стараемся к деньгам инвесторов, которые вкладываются во франчайзинг, относиться так, как будто это наш проект, который мы сами финансируем».

Сергей Миронов, владелица и управляющий сети ресторанов «Мясо & Рыба», рассказал о том, что инвесторы не всегда готовы делиться прибылью:

«Не могу сказать, что у меня положительный опыт работы с инвесторами. Как только новый ресторан начинает приносить хорошую прибыль, многие не желают делиться. Более того, многие начинают вмешиваться в работу проекта, пытаются навязывать управляющему партнеру новые идеи и диктовать условия работы. Это не на пользу бизнесу. Разногласия нередко приводили к закрытию проекта, к уходу с рынка успешных концепций».

ТЕМА 2: ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РЕГИОНОВ: РАЗВИВАТЬСЯ ПО-СВОЕМУ ИЛИ РАВНЯТЬСЯ НА СТОЛИЦУ?

Во второй сессии успешные рестораторы из Ижевска, Санкт-Петербурга, Волгограда, Новосибирска и Нижнего Новгорода обсудили проблемы развития бизнеса в регионах и рассказали о том, как развивать бизнес вне столичных реалий. Почти все участники



сессии признались, что Москва диктует моду на те или иные концепции и вдохновляться успешными столичными проектами — не преступление.

Эдуард Панин, ресторанный холдинг «Ресторан Групп»:

«Конечно, я много путешествую, каждый месяц по делам бываю в Москве, часто бываю в Европе. Любой ресторатор, бывая в другом городе, другой стране, заходит в хорошие рестораны, обращает внимание на детали, напивается впечатлениями. Я изучаю хорошие столичные концепции, совмещаю увиденное с той картинкой, которую уже сложил в своей голове. Бывает и так, что открытый тобой концепт имеет «близнеца» в другом городе. В 2016-м я открыл White café, а чуть позже узнал, что такой концепт уже существует. Тут же услышал, мол, скопировал чужое. Но это не так. Это две разные концепции. Мы открывали кондитерскую, и дизайнер создала интерьер в белом цвете, рекламщики предложили название... Не бойтесь подобных обвинений. Успешные рестораторы думают в одном направлении».

Евгения Головкова, сеть кафе кондитерских Kuzina:

«Мы являемся лидером на рынке Новосибирска, лидером кондитерской и уже ресторанной индустрии. И это не пустые слова. Наша региональная концепция сейчас успешно заходит и на московский рынок — открыли уже шесть точек.

В 2008 году мы поняли, что нам будет более экономически эффективно и целесообразно использовать собственное кондитерское производство под собственный сбыт, нежели работать с ритейл-сетями, которых было достаточно много в Новосибирске даже на тот момент, и решение оказалось правильным. Мы открываем 35-й магазин нашей собственной сети и планируем еще около 20 открытий до конца этого года. Мы развиваемся в основном за счет собственных средств. Основными параметрами, которые мы для себя поставили в приоритет, — это обязательное наличие продукции на полке всегда! Главный параметр — хорошие ингредиенты, вкусная продукция и доступная цена. Мы позиционируем себя как удовольствие по доступной цене».

Елена Меркулова, компания PIR EXPO:

«В этом году мы побывали в 20 городах России и до конца мая побываем еще в семи. Сейчас все начинает кардинально меняться, появляются молодые, талантливые и очень амбициозные шеф-повара, которые уже готовы спорить с собственниками и доказывать свою позицию. Индустрия гостеприимства будет напрямую зависеть от поваров, их навыков, умений, желаний. Рынок развивается, и вектор дальнейшего движения будут определять именно шефы. Рестораторам надо начинать правильно выстраивать отношения с поварами, правильно их мотивировать, привлекать их в развитие проекта, собирать вокруг них команду. Многие рестораторы боятся вкладываться в шефа, опасаясь, что он словит звездную болезнь и его быстро перекупят конкуренты. Но задача собственника — замотивировать свою команду на общий успех. Успешные проекты есть не только в Москве, но и в регионах. Тут важно соблюдать правила игры — не воровать чужие идеи, а в первую очередь слушать своего гостя».

Максим Коновалов, ресторанный холдинг Welcome Group, Ижевск:

«В нашем холдинге больше 30 ресторанов, есть сетевые форматы, есть единичные проекты. Это и кофейни, и семейные рестораны, и бары. В месяц мы обслуживаем 170 тысяч человек. Когда все рассуждают о «московском ресторане», то имеют в виду ресторан в пределах Садового кольца. Если же вы приедете в Бирюлево, Люблино или любой другой спальник, то увидите совершенно другие концепции, которые вряд ли могли бы открыться и успешно работать, например, на Патриках. Поэтому сравнение с Москвой не совсем

корректно. Не имеет значения, в каком городе у тебя бизнес: прежде чем открывать ресторан, надо изучить свою аудиторию. Сначала понять, «кто» тебе будет платить. И это важнейший ключевой вопрос. Потому что в некоторых случаях ты строишь рестораны для себя лично, и в этом случае не надо удивляться, если они оказываются неприбыльными. Некоторые строят рестораны для своих друзей, в этом случае опять же не надо удивляться, когда проект не принесит денег. Успешный бизнес строится на понимании потребителя. Все рестораторы должны быть эмпатами. Если ты чувствуешь аудиторию, то не имеет значения, где ты открываешь ресторан».

Александр Котюсов, ресторанный холдинг «Пир», Нижний Новгород:

«Мы — самая «древняя» компания Нижнего Новгорода, в этом году нам исполнилось 20 лет. Все наши рестораны разноплановые: английский паб, немецкая пивная, украинская корчма, французское бистро, итальянская пиццерия... Нам интересно каждый раз открывать что-то новое. Кто-то пытается потешить свои амбиции и придумать самостоятельную принципиально новый проект. Мы же понимаем, что в мировой практике есть очень успешные концепции, и можем вдохновиться их идеями, перенять опыт и сделать что-то подобное. После поездки в Америку мы открыли спортбар, после посещения Мюнхена — немецкую пивную... Чтобы концепции развивались и двигались, их нужно делать актуальными по времени. Сейчас Москва стала неким законодателем мод для российского ресторанного бизнеса. Однако есть одно НО — не стоит забывать о том, что средняя заработная плата в столице в три раза больше, чем в Нижнем Новгороде. У нас нет ни одного проекта, открытого по франшизе — это слишком безжалостный бизнес: независимо от прибыли ты должен платить 5–6% с оборота».

Максим Кораблев-Дайсон, сеть ресторанов «Пхали-Хинкали», Санкт-Петербург:

«Работа с франшизой — удобный формат: вы покупаете готовые решения, успех концепции и начинаете тиражировать успешную бизнес-модель. Но есть риск, что вам продадут продукт, который не станет успешным в вашем регионе. Если говорить о трендах, то рынок общепита сильно изменился. Каждый наш отдельный ресторан — это некий регулируемый субъект, который играет по определенным правилам и все, что делает центр, консолидирует на себе какие-то групповые расходы: на рекламу, инструменты, связанные со знаниями. Но в целом рестораны работают самостоятельно, и это приводит к довольно хорошей оптимизации процессов».

ТЕМА 3: 5 МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ОТ ВЕДУЩИХ РЕСТОРАННЫХ КОМПАНИЙ. ВЫБЕРИТЕ СВОЮ!

В сессии участвовали представители очень ярких, интересных компаний, которые рассказали о своем опыте управления и о своем опыте стратегий развития компаний, построения организационных структур и в том числе о своем опыте формирования продукта.

Эрнесто Гонсалес, компания «Росинтер Ресторантс»:

«У нас свыше 260 ресторанов, поэтому как раз для нас поиски работающей и правильно функционирующей системы управления очень важны. Мы начали с централизованной системы управления, потом выстроили управление по отдельным брендам, затем — по отдельным территориям. И каждая из этих систем управления имеет свои минусы. Если посмотреть, все эти пять так называемых систем управления — это инвестиционная, холдинговая, централизованная, корпоративная и последняя, так называемая кустовая система. Мы начали выстраивать свой бизнес с применения централизованной системы управления, но управлять таким большим количеством ресторанов, раскиданных по всей стране, централизованно из Москвы было ошибкой. На первых порах это помогало, но потом сильно остановило развитие. Мы перешли к управлению брендами. Теперь у каждого бренда было свое королевство. Это мешало развитию

региональных проектов, и мы вновь пересмотрели систему управления. Стало понятно, что для осуществления стратегических планов по развитию (открытие около сорока ресторанов в год — и франчайзинговых, и корпоративных) ни одна из существующих систем не подходит. И мы создали совершенно новую структуру компании, я бы сказал, что получился микс холдинговой и кустовой модели, когда есть некое ядро, но функция управления отдается региону. Это некая управленческая матрица. Мы поняли, что очень сложно управлять небольшими ресторанами в отдельных городах, поэтому провели большую «чистку» портфеля и там, где мы не видели возможности дальнейшего развития, либо закрывали ресторан, либо продавали его».

Марала Чарыева, руководила крупнейшими ресторанными компаниями City Restaurants, «Росинтер Ресторантс Холдинг», «Тинькофф», сетью кинотеатров «Формула кино», Москва:

«Давайте для начала ответим себе на вопрос: «Чем занимается моя компания?» Она клиентоориентированная или клиентоцентричная? Модель управления, которую вы выбираете, не является константой, а зависит от стратегии развития компании. И, соответственно, от той стадии, на которой находится компания в данный момент времени. Если вы желаете работать над продуктом и создать самый идеальный продукт в мире, соответственно, у вас должны быть шеф-повара, создана своя лаборатория вкусов, где вы создаете интересные, невероятные блюда. Если у вас большой разветвленный бизнес с большим количеством точек в других городах, у вас должны быть центр управления, офис поддержки. И тогда вы выбираете ту систему управления, которая позволит контролировать работу всех точек и обеспечит бесперебойное функционирование бизнеса. Если же вы работаете под известным мировым брендом, вы обязаны жестко выполнять все условия, прописанные контрактом, система управления будет строиться совершенно по-другому, так как вы обеспечены глобальной маркетинговой поддержкой. Если же вы работаете по франчайзингу, то вам не нужны именитые бренд-шефы, какие-то мощные технологии, нет необходимости выстраивать сложные системы закупок, у вас есть готовые кейсы, готовые стандарты управления бизнесом».

Александр Котюсов, ресторанный холдинг «Пир», Нижний Новгород:

«У нас 15 ресторанов, и четыре из них работают обособленно, фактически мы отдали бразды правления этими проектами управляющим. Мы с инвесторами — «смотрящие», то есть наблюдаем за этими концепциями, но в бизнес-процессы не вмешиваемся. Надо отметить, что «ручной» принцип управления возможен, если тебе хватает недели, чтобы объехать все свои рестораны. Наша управленческая структура уникальна тем, что она, по сути, семейная. У нас учредители — сами управляющие. В этой модели есть несомненное преимущество. Когда твои партнеры — это твои акционеры, твои учредители и они же являются управляющими компанией, ты доверяешь им полностью. Минус такой модели управления — немасштабируемость. То есть ее можно внедрить в одном, отдельно взятом городе или двух городах, но все развалится, когда ты решишь выходить в «большой мир». Я признаю, что такая модель управления не самая правильная... Но так как у нас нет в планах мировой экспансии, то пока для нас это единственно верный путь развития».

Людмила Алямовская, Коммерческий директор Тиллипад и руководитель корпоративного питания Ланамар.

«Странно, если у Вас еще нет своей доставки!

В период глобальной трансформации ресторанного рынка происходят изменения на всех уровнях: рестораторы выбирают простые концепции, повара уходят от сложных блюд, а дизайнеры создают лаконичные интерьеры. Демократизация рынка способствует

упрощению форматов ресторанов и баров, что позволяет привлечь больше гостей. А, как известно, чем больше посетителей, тем выше прибыль. Слаженная работа команды и эффективная автоматизация процессов — вот рецепт успешной работы ресторана. Не бойтесь открывать бизнес или экспериментировать с существующим, главное — начать!»

Александр Щербаков, Руководитель направления «Решения для пищевой отрасли» Тэсто Рус

«В наше время, в эпоху Digital, огромную роль играет своевременное применение новых цифровых технологий на практике, и ресторанный бизнес не исключение.

Одной из таких инноваций является автоматизированное управление качеством в сетевых ресторанах.

Внедрение комплексного цифрового решения testo Saveris Restaurant обеспечит:

- » Соответствие требованиям с использованием цифровой книги качества и чек-листов
- » Качество – пищевая безопасность, контроль и пошаговые инструкции для сотрудников
- » Прозрачность благодаря отображению и документированию всех процессов
- » Экономия за счёт автоматизированного мониторинга и эффективного управления процессами контроля качества.»

ПАРТНЕРЫ



ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ



КАК ПРОХОДИЛО НАШЕ МЕРОПРИЯТИЕ



Еще 90 фото →

Опубликовано:
11/05/2018

III Ресторанный экономический форум 2018
Ресторанный рынок в период глобальной трансформации: Диджитализация. О
Бизнес-школа «Ресторанных ведомостей» Ресторанные ведомости №05.2018

Like 0 +1 Твитнуть

По теме

III Ресторанный экономический форум 18-19 апреля 2018 г. Москва, Конгресс-центр



Василий Емельянов

Оставьте свой комментарий...

Новые

Никто ещё не оставил комментариев, станьте первым.

Рекомендуем

Новости

Команда Завтрака Шефа завершает тур по городам России и ближнего зарубежья

Новости

Луки Марони и его «I Migliori Vini Italiani – 2018»: шоу продолжается!

Новости

Кофейные выходные в Сочи

Пятый юбилейный сезон Чемпионата среди команд

Новости партнеров

Мы в 9 bar coffee заботимся о вкусе и качестве нашего кофе

Мы будем очень рады если вы посетите наш интернет-магазин

Новости партнеров

Бренд r_keeper традиционно примет участие в мероприятии Gastreet в Сочи

—

Новости партнеров

Для iiiko 6.0 вышло полезное обновление iiiko SP 6.0.2

Работа с поставками в ЕГАИС

О ПОРТАЛЕ

Медиа-кит

Реклама

Контакты

Оплата и доставка

ОНЛАЙН ГАЗЕТЫ

Restoranoff NEWS

Restoranoff КНИГИ

КНИГИ

Книги для шеф-поваров

Книги по дизайну и интерьеру

Книги по менеджменту и маркетингу

Книги по современному оборудованию

Спецпредложения

Справочники

Видеопрактикумы

Готовые тренинги для ресторанов

Журналы

БАНК ИДЕЙ

Интерьеры ресторанов

Проекты ресторанов

Фотоменю оформления блюд

2005—2018 Restoranoff.ru

Все права защищены.

Информационная группа «Ресторанные ведомости»

Перепечатка и использование любых материалов, размещенных на портале, возможны только с письменного разрешения редакции с указанием названия источника, автора публикации и активной гиперссылки на портал Restoranoff.ru