

Mała Wielka Gastronomia

#004 ILE MOŻNA ZAROBIĆ NA RESTAURACJI?



Różne motywacje stoją za decyzją o prowadzeniu restauracji. Niektórzy szukają w nim sposobu realizacji swoich aspiracji, inni po prostu myślą o tym, aby zarobić. Nasze motywacje do prowadzenia przedsiębiorstwa, bardzo często wpływają na to, jakie osiągamy rezultaty i ile ostatecznie można zarobić na restauracji.

Nawet, jeżeli ktoś chce robić ten biznes z pasji, marzeń, sam chce być sterem i okrętem, to jednak firmę zakłada się po to, aby przynosiła zysk. W innym wypadku inwestycja nie ma uzasadniania.

Mój znajomy w Warszawie w zeszłym roku powiedział, że przed covidem zarabiał na swojej restauracji 7%. To znaczy, że jego zysk netto wyniósł 7% przychodu. Czy to dużo czy mało? Jak zaplanować działania, aby zarabiać? Jak oszacować zysk firmy zanim otworzymy biznes w gastronomii? Jaki typ inwestora ma największe szanse powodzenia?

Zapraszam Was na czwarty odcinek podcast'u Mała Wielka Gastronomia. Tym razem będzie bardzo, ale to bardzo konkretnie.

Miłego słuchania, lub czytania :)

Z tego podcastu dowiesz się:

- jakie motywacje stoją za rozpoczęciem biznesu gastronomicznego
- czy istnieje bariera wejścia do biznesu restauracyjnego
- jakie są typy inwestorów
- czy to kim jesteśmy wpływa na szanse na zysk w biznesie

Słowem wstępu.

Oto odcinek podcastu, w którym znajdziecie mnóstwo wskazówek i wiedzy zbieranej przeze mnie przez lata. Ważna informacja jest taka, że podcast zostanie uzupełniony o tabele do pobrania. Taką nazwijmy to, kartą pracy. Znajdziecie ją na stronie MarcinKoch.pl.

Karta pracy może się okazać potrzebna, jeżeli zechcecie potraktować podcast, jako wyjście do analizy swojego planu na biznesu. Pamiętajcie, że jeżeli wolicie czytać, to na stronie

MarcinKoch.pl znajdziecie również transkrypt podcastu. W przypadku tego odcinka może się on okazać wyjątkowo użyteczny.

W podcaście jak zwykle znajdziecie trochę ciekawych historii i inspiracji.

Ten podcast ma dwa odcinki.

W pierwszym odcinku omówimy typy inwestorów a w drugim, przedstawię Wam sposób na oszacowanie przyszłym przychodów i zysku. Dzielę podcast na dwie części dla Waszego komfortu słuchania. Specjaliści od podcastów mówią, że uwaga słuchacza rozprasza się po 20 min. Drugi odcinek pojawi się za tydzień, w poniedziałek siódmego lutego. Jeżeli zapisałeś się do newslettera, dostaniesz wiadomość, że odcinek jest już dostępny.

Kawa jest, mikrofon działa, zaczynamy!!!

Pierwsza część podcastu Mała Wielka Gastronomia.

Zanim przejdziemy do tematu podcastu tradycyjnie kilka informacji na początek. Trochę inspiracji i trochę wieści z minionego tygodnia.

Zacznijmy od tego że to już czwarty podcast. Pozostałe trzy są na stronie, na której stale przybywa zarówno wartościowej treści jak i odwiedzających. Ku mojemu zaskoczeniu, dzieje się to pomimo, że moje social media wciąż są w rozsypce i dopiero planuję się nimi zająć. To że strona rośnie to dobry znak. Wejdźcie na stronę i dajcie znać jakie są Wasze uwagi, co Wam się podoba a co nie. Może macie jakieś propozycje, pomysły? Z chęcią wezmę je pod uwagę, w końcu MarcinKoch.pl powstaje przede wszystkim dla Was.

Nowy wpis na blogu

Na blogu MarcinKoch.pl znajdziecie nowy artykuł, z którego jestem strasznie zadowolony. Dotyczy storytellingu czyli tworzenia historii. Narzędzia, które możecie wykorzystać w swoich działaniach marketingowych. Storytelling to umiejętność budowania historii. Dzięki nim nawiązujemy relacje z otoczeniem, przełamujemy bariery, wybijamy się ponad konkurencję. [Koniecznie przeczytajcie artykuł](#). Znajdziecie tam nie tylko wyjaśnienie, dlaczego to narzędzie jest warte uwagi, ale również jak to zrobić. Są wskazówki, odpowiedzi – czyli jak w każdym artykule który publikuje. Storytelling może być bardzo tanim narzędziem. Przede wszystkim liczy się kreatywność, zaangażowanie i włożona w to praca.

Książka warta uwagi!

Na koniec coś co jest powiązane z artykułem na blogu. Chodzi mi o książkę dotyczącą storytellingu.

W artykule dotyczącym storytellingu wspominam dwie. Jednak jedną cenię szczególnie. Jest ona tak ciekawa, że nawet jeżeli nie myślisz o pracy nad storytellingiem, samo spotkanie bohaterki książki, jest warte spędzonego czasu.

Książkę ["Jak mówić o sobie dobrze"](#) napisała Aleksandra Więcka. Widać, że Ola od lat zajmuje się zawodowo pisanem i tworzeniem historii, bo książkę po prostu świetnie się czyta. Ola w sposób przystępny, przybliżyła nam temat storytellingu i zachęca do stworzenia swojego własnego. W książce znajdziemy przykłady historii kobiet, z którymi Ola pracowała, które pod jej okiem wypracowały swoje opowieści. Czytając książkę, krok po kroku odnajdujesz się w teorii i praktyce tworzenia opowieści, aż w końcu sam tworzysz swoją własną. Czy to dla siebie, czy dla biznesu, który prowadzisz.

Jeżeli ktokolwiek z Was wie choć trochę, czym jest storytelling, nie muszę tłumaczyć, że umiejętność opowiadania historii, przyda się dosłownie wszędzie. Może to jest dobry moment, aby przy pomocy książki Oli, zacząć budować własną historię?

Druga część podcastu Mała Wielka Gastronomia. Ile można zarobić na restauracji?

Decydując się zmienić dotychczasowe życie i z korporacyjnego świat, wyruszyć w podróż ku nieznanemu światu gastronomii, wiedziałem że chcę prowadzić biznes. Nie wiedziałem, że będzie to restauracja, myślałem o czymś małym. Później się to zmieniło. Pierwotnie chciałem otworzyć bistro połączone ze sklepem i warsztatami. Restauracja, która powstała była wynikiem ewolucji.

Zbierając doświadczenia, ucząc się, ponosząc mniejsze i większe niepowodzenia, budowałem w głowie firmę, którą chciałem zrobić. Wiele elementów się złożyło na to, że otworzyłem taką a nie inną restaurację. W procesie przygotowania najważniejsza była dla mnie stała korekta moich planów. Zarówno pod kontem nakładów jak i potencjalnych przychodów a ostatecznie zysku jaki mogę wygenerować. Poszukiwanie informacji, ich weryfikacja odbywała się non stop, niezależnie w jakim punkcie realizacji planów byłem.

13 osób i wspólny cel

Robiąc grand diplome w [Le Cordon Bleu](#) – Osobom, które nie wiedzą czym jest Le Cordon Bleu wyjaśniam, że to najstarsza akademia kulinarna na świecie. Ma oddziały od Nowej Zelandii przez Paryż, po Limę w Peru. Można tam zrobić jednodniowe szkolenia, kursy, regularne studia.

Tak więc robiąc grand diplome, który zajął mi 3 lata, na ostatnim poziomie spotkałem 13 osób, które były zawodowo związane z biznesem hospitality. Poza trzema wyjątkami, mną, moją przyjaciółką Mirjam oraz pochodzącą z Australii Anne, w grupie były wyłącznie osoby pracujące na stałe w restauracjach czy hotelach. Jednak z osób, dokładnie Cristina pochodziła z rodziny, która w tym czasie zarządzała 12 restauracjami w Hiszpanii. Niektóre z osób miały za sobą staże lub prace w restauracjach gwiazdkowych np. Gabor w NOM'ie. Wszystkie te osoby miały w planach prowadzenie swojej własnej firmy w tym biznesie. Czy to restauracji, firmy cateringowej czy np. akademii kulinarnej. Po zajęciach, przy piwie, w położonym przy ulicy Vaugirard bistro, nasze rozmowy bardzo często kończyły się na omawianiu własnych planów, wyzwań, kosztach prowadzenia biznesu. Gotowanie było tylko elementem w maszynie, którą mieliśmy tworzyć.

Ostatecznie restaurację założyło troje z naszej grupy. Wspomniany wcześniej Gabor z Węgier, Tetsuya z Japonii oraz ja. Tetsuyi założenie restauracji zajęło kilka lat, po LCB odbywał staże i pracował w wielu restauracjach w Paryżu, aż ostatecznie wrócił do Japonii. Kilka innych osób

założyło biznesy na styku gastronomii i korporacji, np. Mirjam uruchomiła akademię, w której gotowanie było tylko tłem do zdobywania nowych umiejętności managerskich.

Dla wielu osób, które poznałem po otwarciu restauracji, to co zrobiłem, okazało się ich marzeniem, idealnym pomysłem na życie, świetnym biznesem do prowadzenia.

Kuszący urok gastronomii.

Jak już wspomniałem na blogu, gastronomia buduje wizerunek pięknego i satysfakcjonującego świata. Dla gościa czy obecnie często klienta, niewidoczne są problemy związane z codziennym prowadzeniem tego biznesu. Gastronomia jest mistrzem w tworzeniu pozorów świata z bajki. Wchodząc do restauracji, knajpy, cukierni widzimy uśmiechniętych i szczęśliwych ludzi. Trudno nie być zadowolonym w oczekiwaniu na smaczny posiłek, deser, napój, a to wszystko podane przez życzliwego kelnera czy pracownika obsługi.

Często wizyta w restauracji oznacza możliwość przebywania w pięknych wnętrzach, delektowanie się spokojem i po prostu - nazwijmy to - „nic nie musieniem”. Dla niektórych dodatkowym magnesem jest perspektywa spotkania znanych im osób, i nie muszą to być gwiazdy telewizyjne. To miłe - myślimy sobie – prowadzić taki biznes. I choć każdy, kto rozważa decyzję o otwarciu swojego pierwszego lokalu, zdaje sobie sprawę, że to tylko część rzeczywistości i że za tym biznesem, jak za każdym, stoi olbrzymia ilość pracy, wciąż pozostaje pod urokiem kreowanego wizerunku.

Niewielka bariera wejścia, czy to prawda?

Gastronomia to również biznes prosty do wyobrażenia. Nie trzeba pracować w gastronomii, aby wiedzieć, że do prowadzenia np. restauracji potrzebni są kucharze, może cukiernicy, pracownicy baru, jeżeli jest planowany, no i kelnerzy. Wiemy również, choćby z własnego doświadczenia zawodowego, że ktoś tym musi zarządzać. Zarządzanie też nie wydaje się trudne. Wielu inwestorów zmagало się we wcześniejszej pracy z zespołami liczniejszymi niż zatrudnienie w średniej wielkości restauracji. Dodajmy do tego powszechną wiedzę, że do prowadzenia biznesu przyda się system do zarządzania sprzedażą, koncesja na alkohol i lokal w miarę dobrym miejscu. Wszystko wydaje się być proste.

Jeżeli do wyliczanki nie włączymy potrzebnych do zainwestowania środków, bariera wejścia wydaje się być dość niska. Wielu z nowych inwestorów jest przekonanych, że to nie jest żaden rocket science czyli, że nie jest to wiedza, której nie można w prosty sposób posiadać.

Nie zaniechają informacji, że 50% lokali pada w pierwszym roku od uruchomienia ani że tylko 1/10 restauracji dociera do swoich 5 urodzin.

Sukcesy innych przyciągają.

Patrząc choćby na lokale otwierane w trakcie pandemii covid, kiedy ryzyko związane z prowadzeniem jest jeszcze większe, osób z marzeniami o swojej knajpie jest bardzo wiele. W głowach inwestorów, przyszłych restauratorów jest przede wszystkim obraz tych firm, którym się udało. Chcą odnieść taki sam sukces. I bardzo dobrze.

Bo przecież jest sporo firm, które przechodzą przez pierwszy, piąty czy kolejny rok działalności. Są firmy prowadzące sporą działalność, opartą na dwóch, trzech i więcej lokalach. Niektóre biznesy wyrosły poza swój pierwotny rynek, na przykład oferując franczyzę jak zrobił to Bobby

Burger, Krowarzywa czy Fabryka Pizzy. Franczyza to zresztą świetne rozwiązanie na rozwój sieci. Dla firmy franczyza to sposób na rozwój, jednocześnie ograniczając ryzyko i środki własne spółki.

Wracając jednak do mniejszych firm. Nawet jeżeli nie znasz nikogo, kto prowadzi kilka restauracji w twoim mieście, bez problemu znajdziesz mały biznes, który trwa pomimo przeciwności losu, zmian na rynku. Podpatrywanie jak działają osoby, firmy, które przeszły pewien próg rozwoju jest bardzo ciekawym i pouczającym zajęciem.

Ile zarabiają firmy odnoszące sukces?

Tak więc po jednej stronie mamy firmy, które nie przetrwają roku a po drugiej przedsięwzięcia działające z sukcesem przez lata. Generujące obroty, opierające się przeciwnościom, kryzysom, budujące swoją markę. Jeżeli istnieją to znaczy, że zarabiają, generują dochód, który pozwala im utrzymać swoje rodziny, pracowników, inwestować w siebie, w nowe przedsięwzięcia.

Jak oni to robią? Czy potrafią przewidzieć, ile mogą zarobić na prowadzonym biznesie? Spróbujmy sobie odpowiedzieć na pytanie, ile można zarobić w biznesie gastronomicznym i jak przewidzieć co nas może spotkać?

Nasze motywacje to punkt wyjścia.

Ważne są motywacje. Od tego się zawsze zaczyna i to definiuje w jakim kierunku idziemy i na co będziemy zwracać uwagę. To dlaczego chcemy działać na rynku gastronomii również wpłynie na to czy będziemy potrafili generować zysk. I jaki ten zysk będzie. W głowie mam kilka typów osób, które wchodzi w ten biznes.

Różne motywacje, różni inwestorzy.

1. Pracownik gastronomii.

Ma dość pracy dla kogoś, chce wykorzystać swoją wiedzę i prowadzić własną firmę. Ma naście lat doświadczenia na stanowisku szefa kuchni lub menadżera. Dużo wie o tym biznesie. Przeważnie nie posiada wystarczających środków na sfinansowanie inwestycji. Realizacji swoich planów podejmuje się ze współnikiem. Najczęściej wszyscy współnicy restauracji, znajdują w firmie swoje miejsce pracy. Inwestują w budowę swojej firmy rozsądnie, wiedzą na czym mogą zarobić, rozumieją specyfikę pracy w tym biznesie. Bardzo często ich lokale są w niepozornych miejscach.

2. Inwestor, jak ja go nazywam towarzyski.

Taka osoba prowadzi własne przedsiębiorstwo i chciałaby mieć miejsce, gdzie będzie się spotykać z klientami. Jeżeli uśmiechasz się z przekąsem, że to nie jest możliwe, musisz mi uwierzyć na słowo, Uczestniczyłem w spotkaniu z inwestorem, w trakcie którego padł taki argument za otwarciem. Dla tej osoby otwarcie restauracji to nie tylko miejsce do spotkań, ale

prestiż. Bardzo często chce narzucić własną wizję lokalu, jednocześnie zatrudniając osoby do jego prowadzenia. Nie planuje się angażować w prowadzenie biznesu. Nie myśli też długofalowo o tym biznesie, nie zagłębia się z kwestie sezonowości sprzedaży, budowania innych kanałów dystrybucji. Po prostu chce mieć coś własnego co będzie świadczyć o jej sukcesie. W przypadku problemów z tym biznesem i koniecznym na przykład jej dofinansowaniem często rezygnuje.

3. Firma dystrybucyjna, produkcyjna.

Produkuje czy też dystrybuje np. mięso czy alkohol. Bistro czy restauracja może być dla niej zarówno kanałem sprzedaży jak i okazją do budowania marki. Wynik finansowy jest istotnym parametrem, jednak bardzo często ta działalność jako dodatkowa, po prostu ma wyjść na tzw. zero. Restauracje czy bistra, które są prowadzone przez takie firmy, mogą zostać zamknięte lub sprzedane w chwili, kiedy przestają realizować cele promocji marki lub gdy inne kanały dystrybucji produktu są bardziej efektywne. Jeżeli okaże się, że taka działalność przynosi zysk, firma często podejmuje próby rozwoju poprzez franczyzę.

4. Kucharz amator, miłośnik kulinariów.

Blogger, blogerka, osoba pasjami gotująca piekąca. To osoby, które najczęściej przewijają się w moich rozmowach o otwieraniu nowych miejsc. Bardzo często bywają na mieście, bawią się w ocenianie restauracji, do których chodzą. Dużo gotują, eksperymentują. Uczestniczą w kursach, znają szefów kuchni, nie obce im są techniki kulinarne wykorzystywane w restauracjach. Im więcej wiedzą o gotowaniu, tym poważniej myślą o otwarciu czegoś swojego. Są bardzo pewni siebie, wreszcie - myślą – stworzą lokal, gdzie wszystko będzie tak jak trzeba. Coś w tyłu robienia restauracji czy cukierni pod swoje oczekiwania. Najczęściej widzą się w roli tak zwanego kreatora posiłków czy dań. Podoba im się otoczka osoby znanej z dostarczania pysznych smakołyków, potraw, koktajli. Oczami wyobraźni widzą prośby dziennikarzy o przepisy na potrawy lub o przewidzenie trendów na kolejny rok. Ich wyidealizowane wyobrażenie biznesu i bardzo często całkowite oderwanie od rzeczywistości, stoi na drodze ku sukcesowi.

5. Inwestor z głową.

Ma już pieniądze, jego firma czy firmy działają, być może ma nieruchomości, które wynajmuje. Wszystko idzie w dobrym kierunku. Restauracje zna jako typowy konsument, spotyka się tam z rodziną, przyjaciółmi, klientami. To przypadek osoby, która ma niesamowitą wiarę w swoje umiejętności popartą odniesionym sukcesem. Restauracja z perspektywy tej osoby to po prostu biznes, możliwość zainwestowania środków z zyskiem. Zanim zainwestuje oczekuje dowodu słuszności takiej decyzji. Nie planuje sam się tym zajmować, nie widzi w tym biznesie również miejsca na realizację swoich pasji, ma ich wystarczająco wiele. Nie znając się na tym biznesie wie, że finansowy sukces kryje się w skali działania, ale warto zacząć od czegoś mniejszego. Wycofa się jeżeli wyniki będą odbiegać od założonych planów.

6. „Nie znam się, ale nie mam lepszego pomysłu”.

Chyba najgorszy możliwy przypadek. Osoby na zakręcie życia albo może związane z show biznesem? Bardzo często są koneserami restauracji z półki premium lub tych modnych, w których po prostu warto się pokazać. Wiedzą przeważnie, że nie chcą robić tego co robią do tej pory, a restauracja wydaje im się przestrzenią do połączenia ich dotychczasowych doświadczeń

z przyjemnym światem gościnności. Mają wiele dobrej woli, ale za mało wiedzy biznesowej czy zarządczej. Chcieliby zarabiać, ale nie do końca wiedzą na czym i jak.

Ci związani z show biznesem wierzą, że sukces przyniesie im ściągnięcie do lokalu znajomych z mediów. To co sprzedają jest często przypadkowe. Nawet jeżeli początkowo oferowany w knajpie produkt był spójny i sensowny, często rozjeżdża się w miarę dokonywania kolejnych zmian, wdrażania nieskończonej listy nowych pomysłów. Po uruchomieniu biznesu ilość problemów te osoby po prostu przytłacza. Smutna konfrontacja wyobrażeń z praktyką, brak blichtru i ciężka praca. Nie tak sobie wyobrażali swoją knajpę czy kawiarnię. No ale wpakowali tam oszczędności całego życia i nie wiedzą co dalej. Próbuja sprzedać biznes.

Podsumowanie podcastu 004

Typy są różne, ta lista się nie kończy. Wiele osób wykracza poza taki podział, łącząc w sobie kilka typów. Przypuszczam, że każdy z Was znajdzie kogoś pasującego do którejś z kategorii. Oczywiście, bycie w danej kategorii nie oznacza, że osiągniemy sukces albo zaliczymy porażkę.

Znajdziemy wiele przykładów osoby bardzo doświadczonej, której się nie udało jak i osoby bez praktycznego doświadczenia, która stworzyła działający biznes. Bo przecież nie ma jednego rozwiązania. Na sukces w biznesie składa się wiele elementów. Nasza motywacja to punkt wyjścia, później wiele może się zmienić, to zależy tylko od danej osoby. W prowadzeniu restauracji czy innego biznesu gastronomicznego dobre jest to, że można się szybko uczyć na błędach. Kluczem jest, aby ich nie powielać.

Wiemy już jakie są typy i jakie mają szansę powodzenia oraz zarabiania. Idźmy dalej w kierunku ustalenia, ile te osoby mogą zarobić na restauracji. Co ma na to wpływ i jak to wyliczyć zanim uruchomimy biznes ...

Zapraszam do części drugiej podcastu "Ile można zarobić na restauracji?"

To była pierwsza część podcastu o tym, ile można zarobić na gastronomii. Drugą część wysłuchacie w kolejnym, piątym odcinku. Będzie w nim mnóstwo cyfr w tym wyliczenie zysku restauracji oraz dane z mojego biznesu.

Dziękuję, że słuchasz podcastu Mała Wielka Gastronomia. Koniecznie rzuć okiem na materiały dołączone do podcastu. Są Pozdrawiam, miłego tygodnia i do usłyszenia za tydzień