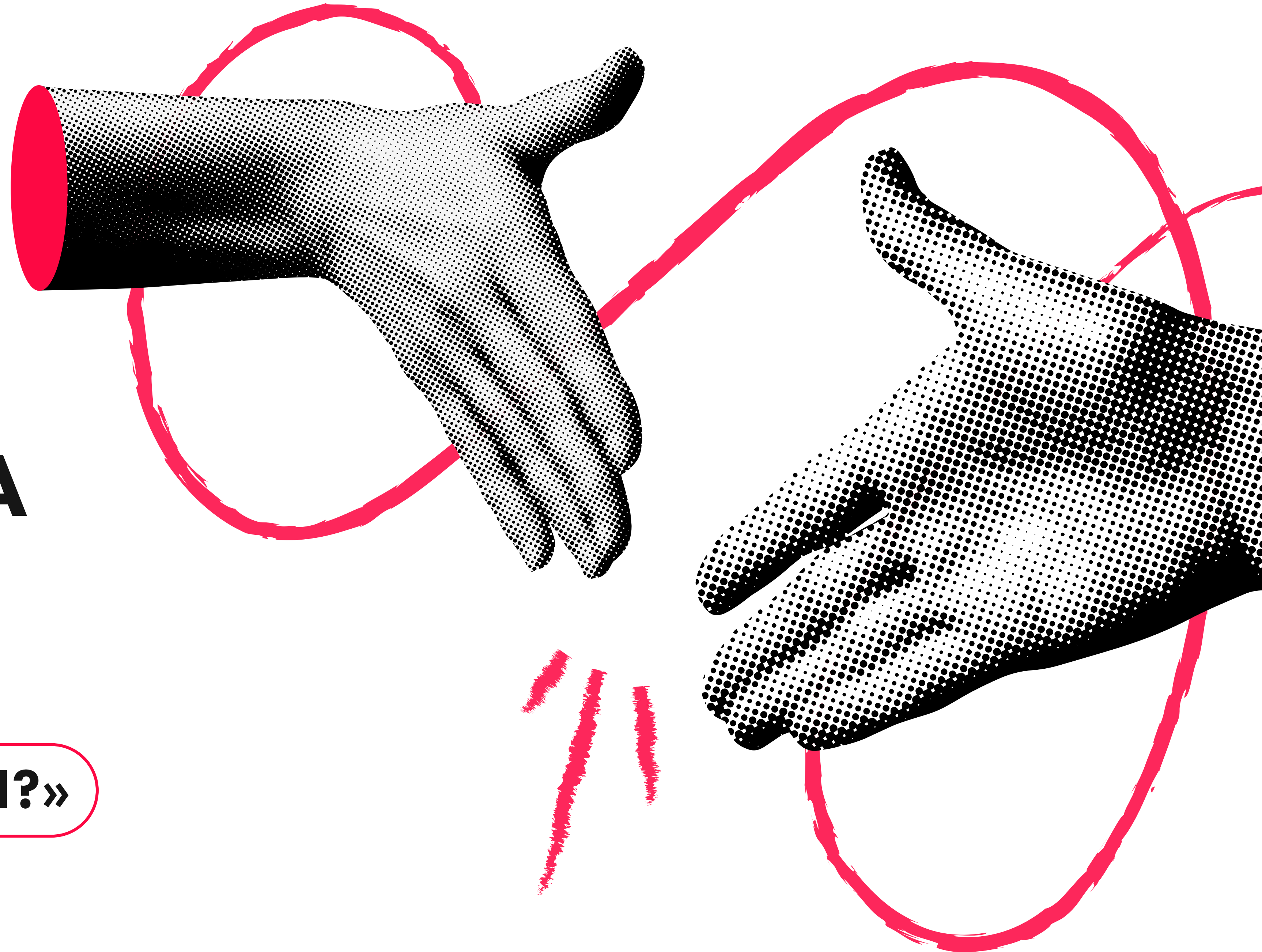


ФІНАНСИ РЕСТОРАНУ ОЧИМА ДИРЕКТОРА ТА ІНВЕСТОРА



АБО «ДЕ МОЇ ГРОШІ?»

ПРОДУКТ ДИРЕКТОРА ТА ПРОДУКТ СЕО

ДИРЕКТОР → ПРИБУТОК → БАЧИМО В R&L

СЕО → ДИВІДЕНДИ → БАЧИМО В CASH FLOW

Продукт – це кінцевий
результат діяльності
співробітника

ПРОДУКТ БУХГАЛТЕРА?
ФІНАНСОВОГО ДИРЕКТОРА?

ЧОМУ ФІНАНСИ – **НАЙСЛАБШЕ** МІСЦЕ БІЛЬШОСТІ РЕСТОРАТОРІВ

02

○ Бухгалтер рахує

○ З постачальниками нехай
товарознавець спілкується

○ Гроші в касі – можна взяти
і витратити

○ В нас повні посадки
щовечора – де прибуток?

○ Дам друзям знижку 50%

○ EBITDA, ROI, Net profit,
ліквідність – це надто складно

○ Краще займуся цікавим,
наприклад, маркетингом

○ Ресторан – це про їжу
і атмосферу, а не про цифри

ПОКАЗНИКИ, ЯКИМИ КЕРУЄ ДИРЕКТОР РЕСТОРАНУ

03

ВИРУЧКА  **СОБІВАРТІСТЬ**  **ВАЛОВИЙ ПРИБУТОК**

- Виручка (кількість замовлень * середній чек) по юнітам
- Собівартість
- Заробітна плата та інші витрати на персонал
- Загальні виробничі витрати
- Маркетингові витрати

Валовий прибуток  ефективність продукту, база для покриття всіх інших витрат

Операційний прибуток  ефективність управління

Чистий прибуток  кінцевий фінансовий результат

ВАЛОВИЙ ПРИБУТОК

і що на нього впливає:

- Вартість товарів
- Політика ціноутворення
- Кількість позицій в меню
- Списання
- Знижки та акції без чіткої цілі
- Частування (чий цей бюджет?)
- Контракти з постачальниками

ЯК КОНТРОЛЮВАТИ:

- * Бюджет з чітким %
- * ABC аналіз не лише по меню, а й по товарам (більше продажів = більша знижка)
- * Робота з персоналом, знати та регулювати продажі офіціантами (версія директора)
- * Моніторити ринок, динаміку роста цін
- * Швидко реагувати на виклики, можливості (сезонне меню)
- * Робота з постачальниками (дізнаватися першими про нові товари, не нехтувати напівфабрикатами)
- * Креатив та ситуатив також потребує розрахунків
- * Зворотній зв'язок від офіціантів

* Аналізувати не лише у %, а і в абсолютних значеннях

* На чому ви більше заробляєте, а не чого більше продаєте

ПРИКЛАД РОЗРАХУНКУ ЗАПУСКУ ЛАВАНДОВОГО МЕНЮ

05

Лавандове меню		
Конкуренти		
Заклад	Назва страви	Ціна
Кафе "Веселка"	Лавандове парфе	500 грн/100 г
Бар "Екзотік"	Лаванда запечена з равликами	1200 грн/100 г
"Хтыва Нутрія"	Лаванда з вершково-імбирним соусом	950 грн/100 г
"Хіпстер Ворльд"	Лаванда з буратою та бджолами	1200 грн/100 г

Позиціювання:				
Легкість, естетика й відчуття особливості — у кожній страві з лаванди від "Ваша назва". Ми створили унікальний смак, який неможливо порівняти з тим, що ви куштували раніше.				
Цільові сегменти		Потреба, що закривається		
Опис аудиторії				
Молодь (15-40 років)				
Пари				
Гастроентузіасти				
Сім'ї з дітьми				
План активностей				
Активності	Дати	Бюджет	Відповідальний	Механіка
Розробка меню			Шеф	
Пошук постачальників			Товарознавець, шеф	
Прорахунок собівартості, визначення цін			Технолог, шеф, директор	
Фото і відео зйомка меню		10 000	Фотограф, відограф	
Блогери та інфлюенсери		20 000	Маркетолог	
Таргет		10 000	Таргетолог	
Презентація Лаванда-меню		25 000	Маркетолог, арт-директор	
Розсилка по базам гостей		1 000	Маркетолог	
Розіграш поїздки до Провансу під час Лавандової вечірки		40 000	Маркетолог, арт-директор	
		106 000		

$$ROMI = \frac{(140\ 000^* - 106\ 000)}{106\ 000} = 32\%$$

* 140 000 - валовий прибуток

ВИТРАТИ НА ПЕРСОНАЛ

і що на них впливає:

- Система мотивації
- Транспортні витрати
- Харчування
- Податки
- Професіоналізм співробітників
продуктивність (версія директора)

ЯК КОНТРОЛЮВАТИ:

- * Бюджет з чітким %
- * Рахувати і зменшувати плинність
- * Розвивати співробітників
- * Моніторинг ринку
- * Перегляд системи мотивації
(має стимулювати продажі)
- * Обґрунтування доцільності посад
і кількості співробітників на них

ЧОМУ?

- Вкладаємося в канал продажів, що не приносить прибуток
- Збільшилася дебіторська заборгованість
- Зменшили кредиторську заборгованість
- Збільшили складські запаси
- Купили обладнання і забули відобразити у витратах
- Купили хоз товари/упаковку і не списали
- Виплатили бонуси і не нарахували
- Постачальник/орендар вимагає попередню оплату на декілька місяців наперед



1 P&L ТИ ЗАРОБЛЯЄШ?

Здатність бізнесу генерувати прибуток:
завдяки якій діяльності з'являється валовий прибуток і як ми його витрачаємо

2 CASH FLOW КУДИ ВИТРАЧЕНІ ЗАРОБЛЕНІ ГРОШІ?

Наявність реальних грошей: скільки грошей отримали,
скільки витратили і куди, скільки залишилось

3 BALANCE ЧИ ТИ СТІЙКИЙ І НАСКІЛЬКИ?

Фінансову стійкість, динаміку запасів та зобов'язань,
ліквідність, джерело коштів, оборотний капітал та його динаміку

МОЇ ВИСНОВКИ

09

Не прибуток визначає успіх ресторану,
а контроль над грошима та стійкістю бізнесу

Це має знати керівник

Його треба навчити

Вчиться самі, будьте щедрими на знання й бізнесові кейси

МОЇ ПОРАДИ

10

- **ВСЕ, ЩО МОЖНА АВТОМАТИЗУВАТИ – АВТОМАТИЗУЙТЕ**
- **НЕ ДОВІРЯЙТЕ EXCEL – ДОВІРЯЙТЕ POS – СИСТЕМІ, ДЕ Є ЛОГУВАННЯ І ЛИШАЮТЬСЯ СЛІДИ**
- **ЗВІТИ З ПОМИЛКАМИ ПРИЗВОДЯТЬ ДО ПОМИЛКОВИХ РІШЕНЬ**
- **ВМІЙТЕ САМІ ДИВИТИСЯ ЦИФРИ І ФОРМУВАТИ ЗВІТИ, ЗНАЙТЕ «ПЕРЕВІРОЧНІ ПИТАННЯ»**

