

РАЗВОРОТ

«Про тех, кто переживёт этот период, можно слагать легенды»



Юлия Ворожцова, директор про-
дьюсерского центра «Траектория»:

— Если ты занимаешься бизнесом, ты должен его любить, получать от него удовольствие. Собственный бизнес — это образ жизни. Бывают взлёты и падения. Бывает, не знаешь, где взять деньги, чтобы расплатиться с кредитом. Бывает, когда бизнес на взлёте, можно покрыть долги и подумать, куда дальше вкладываться. Не всё окупается сразу, не всё окупается быстро. Время действительно тяжёлое. Про тех представителей малого и

среднего бизнеса, которые переживут этот период, можно будет слагать легенды. Потому что это граничит с подвигом.

«Надо добиваться своего независимо от обстоятельств»

Татьяна Щёткина, создатель ком-
пании PERMFASHION:

— В малом бизнесе много нюансов. Но до сих пор появляются стартаперы, которые видят в этом прелесть и какие-то возможности для себя. Любой бизнес, который связан с персоналиями, с индивидуальным обслуживанием, сложен. Сегодня не только бизнес «схлопывается», люди психологически закрываются, и это накладывает отпечаток. Тем не менее мы оптимисты. Надо добиваться своего независимо от обстоятельств. Предприниматель тем и отличается от других людей в этом мире, что он спотыкается, падает, но встаёт и идёт вперёд, добиваясь своей цели. Это нужно взять за основу.



Не обошлось и без конкретных рекомендаций по поводу важности взаимодействия с государством.

Олег Ощепков, предприниматель:

— Я не знаю аспектов бизнеса каждого из вас, но точно понимаю, что надо смотреть в том числе в эту сторону. Надо иметь в виду несколько важных аспектов. Первое — вы должны встать на позицию чиновника и понять, почему ваше предложение может быть выгодно ему. Второе — вы должны представлять, что в чиновничестве точно есть человек, которому это нужно так же, как и вам. Мой жизненный опыт подсказывает, что надо очень часто менять угол зрения. Любой привычный бизнес можно рассмотреть под другим углом, «нюхать воздух» вокруг себя, с пониманием того, где ты можешь приложить свои усилия. И надо быть настойчивым. Если есть идея, которая нравится тебе, ты должен идти к её реализации медленно, но верно.

Надо знать, что гигантский объём работ лежит в госуправлении. Просто потому, что оно пока не так хорошо развивается, как бизнес, и не сильно клиентоориентировано. И где бы ты ни предложил свои услуги, если в управлении есть амбициозный человек, то проект будет принят.

Эту часть информации присутствующие выслушали вежливо, но без особого энтузиазма, поскольку подобная практика так же далека от их повседневного опыта, как ссылка на особенности построения бизнеса Стива Джобса или Генри Форда.

Впрочем, сказать, что нестандартный опыт никого не заинтересовал, было бы неправдой. Представитель IT-бизнеса, связанного с программированием, задал бывшему чиновнику целый ряд уточняющих вопросов, подчеркнув, что для него взаимодействие с госструктурами — очень важный момент.

А вот последующая тематика, связанная с особенностями проектного режима работы, на который перешёл с конца прошлого года Ozo, оказалась близка практически всем.

Олег Ощепков:

— Мы разделили финансовую ответственность между участниками: есть проект — есть работа для каждого. Нет проекта — нет работы. Сегодняшняя ситуация очень сложна, это — уверенная стагнация в разных сегментах экономики страны. Есть общее падение бизнес-драйва. И это очень плохой тренд, у людей падает настроение заниматься бизнесом повсеместно. Я это ощущаю, работая с очень важной клиентурой в малом, среднем и крупном бизнесе. Для того чтобы заниматься проектами, наличия своей команды явно недостаточно. Прямо

сейчас мы реализуем пять проектов, а на самом деле их гораздо больше. И зачастую нам требуются такие специалисты, которых прежде не было на рынке труда.

Особо аудиторию интересовал вопрос, как компания решила выйти на рынок общепита, когда Росстат и все вокруг уверяли, что эта рыночная ниша «схлопывается», заведения общепита закрываются. Открыв год назад кафе «Маркс», а месяц назад — кафе «Улитка», владельцы компании действовали в противовес глобальному тренду.

Ощепков напомнил, что Ozo в разное время вёл много проектов, связанных с едой. Когда-то они сопровождали процесс создания «Сквородки», которая успешно работает до сих пор. Разрабатывали концепцию кафе «Кофе You», а много позже — ресторана «Форшмак».

Олег Ощепков:

— Как консультанты мы не новички в этом деле. В какой-то момент жена — мой бизнес-партнёр — захотела попробовать себя в этой нише. Сначала мы начали проект не как собственники, а как управленцы в одном из проектов известного ресторатора Олега Полякова. А потом пришло понимание, что надо попробовать начать собственный бизнес. Мы это сделали в партнёрстве с нашими друзьями, что очень помогает разделить финансовые риски на старте. Это очень важно, особенно в условиях падающего рынка. Милое демократичное кафе «Маркс» появилось год назад (вложения в этот проект удалось окупить за четыре месяца), проекту «Улитка» — месяц.

Очень важно приходить в этот бизнес с людьми, за которыми есть какая-то аудитория. В нашем случае каждый привёл свою аудиторию. К счастью, большинство из тех, кто пришёл, остались с нами.

Еще один фактор успеха в этой сфере, по мнению спикера, базируется на, казалось бы, банальных вещах: владельцу должно повезти со вкусовыми рецепторами. Он должен точно знать, что вкусно, а что — нет.

«Есть люди, которые открывали десятки ресторанов, где было патологически невкусно. Нам просто повезло — все блюда, которые есть в «Улитке» и «Марксе», стали такими только потому, что мы сами сказали, что нужно поменять в рецептуре. Надо научиться делать приличную кухню для большого количества людей, и делать это и через месяц, и через год. В этом заключается самая главная проблема российского общепита. Люди хорошо стартуют, а потом «сдуваются», — поделился своим видением проблемы бизнесмен, не забыв, впрочем, и о других составляющих успеха: локации, атмосфере и дизайне, которые должны быть сомаштабны концепции.

«У меня всегда была жизненная концепция: заниматься тем, чем хотелось бы. В любом направлении, которое на моём поле возникает. Я всегда занимаюсь тем, что мне нравится», — эта рекомендация, данная в завершение мастер-класса, была поддержана аудиторией безоговорочно.

Слова «повезло с рецепторами» в контексте выступления прозвучали очень символично. «Это чертовски важно. Это философское: про вкус жизни, про взаимодействие с миром, про бизнес-чутьё, про любовь, про счастье, про то, что позволяет браться за новое. Очень живое всё. «Вкусные мысли» — они такие», — написала по итогам встречи в фейсбуке директор департамента внешних коммуникаций Пермской ТПП Елена Зорина, которая, собственно, и придумала столь аппетитное название вполне традиционному мероприятию. Чем подтвердила хрестоматийную истину: как корабль назовёте, так он и поплывёт.

В завершение встречи участникам было предложено дать оценку креативной «тусовке» в плюсах и минусах, что они сделали весьма охотно. Надо заметить, что минусы тоже были: не всем удалось услышать подходящие рекомендации для практического применения. Что, впрочем, неудивительно: специфика бизнеса разнообразна, и рассчитывать на универсальный рецепт не приходится.

Тем не менее Олег Ощепков собрал большую часть яблок, которые лежали на столах, в качестве «реквизита» для поощрения самого лучшего автора полезных советов.

Следующая встреча в формате «Вкусных мыслей» будет посвящена продажам. И там снова будет не о том, что написано в книжках.

