

הענף:

נתוני הענף

בישראל פועלים כיום כ- 880 בתי קפה, בחלוקה גיאוגרפית להלן:

- ◀ ת"א והמרכז – כ- 360 בתי קפה.
- ◀ ירושלים וסביבתה – כ- 100 בתי קפה.
- ◀ חיפה והצפון – כ- 175 בתי קפה.
- ◀ השפלה והדרום – כ- 115 בתי קפה.
- ◀ השרון – כ- 130 בתי קפה.

בענף פועלות מספר רשתות. הרשתות הוותיקות הן רשת קפולסקי המפעילה 25 סניפים ורשת אפרופו המפעילה כ- 20 סניפים. לענף נכנסו בשנים האחרונות מספר רשתות חדשות, ובהן ארומה המפעילה גם היא כ- 20 סניפים, אילן'ס בת 11 סניפים וקפה הלל המפעילה כיום 9 סניפים ומתכננת למנות 15 סניפים עד לסוף שנת 2005. רשתות אלו הציעו שינוי מהגישה המסורתית לניהול בית-הקפה, ובין היתר הזמנה בדלפק, מזון ארוז מוכן מראש וכו'.. ניסיון של רשת סטארבקס האמריקאית לחדור לשוק הישראלי לא נחל הצלחה.

השוק:

מאפייני השוק

- ◀ בתי קפה הנם תת-ענף בענף המסעדות. בתי הקפה מיועדים לבילוי לכל הגילאים ולכן שעות הפעילות הן במשך רוב שעות היום ועד חצות.
- ◀ שעורי הפתיחה והסגירה של בתי קפה הנם מן הגבוהים במשק. בתי הקפה אשר שורדים למשך תקופה ארוכה הם אלה הבנויים על אוכלוסיית לקוחות קבועה ומנוהלים היטב.
- ◀ הענף מתבסס על נטייה של אוכלוסייה בעלי מאפיינים דומים (חתך גילאים, חתך גיאוגרפי, קבוצות חברים ועוד), להתרכז בבתי קפה מסוימים.
- ◀ כאתר המיועד לבילוי, בנוי בית הקפה סביב אווירה מסוימת, עם ניסיון ליצור ייחודיות. האפיון יכול לבוא לידי ביטוי בעיצוב המקום והתפריט. בתי קפה בעלי ייחודיות ימשכו בשל כך סוג לקוחות ספציפי.
- ◀ הענף מושפע מעונתיות: בתי קפה המפעילים גם חצר או גינה מרחיבים את היקפי פעילותם בחודשי האביב והקיץ. בחודשי החורף תהיה העדפה לשיבה בבתי קפה סגורים ומוגנים.

לקוחות: הגדרת שוק היעד וגודלו, פילוח השוק

קהל הלקוחות הפוטנציאלי בענף כולל אוכלוסייה מבלים, בהתאם למספר פילוחים:

- ◀ גיל והעדפות בילוי - לקוחות בתי הקפה יעדיפו בד"כ לבלות במקומות המארחים אוכלוסייה בעלת העדפות דומות לשלהם.
- ◀ לקוחות קבועים מול לקוחות אקראיים/מזדמנים.
- ◀ אזור גיאוגרפי - חשיבות פרמטר זה תתמעט ככל שלבית הקפה יש ייחוד או אפיון המושך אליו קהל קבוע.

פוטנציאל שוק נוסף נגזר מעובדים ואנשי עסקים המקיימים פגישות עבודה מחוץ למשרד.

תחרות

התחרות בענף קשה מאוד. את המתחרים ניתן לחלק לשתי קבוצות עיקריות:

- ◀ מתחרים ישירים – בתי קפה הפונים לאותו קהל יעד ו/או הממוקמים באותה סביבה גיאוגרפית. ככל ששני הפרמטרים גבוהים יותר, תהיה התחרות חזקה יותר.
- ◀ מתחרים עקיפים - עסקים אחרים העונים לצורך בבילוי המשלב אכילה ושתייה – פאבים, מסעדות, משלוחים וכו'.

ספקים

הספקים מולם מתבצעת העבודה מתחלקים לשתי קבוצות עיקריות:

ספקי ציוד:

- ◀ ציוד למטבח - בארץ פועלים ספקים שונים המסוגלים לתת פתרונות לצורכי המטבח השונים של בית הקפה. חשוב לוודא כי הספק נותן גם תמיכה ושירות לציוד. ניתן לחסוך משמעותית בעלויות ההצטיידות הראשונית ע"י רכישת ציוד משומש.
- ◀ ציוד לאזור ההסעדה - כולל שולחנות, כסאות, מפות, מכונת אספרסו, מקררים וכיו"ב. ישנם ספקים רבים המספקים ציוד זה.
- ◀ כלי אוכל - צלחות, כוסות, סכו"ם וכו'. ישנם ספקים רבים המספקים ציוד זה. עלות המחיר משתנה בהתאם לאיכות הכלים. יש לקחת בחשבון פחת שנתי של כ- 5% מהציוד השביר.

ספקי מזון ומשקאות:

בארץ קיים מגוון רחב של ספקי מזון ומשקאות. החשיבות העיקרית בבחירת הספקים מולם מתבצעת העבודה הנה, בנוסף למחיר, גם אמינותם וטיב הסחורה אותה הם מספקים. יש לבדוק את כדאיות העבודה מול ספק אחד כנגד עבודה עם מספר ספקים. חלק מהספקים מוכנים, תמורת בלעדיות, להשתתף במימון ההקמה והמלאי הראשוני.

אמצעי שיווק

אמצעי השיווק משתנים בהתאם לאופי בית הקפה וקהל הלקוחות הפוטנציאלי שלו, כך שלא ניתן להצביע על קו מאפיין אחד לכל הענף. יחד עם זאת, להלן יוצגו מספר שיטות שיווק ופרסום המקובלות בענף:

- ◀ שילוט מחוץ ובחזית בית הקפה.
- ◀ מבצעים, ארוחות עסקיות.
- ◀ פרסום – בעיקר במקומונים ובעיתונות מגזרית, בהתאמה לקהל הלקוחות הפוטנציאלי של בית הקפה. רשתות עשויות לפרסם גם במדיה ארצית.
- ◀ יחסי ציבור - העסקת איש יחסי ציבור אשר דואג להעברת מידע לעיתונות (בעיקר למדורי הבילוי והרכילות), מארגן מסיבות, אירועים וכדומה.
- ◀ השתייכות לרשת מוכרת, כזכייין או קבלן מפעיל. מהלך זה מאפשר לבית הקפה ליהנות משיווק ופרסום שמבצעת הרשת עצמה.
- ◀ ניכרת חשיבות רבה ליצירת מוניטין וקהל לקוחות קבוע.

גורמים משפיעים על הצלחה:

ישנם מספר גורמים העשויים להשפיע על סיכויי הצלחת בית קפה. בין היתר ניתן לציין את הגורמים הבאים:

- ◀ מיקום - מיקום בית קפה מהווה גורם חשוב להצלחתו. לפני הקמתו יש לבדוק את פוטנציאל השוק המצוי בסביבה וכן את המתחרים הרלוונטיים המצויים בסביבה הקרובה. במקרים מסוימים יש יתרון לקיום מתחרים בסביבה, המסייעים להגדרתה כאזור בילוי ובתי קפה. בית קפה הממוקם בקניון בעל תנועה רבה או בקרבת אזורי בילוי ייחנה מיתרון יחסי.
- ◀ שירות ואיכות - טיב השרות ואיכות המשקאות והמזון המוגשים הינם גורם מרכזי התורם מאוד לרמת ההצלחה. בית קפה אשר יעמוד בתנאי לחץ ויקפיד על תנאי שירות טובים ואיכות גבוהה ייחנה מנאמנותם של הלקוחות.
- ◀ עיצוב המקום כמתאים להעדפות קהל הלקוחות הפוטנציאלי.
- ◀ תחרות ודינמיות בענף - משפיעים כאלטרנטיבות העומדות בפני לקוחות המעוניינים לנסות טעמים ומקומות חדשים. שינוי ועדכון תפריט בית הקפה, וכן השקעה בשיפוץ וחיידוש פניו מהווים אמצעי למשיכת לקוחות ולשימור לקוחות קיימים.
- ◀ התאמת שעות הפעילות של בית הקפה לאוכלוסייה ולצרכיה – עובדי משרדים המקיימים פגישות עבודה, קהל מבלים לילי וכו'..
- ◀ גורם משיכה חשוב הוא אפיון האווירה והתאמתה לקהל הלקוחות הפוטנציאלי של בית הקפה. האווירה משתנה בהתאם לסוגי ולגיל האוכלוסייה. בתי קפה בעלי ייחודיות כלשהי כגון אלו הממוקמים באזור כפרי, או מציעים שירותי אינטרנט לאנשי עסקים, עשויים למשוך קהל לקוחות מגוון ורב יותר מבית קפה ללא ייחודיות.

מחסומי כניסה לענף:

- ◀ השקעה גבוהה בשיפוץ ועיצוב בית הקפה.
- ◀ ידע מקצועי בניהול בתי קפה, מזון ומשקאות. בניגוד לסברה הרווחת, ניהול בית קפה הינו תחום מורכב הדורש התמחות מקצועית.
- ◀ השקעה בצידוד ובמלאי ראשוני.
- ◀ תהליך קבלת רישיון עסק מהרשות המקומית.

כח אדם:

- פתיחת בית קפה מחייבת גיוס והעסקת כוח אדם מתאים. חלוקת העובדים על פי הגדרות התפקידים הינה:
- ◀ מנהל בית קפה - אחראי לניהול שוטף ולתפקוד המקום. עבודת המנהל מורכבת ודורשת ניסיון רב בתחומים רבים. לכן מומלץ להעסיק מנהל בעל ניסיון בתחום.
 - ◀ עובדי דלפק - אדם שתפקידו הכנת משקאות חמים ולעיתים גם משקאות אלכוהוליים. אין הכרח שיהיה בוגר קורס מקצועי בתחום.
 - ◀ טבח - אחראי על הכנת התפריט. רמת הטבח נגזרת ממורכבות התפריט: בבתי קפה יוקרתיים יועסק שף או קונדיטור ובבתי קפה קטנים או שכונתיים תתבסס הכנת המנות על הבעלים או על עזרה מקצועית בחלקה.
 - ◀ מלצרים - בישראל מקצוע המלצרות אינו רשמי. התחלופה בתחום גבוהה מאוד ורמת המקצועיות בדרך כלל נמוכה. מקובל לקבל מלצר מתחיל לאחר 10-4 ימי הכשרה. על פי החוק יש לשלם למלצר שכר מינימום לפחות ולא להסתמך על טיפים מהלקוחות בלבד.
 - ◀ עובדים כלליים - עוזרי טבח, מדיחי כלים, עובדי ניקיון ועוד. עובדים אלה אינם נדרשים להכשרה מיוחדת. התחלופה בקרב עובדים אלה גבוהה במיוחד.
- הכשרה מקצועית:
- מרבית התפקידים הנדרשים בבית קפה אינם מצריכים הכשרה ואת מרבית הידע ניתן לרכוש במהלך העבודה. יחד עם זאת, קיימים מספר קורסי הכשרה לטבחים בבתי ספר מקצועיים.

ציוד נדרש:

- ◀ ציוד מטבח וריהוט. יש להתאים את הציוד מראש לסוג המזון שיוכן - על פי התפריט המתוכנן.
- ◀ ציוד וריהוט בית הקפה - כולל כיסאות, שולחנות, מיזוג, דלפק, מקרר לתצוגת עוגות.
- ◀ כלי מטבח וכלי הגשה.
- ◀ מחשב: מרבית בתי קפה עובדים כיום עם מחשב לניהול הזמנות, חשבונות ומלאי.

מימון:

השקעה נדרשת

הסעיפים הבאים מהווים את עיקרי תוכנית ההשקעות הכרוכה בפתיחת בית קפה:

◀ בניה, שיפוץ ועיצוב המקום, תוך עמידה בתנאי התשתית והמבנה הנדרשים לקבלת רישיון עסק. בעקבות החוק האוסר על עישון במקומות ציבוריים יש להקצות חדר למעשנים. במידה והמקום אינו גדול דיו יש להכריז על כל המקום כמותר או אסור לעישון.

◀ רכישת ציוד בהתאם לרשימה המוצגת.

עלות כל סעיף משתנה על פי סוג, גודל ורמת בית הקפה המתוכנן. יש לקחת בחשבון כי רכישת ציוד משומש למטבח עשויה להוריד את העלות הנדרשת בצורה משמעותית. בנוסף - כניסה למקום בו פעל בעבר בית קפה עשויה להוריד את עלויות השיפוץ, העיצוב והעמידה בתנאי רישיון העסק (אם כי במקרה זה יש לברר ביסודיות את הסיבות שהביאו לסגירת בית הקפה הקודם).

ההשקעה הממוצעת הנדרשת לפתיחת בית קפה הנה 50-100 א' \$.

פדיון ורווחיות בענף

לצורך הצגת הפדיון והרווחיות, יפולחו בתי הקפה ל- 3 סוגים:

- ◀ סוג 1: בתי קפה המציעים קפה, עוגות וארוחות קלות בלבד.
- ◀ סוג 2: בדומה לסוג 1, אך בתוספת מנות עיקריות.
- ◀ סוג 3: בתי קפה בהם מוגשת שתייה חמה, שתייה קלה ועוגות בלבד.

פדיון ורווחיות בשנת 2003:

- ◀ בית קפה מסוג 1: פדיון שנתי לעובד – 1,015,000 ₪. קנייה ממוצעת – 34 ₪. אחוז תצרוכת החומרים – 19-25%.
 - ◀ בית קפה מסוג 2: פדיון שנתי לעובד – 1,420,000 ₪. קנייה ממוצעת – 44 ₪. אחוז תצרוכת החומרים – 23-26%.
 - ◀ בית קפה מסוג 3: פדיון שנתי לעובד – 533-866,000 ₪. אחוז תצרוכת החומרים – 30-35%.
- יצוין כי סכומים אלו הנם הערכה בלבד.

גורמים משפיעים על הפדיון והרווחיות:

- ◀ רמת המחירים – ככל שזו גבוהה יותר, יהיה הפדיון גבוה יותר.
- ◀ פתיחה בשבתות ובחגים – נתוני הפדיון להלן מוצגים בהנחה שהעסק פועל בשבת. בבתי קפה הסגורים בשבתות יהיה הפדיון נמוך בכ- 17%.
- ◀ בתי קפה המגישים משקאות בפחית או בבקבוק – תהיה תצרוכת החומר גבוהה יחסית. בתי קפה המגישים משקאות בכוסות – אחוז תצרוכת החומר ירד.
- ◀ בתי קפה האופים בעצמם – אחוז תצרוכת החומר ירד.

(מבוסס על קווי הנחייה כלכליים של נציבות מס הכנסה).

תנאי תשלום מקובלים

אשראי ספקים:

תנאי התשלום המקובלים בעבודה מול ספקים הם מגוונים, בהתאם לכוח הקנייה והמיקוח של שני הצדדים. לבית קפה חדש יהיה קשה, בשלבי ההתחלה, לקבל תנאי אשראי אטרקטיביים מהספקים.

אשראי לקוחות:

תנאי התשלום הניתנים ללקוחות המבקרים בבית הקפה הנם תשלום על בסיס מזומן או באמצעות כרטיסי אשראי.

רמת הסיכון:

ענף המזון ובתי אוכל הוא ענף הנמצא ברמת סיכון גבוהה - מספר העסקים החדשים הנפתחים הוא גבוה, אך כך גם מספר העסקים הנסגרים או נכשלים. ההשקעה הגבוהה הנדרשת בהתאמת מקום ובשיפוצו עשויה לרדת לטמיון במקרה כשלון. בגין ההשקעה בציוד ניתן יהיה לקבל החזר חלקי בלבד, היות ובשוק קיים ציוד משומש רב.

תהליכי עבודה אופייניים:

- ◀ הזמנת סחורה - יש לקחת בחשבון את זמן תגובת הספקים להזמנה ואת אורך חיי המדף של המוצרים שהוזמנו.
- ◀ קבלת סחורה - רוב בתי הקפה מקבלים סחורה למחסן. בבתי קפה בהם נפח הפעילות גבוה, תועבר הסחורה ישירות לאזור ההכנה.
- ◀ עיבוד - חלק מהסחורה עובר תהליך עיבוד ראשוני.
- ◀ הכנות מקדמיות - ארגון כל מרכיבי המזון לקראת הבישול. לשלב זה חשיבות רבה היות והוא מאפשר תגובה מהירה של המטבח להזמנות המלצרים.
- ◀ הכנות סופיות- הכנת מזון ע"פ הזמנות המלצרים או על פי תוכנית ידועה מראש.
- ◀ שמירת מזון - חלק מהמזון יש לשמור פרקי זמן מסוימים עד להגשה. לשם כך יש לארגן שיטת שמירה על מנת למנוע זריקת מזון מיותר.
- ◀ הוצאת מנות - העברת המזון מן המטבח למלצרים. בעתות לחץ יש לתגבר את עמדת החלוקה במלצר מנוסה שיסייע בקישור בין המטבח למלצרים. כמו כן יש לדאוג לכך שאזור החלוקה יהיה כזה המאפשר מרחב חלוקה ועבודה נוח למלצרים.
- ◀ איסוף - איסוף שאריות המזון ושיחזור פריטים הניתנים לצריכה מחדש, בהתאם למותר.

רישיונות ואישורים:

לצורך פתיחת בית קפה נדרש רישיון עסק מטעם הרשות המקומית, מטעם המשטרה ומטעם משרד הבריאות, לאחר עמידה בקריטריונים לקבלתו.
באתר האינטרנט של עיריית ת"א www.tel-aviv.gov.il/Hebrew/Business/Permit/Index.htm ניתן למצוא מידע רב על הקריטריונים, הדרישות והתהליך לקבלת רישיון עסק.

ביטוחים:

- ◀ ביטוח עסק (תכולה ומלאי) וביטוח צד שלישי.
 - ◀ ביטוח חבות מעבידים.
 - ◀ ביטוח אובדן הכנסות.
 - ◀ ביטוח כנגד הרעלת מזון.
- בנוסף למצוין לעיל, מומלץ להיוועץ בסוכן ביטוח לגבי הצורך בביטוחים נוספים.

טיפים:

- ◀ רמת הסיכון הגבוהה בענף מחייבת לבחון בקפדנות את רעיון הקמת בית קפה - הסביבה העסקית, הסביבה הפיזית והיבטים כספיים ושיווקיים. בחינה זו, יחד עם תכנון נכון המסתייע באנשי מקצוע, תקטין את הסיכויים לכישלון עסקי.
- ◀ יש להתעדכן באופן מתמיד לגבי חוקים חדשים העשויים להשפיע על פעילות בית הקפה ורווחיותו. לדוגמא: איסור עישון במקומות ציבוריים, שעות פתיחה וסגירה בקרבת שכונות מגורים וכד'.
- ◀ ניהול מלאי: יש לזכור כי למזון חיי מדף קצרים ובלאי גבוה. חשוב להימנע מרכישת מלאי גדול מדי כדי להימנע מזריקת עודפים.
- ◀ תעודת כשרות מהווה גורם מרכזי וחשוב לחלק ניכר מהלקוחות הפוטנציאליים. בית קפה כשר יאלץ לבנות תפריט המתחשב בדרישות הכשרות, לשלם את עלות ההשגחה ולסגור שעריו בשבתות ובחגים. בית קפה לא כשר, לעומת זאת, עשוי להפסיד לקוחות רבים המקפידים על אכילת מזון כשר. ההחלטה לפתוח בית קפה כשר תעשה לאחר בדיקת הסביבה הקרובה, בחינת מתחרים וקהל פוטנציאלי, ובהתאם לתפיסת העולם של בעליו.
- ◀ מומלץ להיעזר במט"י המקומי בהקמת העסק ובהפעלתו.

1. מאמצים רבים הושקעו בהבטחת מהימנות ונכונות הנתונים והמידע המופיעים בפרופיל עסקי ענפי זה. יחד עם זאת **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**, מט"י-ישראל, מ"ל הפרופיל ו/או עורכו אינם אחראים לדיוק הנתונים המופיעים בו, ו/או לכל שינוי בהם.
2. השימוש בפרופיל זה ו/או במידע המופיע בו הינו באחריות בלעדית של המשתמש, ואין הרשות לעסקים קטנים, מט"י-ישראל, מ"ל הפרופיל ו/או עורכו אחראים לתוצאות ולנובע מהשימוש הנ"ל.
3. המידע המובא במדריך אינו מהווה תחליף לבדיקה אישית ומקצועית של הנתונים הרלבנטיים, בטרם פועלים על פיהם.
4. פרופיל עסקי זה עודכן בנובמבר 2004 על-ידי אמיר כבירי - ייעוץ כלכלי ועסקי עבור **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**.