

הענף:

נתוני הענף

בענף המזון המהיר פועלים כיום, על פי הערכה, למעלה מ- 1,000 עסקים ונקודות מכירה:

◀ ירושלים וסביבתה – כ- 120 עסקים וסניפי רשתות.

◀ ת"א והמרכז – כ- 360 עסקים וסניפי רשתות.

◀ חיפה והצפון – כ- 310 עסקים וסניפי רשתות.

◀ השפלה והדרום – כ- 230 עסקים וסניפי רשתות.

◀ השרון – כ- 140 עסקים וסניפי רשתות.

בענף קיימת תנועה משמעותית של פתיחת וסגירת עסקים, כך שנתונים אלו הנם הערכה בלבד.

היקף שוק המזון המהיר בישראל, על פי אומדן החטיבה הכלכלית של חב' גיאוקרטוגרפיה, הנו 1 מיליארד ₪ בשנה.

בענף מספר רשתות גדולות, הפועלות בעיקר בתחומי ההמבורגר והפיצה. רשתות ההמבורגר

הגדולות מפעילות יחד כ- 220 סניפים:

◀ לרשת מקדונלדס כ- 110 סניפים.

◀ לרשת בורגר ראנץ' כ- 70 סניפים.

◀ לרשת ברגר קינג כ- 40 סניפים.

רשתות הפיצה הגדולות מפעילות יחד למעלה מ- 130 סניפים:

◀ דומינו – כ- 55 סניפים.

◀ דומינוס – כ- 28 סניפים.

◀ פיצה האט – כ- 25 סניפים.

◀ פיצה מטר – כ- 24 סניפים.

חלוקת משנה ענפית

שוק המזון המהיר הנו שוק נרחב הכולל בתוכו חנויות ונקודות מכירה העוסקות במכירת מזון בסיסי וזול יחסית – לאכילה בנקודת המכירה, טייק-אווי או משלוחים. בשוק זה ניתן לכלול, בין היתר, את מוצרי המזון הבאים: המבורגרים, פיצה, מזון איטלקי או סיני, כריכים, פלאפל, שווארמה, שיפודים.

בשוק פועלים עסקים מ- 3 סוגים עיקריים:

- ◀ רשתות ענק המפעילות עשרות סניפים בבעלות או בזכיינות (בעיקר רשתות המבורגרים ופיצה). רשתות אלו הן רשתות בינלאומיות או מקומיות.
- ◀ רשתות פרטיות קטנות המפעילות מספר מצומצם של סניפים. רשתות אלו מתפרסות על כל מגוון מוצרי המזון המהיר – המבורגרים, פיצה, שווארמה, פלאפל ועוד. חלקן התפתח במהלך השנים מחנויות עצמאיות בודדות.
- ◀ עסקים עצמאיים המתמקדים בסוג מזון אחד או שניים.

השוק:

מאפייני השוק

- ◀ השוק הנו שוק תחרותי ביותר. משאבים רבים מוקצים לשיווק ולפרסום, בייחוד על ידי הרשתות הגדולות. התחרות מביאה את הגורמים הפועלים בענף ליוצר חידושי תפריט, במטרה לענות על מגמות צריכה ולהגיע לקהלי יעד חדשים.
- ◀ שעורי סגירה גבוהים - הענף מאופיין בשיעורי פתיחה וסגירה מהגבוהים ביותר במשק. אחת הסיבות היא תדמית הענף ככזה שניתן להרוויח בו כסף רב במהירות, ללא צורך בידע מקצועי רב.
- ◀ רשתות וזכיינות - יכולת ההישרדות של מסעדות השייכות לרשתות סולידיות, טובה יחסית לשאר הענף.
- ◀ תחרות ודינמיות בענף – הענף מאופיין בתדירות גבוהה של מבצעים ואלטרנטיבות העומדות בפני לקוחות המעוניינים לנסות טעמים ומקומות חדשים.

לקוחות: הגדרת שוק היעד וגודלו, פילוח השוק

קהל הלקוחות הפוטנציאלי בענף כולל למעשה את כלל האוכלוסייה, בהתאם למספר פילוחים:

- ◀ צורך - הצורך בהשבעת רעב או בבילוי והנאה, או שילוב שלהם.
- ◀ העדפת טעם - תיקבע את סוג המזון אותו יצרוך הלקוח.
- ◀ גיל - אחוז גבוה מלקוחות המזון המהיר מאופיין בגילאים צעירים יחסית של 12-35.
- ◀ כשרות - היות ומספר רשתות משווקות מזון שאינו כשר בחלק מסניפיהן הן פונות לציבור החילוני. שאר הרשתות פונות גם לציבור המסורתי- דתי.
- ◀ אופי ההזמנה - בשנים האחרונות צבר שוק המשלוחים בתחום המזון המהיר פופולאריות רבה בקרב הצרכנים. רבים מעדיפים לנצל את הזמן לעיסוקיהם ולהמתין לארוחה בביתם או במקום עבודתם. כ- 85% מהיקף המכירות של רשת דומינו'ס, לדוגמה, נובע מהזמנות טלפוניות.
- ◀ אזור גיאוגרפי - מרבית לקוחות המזון המהיר ממוקמים בסביבה הקרובה.

תחרות

התחרות בענף קשה מאוד ונובעת משני מקורות עיקריים:

- ◀ עסקי מזון מהיר מסוגים שונים, הממוקמים בסביבה גיאוגרפית קרובה. עסקים אלו מהווים את עיקר התחרות.
- ◀ עסקים מרוחקים יותר אשר מקבלים עדיפות אצל הצרכן בשל העדפת סוג המזון.

תחרות עקיפה נוספת:

- ◀ מסעדות שאינן מוגדרות כמסעדות מזון מהיר, אך מספקות צורך דומה של השבעת רעב במחירים סבירים.
- ◀ מזנונים המציעים ארוחות קלות או כריכים.
- ◀ מזון מוכן קפוא – בעיקר פיצות ומוצרי מאפה.

ספקים

הספקים מולם מתבצעת העבודה מתחלקים לשתי קבוצות עיקריות:

- ◀ ספקי חומרי גלם, מוצרי בסיס, משקאות ומוצרים מוכנים. החשיבות העיקרית בבחירת הספקים מולם מתבצעת העבודה הינה, בנוסף למחיר, גם אמינותם וטיב הסחורה אותה הם מספקים. יש לבדוק את כדאיות העבודה מול ספק אחד כנגד עבודה עם מספר ספקים.
- ◀ ספקי ציוד:
- ◀ ציוד למטבח - בארץ פועלים ספקים שונים המסוגלים לתת פתרונות לצורכי המטבח השונים של המסעדה. חשוב לוודא כי הספק נותן גם תמיכה ושירות לציוד.
- ◀ ציוד לאזור ההסעדה - שולחנות, כסאות וכיו"ב. ישנם ספקים רבים המספקים ציוד זה. כלי אוכל - צלחות, כוסות, סכו"ם וכו'. במסעדות מזון מהיר מקובל שימוש בכלי אוכל חד פעמיים.

אמצעי שיווק

רשתות המזון המהיר:

- ◀ השקעת משאבים רבים בפרסום במדיה הארצית לסוגיה - שילוט חוצות, טלוויזיה, עיתונות. זאת בנוסף לפרסום המקומי המלווה את סניפי הרשת.
- ◀ במבצעי פרסים ומבצעי הנחות עונתיים - בייחוד בתקופת הקיץ.
- ◀ שימוש במאגרי מידע על לקוחות, בייחוד בהזמנות טלפוניות. מערכות מחשב מאפשרות לרשת, בעת הזמנה טלפונית, לקבל מידע על הזמנות קודמות של הלקוח, כתובתו ונתונים נוספים ולהציע לו מוצרים ומבצעים מותאמים.
- ◀ חלוקת קופונים ושוברי הנחה בעת הרכישה או המשלוח, על מנת לתמרץ רכישה עתידית נוספת.
- ◀ שימוש במספר טלפון ארצי אחד (בדרך כלל שיחת חינם) או מספר טלפון מקוצר (כוכבית).

עסקים עצמאיים:

- ◀ מפרסמים בד"כ בעיתונות המקומית ובדיוור בהיצף - חלוקת פליירים בתאי דואר של בתים ושל בתי עסק.

אמצעי שיווק נוספים:

- ◀ כמעט כל סוגי העסקים, גדולים כקטנים, מציעים שירות משלוחים – בעבר היה נהוג בעיקר ברשתות הפיצה ובפיצריות, אך כיום ניתן להזמין משלוחים של כל מגוון המזון המהיר.
- ◀ מגנטים להדבקה על המקרר בבית.
- ◀ תוספות להזמנה – הצעת מוצרים נוספים חינם, החל בשתייה וכלה במוצר מקביל להזמנה (1+1).

כיווני התפתחות עתידיים:

- ◀ בתקופה האחרונה מתפתח דיון בנוגע לנזקים הבריאותיים של חלק ממוצרי המזון המהיר. דיון זה מביא כבר היום לחידוש ועדכון תפריטי המזון בחלק מהרשתות – שילוב תפריטי בריאות ומוצרים מזיקים פחות. צפוי כי מגמה זו תמשיך ותתפתח.
- ◀ התפתחות רשתות פרטיות המציעות חלופה לרכישת המזון המהיר ברשתות הגדולות – על ידי התמקדות במחיר זול יותר או במוצר שונה וסטנדרטי פחות. אחת הדוגמאות למגמה זו הנה פתיחת דלפקי המבורגר בחלק מרשתות שיווק המזון.

גורמים משפיעים על הצלחה:

ישנם מספר גורמים העשויים להשפיע על סיכויי הצלחת עסק של מזון מהיר. בין היתר ניתן לציין את הגורמים הבאים:

- ◀ היכרות עם המותג – במידה ומדובר ברשת ארצית או מקומית.
- ◀ איכות המזון ומתן מענה בטעם להעדפת הלקוחות.
- ◀ מיקום - מיקום העסק מהווה גורם חשוב להצלחתו. לפני הקמת עסק של מזון מהיר יש לבדוק את פוטנציאל השוק המצוי בסביבה וכן את המתחרים הרלוונטיים המצויים בסביבה הקרובה.
- ◀ שירות - טיב ומהירות השירות הנם גורמים מרכזיים לשביעות רצון לקוחות. עסק שיקפיד על שירות טוב ומהיר ייחנה מנאמנותם של הלקוחות.

מחסומי כניסה לענף:

- ◀ ההשקעה בשיפוץ ועיצוב העסק.
- ◀ השקעה בצידוד.
- ◀ תהליך קבלת רישיון עסק מהרשות המקומית.
- ◀ עלות רכישת זיכיון - במידה ומקימים סניף של רשת ולא עסק עצמאי.

כח אדם:

פתיחת עסק בתחום מזון מהיר מחייבת גיוס והעסקת כוח אדם מתאים. חלוקת העובדים על פי הגדרות התפקידים הנה:

- ◀ מנהל - אחראי לניהול שוטף ולתפקוד המסעדה. עבודת המנהל מורכבת ודורשת ניסיון רב בתחומים רבים ולכן מומלץ להעסיק מנהל בעל ניסיון בתחום.
- ◀ עובד מטבח - בעל ידע בסיסי בתהליך הכנת המזון. בסניף בודד מועסקים 1-3 עובדי מטבח במשמרת, אשר רוכשים את הידע הנדרש להכנת המזון בתהליך הכשרה במקום העבודה.
- ◀ עובד דלפק האחראי על מכירת המזון. בדרך כלל מועסקים 1-3 עובדי דלפק במשמרת.
- ◀ עובדים כלליים - עוזרי טבח, מדיחי כלים, עובדי ניקיון ועוד. עובדים אלה אינם נדרשים להכשרה מיוחדת. התחלופה בקרב עובדים אלה גבוהה במיוחד.
- ◀ שליחים - חלק משמעותי מפעילות עסקי המזון המהיר הוא משלוחים, כאשר ברשתות הפיצה תחום זה נחשב לפופולארי ביותר. בכל עסק מועסקים מספר שליחים.. אחוז המשלוחים מהיקף עסקי המזון המהיר עולה בשנים האחרונות בצורה משמעותית.

הכשרה מקצועית:

מרבית התפקידים הנדרשים בניהול והפעלת עסקים מסוג זה אינם מצריכים הכשרה, את מרבית הידע ניתן לרכוש באמצעות ניסיון מעשי.

ציוד נדרש:

- ◀ ציוד מטבח – תנורים, מקררים, כיריים ודלפקי עבודה, בהתאם לסוג המזון שיוכן בו.
- ◀ אזור המכירה – דלפק מכירה, שולחנות וכסאות לישיבה במקום.
- ◀ כלי מטבח וכלי הגשה.

מימון:

השקעה נדרשת

- ◀ הסעיפים הבאים מציגים את עיקרי תוכנית ההשקעות הכרוכה בפתיחת עסק מזון מהיר:
- ◀ בניה, שיפוץ ועיצוב המקום, תוך עמידה בתנאי התשתית והמבנה הנדרשים לקבלת רישיון עסק. להלן יוצגו התנאים העיקריים לעסק של מזון מהיר אשר מכיל כ- 30 מקומות ישיבה:
 - מטבח בשטח 12 מ"ר + 0.4 מ"ר לכל מקום ישיבה נוסף. במטבח יהיו מדורים נפרדים לטיפול במזון גולמי, לבישול, למזון מוכן להגשה ולשטיפת כלים. יותקנו בו מנדף ו-3 כיורים לפחות. העלות הממוצעת למטבח עומדת על \$800 למ"ר.
 - מחסן בשטח 8 מ"ר + 0.4 מ"ר לכל מקום ישיבה נוסף. העלות הממוצעת למחסן עומדת על \$250 למ"ר.
 - שטח הסעדה + חדרי שירותים בשטח 35 מ"ר + 1 מ"ר לכל מקום ישיבה נוסף. העלות הממוצעת לשטח ההסעדה משתנה בהתאם לאופי המסעדה, ועשויה לנוע מ- 350 ועד ל- \$1,000 למ"ר.
 - חדרי שירותים בהתאם למספר מקומות הישיבה.
- ◀ רכישת ציוד בהתאם לרשימה המוצגת. רכישת ציוד משומש למטבח עשויה להוריד את העלות הנדרשת בצורה משמעותית, אם כי יש לבחון את התאמתו ואיכותו בקפדנות.

פדיון ורווחיות בענף

- היקף הפדיון בבית עסק בענף המזון המהיר נגזר ממיקום ותנועת הקונים, רמת המחירים והתפריט המוצע.
- הפדיון לעובד בפיצריה (עסק בודד או סניף רשת), כדוגמה, עמד בשנת 2003 על סך 1,035-833 א' ₪, כאשר בתחום העליון תימצא פיצריה המופיעה תחת שם רשת מוכרת. אחוז תצרוכת החומר ינוע בין 23-32% בפיצריה עצמאית ובין 19-23% ברשת פיצה.
- הפדיון לעובד בדוכן פלאפל בעל מוניטין, ברחוב ראשי, עמד בשנת 2003 על סך 494-556 א' ₪. בדוכן פלאפל בעיר שדה עמד הפדיון לעובד, בשנה זו, על סך 136-185 א' ₪. אחוז תצרוכת החומר הנו 23-27%, ועשוי להגיע ל- 30% בדוכני "אכול כפי יכולתך".
- (מבוסס על קווי הנחייה כלכליים של נציבות מס הכנסה).

תנאי תשלום מקובלים

ספקים:

תנאי התשלום המקובלים בעבודה מול ספקים הם מגוונים, בהתאם לכוח הקנייה והמיקוח של שני הצדדים.

לקוחות:

תנאי התשלום הניתנים ללקוחות הינם 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 כיום 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 המסעדות מקבלות סחורה למחסן. במסעדות בהן 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 של עובדי הדלפק.
- ◀ הכנות סופיות- הכנת מזון ע"פ הזמנות.
- ◀ שמירת מזון - חלק מהמזון יש לשמור פרקי זמן מסוימים עד להגשה. לשם כך יש לארגן שיטת שמירה על מנת למנוע זריקת מזון מיותרת.
- ◀ חלוקה - העברת המזון מן המטבח לעובדי הדלפק. יש לדאוג לכך שאזור החלוקה יהיה כזה המאפשר מרחב חלוקה ועבודה נוח לעובדים.
- ◀ איסוף - איסוף שאריות המזון ושיחזור פריטים הניתנים לצריכה מחדש, בהתאם למותר.

רישיונות ואישורים:

לצורך פתיחת עסק בתחום המזון נדרש רישיון עסק מטעם הרשות המקומית ומטעם משרד הבריאות, לאחר עמידה בקריטריונים לקבלתו.

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 מחייבת בדיקה קפדנית של הרעיון העסקי - הסביבה העסקית, הסביבה הפיזית והיבטים כספיים ושיווקיים. בדיקה זו, יחד עם תכנון נכון המסתייע באנשי מקצוע, תקטין את הסיכויים לכישלון עסקי.
- ◀ יש לזכור כי למזון חיי מדף קצרים ובלאי גבוה. חשוב להימנע מרכישת מלאי גדול מדי כדי להימנע מזריקת עודפים.
- ◀ סיכויי ההצלחה של מסעדה הפועלת במסגרת רשת גבוהים יחסית. הרשתות הגדולות מסייעות בליווי שיווקי ולעתים גם בליווי פיננסי ע"מ להבטיח את שמן הטוב. מן הצד השני - עלות רכישת זיכיון גבוהה ועצמאותו של היזם נפגעת.
- ◀ תעודת כשרות מהווה גורם מרכזי וחשוב לחלק ניכר מהלקוחות הפוטנציאליים. עסק כשר ייאלץ לבנות תפריט המתחשב בדרישות הכשרות, לשלם את עלות ההשגחה ולסגור שעריו בשבתות ובחגים. מסעדת מזון מהיר לא כשרה, לעומת זאת, עשויה להפסיד לקוחות רבים המקפידים על אכילת מזון כשר. ההחלטה לגבי כשרות תעשה לאחר הגדרת הקהל הפוטנציאלי, ובהתאם לתפיסת העולם של בעליה.
- ◀ מומלץ להיעזר במט"י המקומי בהקמת העסק ובהפעלתו. כמו-כן ניתן להיעזר ב"מדריך ליזם - המתכון להקמת מסעדה מוצלחת" בהוצאת רשת מט"י ובפרופילים ענפיים לפיצריות ולדוכני פלאפל.

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**.