

**הענף:**

חלוקת משנה ענפית

ניתן לחלק את הפיצרות בישראל לשני סוגים:

- פיצרות הפועלות במסגרת רשת ארצית או איזורית - כרשת מוגדרת פיצרה שיש לה שלושה סניפים ומעלה המוכרים את אותה פיצה ופזורים ברחבי הארץ. כל חנויות הרשת מסונפות אליה וכפופות לכללים שלה לגבי דרך ההכנה וכמויות החומרים. קיימים 2 סוגי רשתות עיקריים:

1. רשתות פיצה אשר הוקמו על בסיס פיצרה עצמאית בעלת מוניטין, אשר התפרסמה בטעם של הפיצה המוגשת והחליטה בעקבות כך להתרחב ולהגדיל את מספר הסניפים. סניפי הרשת מנוהלים או ע"י מנהל מטעם הרשת או ע"י זכיינים אשר רכשו זיכיון להפעלת הסניף.

2. רשתות הפיצה הפועלות תחת אותו שם של רשתות הפועלות בחו"ל כגון "דומינוס פיצה" ו"פיצה האט". רשתות אלו מפעילות בד"כ מספר רב של סניפים בפיזור גיאוגרפי רחב, ומתמקדות במתן מענה להזמנות טלפוניות של פיצות משפחתיות.

- פיצרות עצמאיות - פיצרה עצמאית פועלת כעסק בודד. הקנייה בפיצרה היא של משולש פיצה או יותר, שתייה קלה או פיצה משפחתית הביתה. הפיצרות העצמאיות מתבססות בדרך-כלל הן על משלוחים והן על ישיבה במקום.

**השוק:**

מאפייני השוק:

- רשתות וזכיינות -רשתות הפיצה, בעיקר אלו הפועלות תחת שם המותג של הרשתות מחו"ל, מהוות את הגורם הדומיננטי בענף - בעיקר בתחום הזמנת הפיצות המשפחתיות הביתה. בשוק קיימת מגמת קונסולידציה הבאה לידי ביטוי ברכישת פיצרות מקומיות ע"י הרשתות, כדוגמת רכישת סניפי רשת "פביוס פיצה" ע"י "דומינוס פיצה".
- שעורי סגירה גבוהים - הענף מאופיין בשיעורי פתיחה וסגירה גבוהים. אחת הסיבות היא תדמית הענף ככזה שניתן להרוויח בו כסף רב במהירות, ללא צורך בידע מקצועי רב.
- בשנים האחרונות החריפה תחרות המחירים בשוק, דבר אשר הביא לירידת מחירי הפיצות המשפחתיות ולרווחיות נמוכה של רשתות הפיצה.

### 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.
- גיל - אחוז גבוה מלקוחות הפיצריות מאופיין בגילאים צעירים יחסית של 12-30.
- איזור גיאוגרפי - מרבית לקוחות הפיצריות העצמאיות ממוקמים בסביבה הקרובה לפיצריה. הפיזור הגיאוגרפי של לקוחות סניפי רשתות הפיצה הוא רחב יותר בשל מוניטין הרשת וההתבססות על משלוחי פיצות משפחתיות.

### מתחרים

התחרות בענף קשה מאוד ונובעת מ- 2 מקורות עיקריים ..

- פיצריות שונות הממוקמות בסביבה גיאוגרפית קרובה .
- רשתות פיצה מרוחקות יותר, בשל מוניטין הרשת חשיבות הקרבה הגיאוגרפית נמוכה. בנוסף מהווים גם עסקי מזון מהיר אחרים, כגון המבורגרים ודוכני פלאפל, תחליף לרכישת פיצה ומכיוון שכך גם תחרות - הן ברכישה בדלפק והן במשלוחים. יחד עם-זאת, מיקום הפיצריה באזור בו ממוקמים עסקי מזון-מהיר נוספים עשויה גם לסייע להצלחתה בשל מספר רב יותר של לקוחות העשויים להגיע למקום.

### ספקים

הספקים מולם מתבצעת העבודה מתחלקים לשתי קבוצות עיקריות:

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 וכלי אוכל - בפיצריות המציעות ללקוחותיהן גם לסעוד במקום .

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.

### אמצעי שיווק

אמצעי השיווק משתנים בהתאם לאופי הפיצריה (עצמאית או חלק מרשת). להלן יוצגו מספר שיטות שיווק ופרסום המקובלות בענף:

- פרסום הפיצריות העצמאיות ומרבית פרסום רשתות הפיצה המקומיות מתרכז באזור הקרוב לפיצריה וכולל בעיקר חלוקת עלונים, מגנטים הנושאים את לוגו הפיצריה ולעיתים אף פרסום בעיתונות המקומית.
- רשתות הפיצה הנושאות את שם המותג מחו"ל ורשתות הפיצה המקומיות הבולטות מבצעות גם פרסום במדיה הארצית - בעיתונות ולעיתים אף בטלוויזיה. זאת בנוסף לפרסום המקומי המלווה את סניפי הרשת.
- אתרי אינטרנט.

#### גורמים משפיעים על הצלחה

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

- איכות וטעם
- מיקום - מיקום הפיצריה מהווה גורם חשוב להצלחה - בעיקר בפיצריות העצמאיות. לפני הקמת הפיצריה יש לבדוק את פוטנציאל השוק המצוי בסביבה וכן את המתחרים הרלוונטיים המצויים בסביבה הקרובה.
- שירות - טיב השירות הינו גורם מרכזי התורם מאוד לרמת הצלחה. עמידה זמני משלוח קצרים ככל האפשר והגעה של הפיצה ללקוח כשהיא עדיין חמה משפיעים משמעותית על החלטתו האם לבצע קנייה נוספת בפיצריה.
- תחרות ודינמיות בענף - משפיעים כאלטרנטיבות העומדות בפני לקוחות. ירידה של מחירי הפיצות הנהוגים בענף עשויה להכריח גם את הפיצריה העצמאית להורדת מחירים ולהשפיע על רווחיותה.

#### **מחסומי כניסה לענף:**

- השקעה בציוד.
- השקעה בשיפוץ ועיצוב הפיצריה.
- תהליך קבלת רשיון עסק מהרשות המקומית.

**כח אדם:**

פתיחת הפיצריה מחייבת גיוס והעסקת כוח אדם מתאים. חלוקת העובדים על פי הגדרות התפקידים הינה:

- מכין פיצה - בעל ידע בסיסי בתהליך הכנת הפיצה. בפיצריה עצמאית מועסקים 1-2 מכיני פיצה במשמרת, ברשתות הפיצה אשר הוקמו מפיצריה עצמאית מועסקים 3 מכיני פיצה במשמרת.
- מנהל פיצריה - אחראי לניהול שוטף ולתפקוד הפיצריה. בפיצריה העצמאיות ובסניפי הזכיינות, בעל העסק משמש בדרך-כלל כמנהל הפיצריה.
- עובד דלפק האחראי על מכירת הפיצה. בפיצריה עצמאית מועסקים 1-2 עובדי דלפק במשמרת, ברשתות הפיצה אשר הוקמו מפיצריה עצמאית מועסקים 3 עובדי דלפק במשמרת.
- מלצר - במקרה שיש בפיצריה גם מקומות ישיבה ומוצעת הגשת פיצה לשולחנות. בפיצריה עצמאית מועסקים 1-2 מלצרים במשמרת, ברשתות הפיצה אשר הוקמו מפיצריה עצמאית מועסקים 3 מלצרים במשמרת.
- שליחים למשלוחים הביתה - בפיצריה העצמאיות מועסק שליח אחד בלבד. ברשתות הפיצה אשר הוקמו מפיצריה עצמאיות מועסקים 2-3 שליחים במשמרת. ברשתות הפיצה מחו"ל מעוסק מספר רב יותר של שליחים.

#### הכשרה מקצועית:

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

#### **ציוד נדרש:**

- תנור מתאים להכנת הפיצה - בד"כ תנור לבנים. יש תחליפים זולים יותר על גז
- ציוד וכלי מטבח (כולל מגש עגול להכנת הפיצה).
- ריהוט לישיבה וציוד לסעוד (סכו"ם, צלחות) (בפיצריה המציעה ללקוחותיה לסעוד במקום).

#### **מימון:**

### השקעה נדרשת

הסעיפים הבאים מהווים את עיקרי תוכנית ההשקעות הכרוכה בפתחת פיצריה :
בניה, שיפוץ ועיצוב המקום, תוך עמידה בתנאי התשתית והמבנה הנדרשים לקבלת רשיון עסק .
רכישת ציוד אשר כולל:
ציוד אחסון - מקררים ומדפים.
ציוד לפיצה - תנור, מגשים, קערות, מיקסר.

### פדיון ורווחיות בענף

הפדיון בפיצריה מושפע ממספר גורמים כגון: מיקום הפיצריה, סוג הפיצה הנמכרת (אפויה רגיל או על לבנים) והאם נמכרת פיצה אישית בנוסף למשפחתית .				
אחוז עלות החומר מתוך הפדיון עומד על 23-32% בפיצריות העצמאיות ועל 19-23% ברשתות הפיצה.				
הפדיון	השנתי	לעובד	שנה	תחום הפדיון
בשנים-			2001	775-963
האחרונות	באלפי ש"ח:		2002	811-1,007
			2003	833-1,035

### תנאי תשלום מקובלים

<u>אשראי ספקים:</u>
תנאי התשלום המקובלים בעבודה מול ספקים הם מגוונים, בהתאם לכוח הקנייה והמיקוח של שני הצדדים.
<u>אשראי לקוחות:</u>
תנאי התשלום הניתנים ללקוחות המבקרים במסעדה הינם תשלום על בסיס מזומן או באמצעות כרטיסי אשראי.

### רמת הסיכון

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

### רשימות ואישורים:

לצורך פתיחת פיצריה נדרש רשיון עסק מטעם הרשות המקומית ומטעם משרד הבריאות, לאחר עמידה בקריטריונים לקבלתו.

### ביטוחים:

- ביטוחי מבנה ותכולה.
  - ביטוח צד ג'.
  - ביטוח חבות מעבידים.
  - ביטוח מלאי.
  - ביטוח כנגד הרעלת מזון.
- בנוסף לאמור לעיל, מוצע להיוועץ בסוכן ביטוח לגבי ביטוחים נדרשים.

### טיפים:

- מומלץ לבחון בקפדנות את רעיון הקמת הפיצריה - הסביבה העסקית, הסביבה הפיזית והיבטים כספיים ושיווקיים. בחינה 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 פיצריה הפועלת במסגרת רשת גבוהים יחסית. הרשתות הגדולות מסייעות בייעוץ שיווקי ולעתים גם בייעוץ 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 מהלקוחות הפוטנציאליים. עם זאת, דרישת הכשרות מגבילה את מגוון התוספות אותן ניתן להציע כתוספת לפיצה.
- מומלץ להעזר 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 נערך על-ידי **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל** ועודכן בנובמבר 2004, ע"י מט"י רעננה ואופק פיתוח עסקים ותדמיות בע"מ.