



Subway ще навлезе на пазар за 3 млрд. евро

СНИМКА: НАДЕЖДА ЧИПЕВА

Пътят на Subway минава от Варна към Букурещ

Българският представител на веригата за бързо хранене започва експанзия и на румънския пазар

Снас СПАСОВ

В

Веригата за бързо хранене Subway ще отвори първия си ресторант в Букурещ до края на годината, съобщава началото на тази седмица Мартин Принс, мениджър развитие на американската верига за Централна и Източна Европа.

Така звучеше новината, публикувана от повечето румънски сайтове за бизнес информация. У нас обаче тя има друг вариант, който звучи ето така: регистрираното във Варна дружество „Сабуей Румъния“ ще поеме развитието на едноименната верига за бързо хранене в северната ни съседка.

„Когато кандидатствахме за управлението на Subway, северната ни съседка нямаше обявен конкурс, което ни спести състезанието с други кандидати“, каза Иван Тодоров, един от съдружниците в „Сабуей Румъния“. „Ние сами се обърнахме

към централата в САЩ и представихме бизнес плана си за разширяване на бизнеса. Минахме през интервю с 15-членна комисия, след което бяхме одобрени да подпишем договора“, обясни още Тодоров, който е едноличен собственик и на „Сабуей България“, също със седалище във Варна. Вторият съдружник и съуправител на „Сабуей Румъния“ е Румен Радев. До неотдавна той беше мениджър „Франчайз продажби“ в компанията.

„Съвсем скоро, след окончателното структуриране на стратегията ни за работа, той ще оглави офиса на компанията в Букурещ, за да следи отблизо оперативната дейност на ресторантите в Румъния“, каза още Иван Тодоров. Според него двамата ще бъдат пълноправни съдружници и заедно ще взимат решения по одобрението на потенциални франчайзинг кандидати, бъдещи локации и всичко останало, свързано с развитието на бранда.

Нови територии

По данни от края на миналата година, публикувани в пресата, обемът на франчайзинговия пазар в Румъния е около 3 млрд. евро. През 2005 г. на него са били представени едва 190 бранда от всякакъв тип - модни марки, заведения и т.н. В момента те са вече над 400, като по този показател северната ни съседка се е изравнила с Гърция. „Ресторанти на световни

те вериги за бързо хранене като McDonald's, KFC, Burger King, Pizza Hut и други отдавна са на пазара в Букурещ и големите градове на Румъния, казва Тодоров и допълва: Въпреки това обаче ние ще сме първите, които ще проправят пътя на Subway там.“

Според плановете през първата година след предлагането на франчайзинговите права ресторанти ще бъдат развити само в Букурещ. Там през следващите седем години трябва да бъдат открити 70 обекта. Според Иван Тодоров познавателността на бранда и очакванията на клиентите са на много високо ниво в сравнение с други източноевропейски страни. „Вероятно това обяснява и засиления интерес към франчайзинговите права, на който станахме свидетели по време на първия семинар на 1 юни в Букурещ. Той имаше за цел да запознае бизнеса в детайли с изискванията на марката и стъпките по получаване на лиценз“, каза той. Следващият такъв семинар ще се проведе на 20 юли също в Букурещ.

По думите на Тодоров „Сабуей Румъния“ ще търси надеждни франчайз партньори, които живеят в града, в който искат да отворят ресторант. Не е изключено да бъдат одобрени и български инвеститори, които да работят в Румъния. Но те задължително ще трябва да имат местен партньор, на когото да поверят мениджмънта на рес-

ИВАН ТОДОРОВ

ЕДНОЛИЧЕН СОБСТВЕНИК И НА „САБУЕЙ БЪЛГАРИЯ“

Надяваме се да развием и други пазари в Източна Европа

Повечето мултинационални компании влизат в България през Румъния и Гърция. Как стана така, че със Subway се случи точно обратното?

Действително това е малко разпространен модел в България. Тук успях да развия веригата много бързо, при това на високо ниво. Точно тази беше причината, поради която ни гласуваха доверие да поемем развитието на веригата и в северната ни съседка.

Какво означава за бизнеса на една българска компания да стъпи на съседен пазар?
Това, че получихме



възможността да развием Subway на румънския пазар, е отражение и признание за успеха, който бележим в България. Разбира се, очакваме положително

отражение върху приходите ни, което се надяваме да рефлектира във възможността да развием и други пазари в Източна Европа.

Как ще бъде структурирана работата ви по навлизането ви в Румъния?

Като цяло няма да има особени разлики в организацията на работата ни там в сравнение с условията в България. Ще използваме много ресурси от дейността си тук - логистична мрежа, технически консултанти за изграждане на обектите, супервайзъри и т.н.

торанта си. „Не очаквам особени проблеми, тъй като условията в двете държави са идентични“, казва още Тодоров. Аргументите му са, че България и Румъния са членки на ЕС, където изискванията към качеството на храните, сроковете на доставките и съхранението им са вече идентични.

Конкурентите

„Освен че румънският пазар е много по-голям от българския, ние отчитаме и доста по-висока разпознаваемост на бранда в страната“, казва Тодоров. Според него повечето от младите хора в Румъния са фокусирани върху развитието на кариерата си и предпочитат да се хранят в заведения, които им предлагат бърза, но и здравословна храна. Тази тенденция е особено положителна за Subway, тъй като марката се е ангажирала да предлага здравословна алтернатива на традиционния fast food. „Освен това хората все по-рядко могат да отделят средства, за да се хранят в ресторант, а ние предлагаме качествена храна на много достъпна цена, както и ежедневно пускаме сандвич на промоция“, коментира Тодоров.

За около две години под бранда Subway бяха открити общо 17 ресторанта в България. Десет от тях са в София, три във Варна, по два в Слънчев бряг и в Бургас. „С разширяването на мрежата от ресторанти забелязваме, че топ местата в големите градове започват да се изчерпват. Затова сега се ориентираме към по-нетрадиционни помещения като бензиностанции, хипермаркети, летища, а до края на годината в София ще бъде факт и първия ресторант от типа Drive Through“, уточнява Тодоров.

Всъщност веригата расте бързо не само на Балканите, а и в цял свят. Този март Wall Street Journal съобщи, че Subway са изпреварили McDonald's по

броя на ресторантите си и вече са най-голямата верига за бързо хранене по този показател в света. В края на 2010 г. компанията е имала 33 749 обекта в целия свят, докато основният ѝ конкурент разполага с близо 33 737 ресторанта.

Правилата на играта

Според информацията, предоставена от „Сабуей България“,

ПЛАНОВЕ

70

ресторанта трябва да открие Subway в Румъния през следващите 7 години

общата инвестиция в ресторант от веригата зависи от фактори като местоположение, площ и нуждата от ремонт на помещението. Така откриването на нов обект излиза около 100 хил. евро. Компанията не покрива разходите по инвестициите в новооткритите заведения от веригата, а първоначалната франчайзингова такса е 7500 евро. Половината от тази сума се възстановява на франчайзингополучателя, ако той успее да открие ресторанта си в рамките на една година след подписване на договора. За всеки втори франчайз се плаща такса от 3750 евро.

„Сабуей България“ поема 50% от разходите по рекламната кампания за старта на всеки ресторант, като едно от препоръчителните условия е тя да обхваща период, не по-кратък от три месеца. Медиамиксът трябва да бъде одобрен и от представителя на бранда, но се изработва от франчайзингопо-

лучателя. Всеки от собствениците на ресторантите в страната отделя по 4.5% от оборота си за захранване на специален национален фонд за реклама (iFAF). Всички общо избират 5 франчайзополучателя, които формират борд. Той съвместно с рекламната агенция разработва и одобрява обща рекламна стратегия, както и разходите по нея, които се покриват от фонда.

Всяка седмица на компанията майка в САЩ се плащат и 8% от оборота на всеки ресторант. Американската фирма пък плаща определена сума на българското дружество за това, че се занимава с подбора на заведения, обучението, контрола на качеството и т.н. От отчетата на „Сабуей България“ се вижда, че дружеството има малко над 1 млн. лв. приходи за 2010 г. при 400 хил. година по-рано (но тук влиза и оборотът от едното заведение, управлявано директно от Тодоров). Печалбата на дружеството също расте - от 50 хил. на 153 хил. лв.

От „Сабуей България“ твърдят, че кризата не е свила бизнеса им, а напротив - интересът към получаване на лицензи продължава да бъде голям. Няма проблем и с качеството на персонала, тъй като имат изпитана система за обучение, която формира проактивно отношение към работата. От началото на миналия месец „Сабуей“ започна да набира партньори и в по-малки градове като Благоевград, Русе и Велико Търново. След преместването на заведение от Стара Загора в София сега компанията отново ще търси партньори в града. Така до края на 2012 г. трябва да бъдат открити 40 заведения в страната.

Бързата експанзия в страната и Румъния ще са тест за младия мениджърски екип. Задграничният пробив е приятна новина. Остава и да е успешен. ■ К



Технологията

01 Кандидатстването за поемане на франчайзингови права на Subway става онлайн или с писмо, заявяващо интерес към партньорство с компанията.

02 Subway изпраща подробен пакет с информация за договорите и всичко, което трябва да се знае за начина, по който действа системата.

03 Задължителен 10-дневен период преди подписването на договорите трябва да гарантира, че франчайзингополучателят е имал достатъчно време да се запознае с всички условия и се е информирал за бъдещата си работа.

04 Ако във франчайзинговия договор има повече от един човек, през обучението трябва да минат всички.

05 При доставката на оборудването за ресторантите франчайзингополучателите получават отстъпка. За цялата система на Subway по света то се изработва от компанията DUKE.

Трудно, но си струва

Бях първи и ми беше трудно“, спомня си Петър Бончев, собственик на ресторанта на Subway в столицата, който открива през септември 2009 г. на „Графа“ в София. Тогава все още няма централизирана система и на предприемача му се налага да комуникира директно с доставчици от Германия, което означава очакване на тирове, разпределение на материали и т.н.

„Отслабнах с девет килограма“, спомня си Бончев. В началото е най-сложно да се предвиди какво точно е нужно за следващите две-три седмици до следващата доставка. „А като нямаш база за сравнение, е много по-трудно“, казва Бончев. „Бизнесът не е труден, но е много важно да си много бърз в своите решения, тъй като това е бързооборотна дейност“, твърди предприемачът и допълва, че макар Subway да предлага здравословна храна, моделът на компанията си остава fast food и хората търсят „бързо хранене“, тоест трябва да бъдат обслужени начаса. Бончев подчертава, че собственикът трябва да е готов да замести по всяко време някой от своите служители. „Няколко пъти на седмица работя по няколко часа. Не е под нивото на един собственик да прави сандвичи и да почиства която и да било част от заведението, включително и тоалетната“, допълва предприемачът. Има екип от шест души, които са в компанията от първия ден на заведението.

Според Бончев локацията е много важна за бизнес модела на Subway, защото не се залага на клиенти, които да направят голяма сметка, а на брой купувачи. Компанията му „Фарадери“ няма внесен отчет за дейността за миналата година, а за месеци през 2009 г., когато е работила, има приходи от 31 хил. лв.

Средната инвестиция за откриване на заведение е около 100 000 евро и нараства с големината на обекта. Всеки собственик на заведение допринася за рекламния бюджет на Subway, който се разпределя между партньорите. Бончев казва, че ако сега някой му поиска съвет за Subway, ще му каже да се заеме с подобен бизнес. Но предупреждава: „Трябва да е готов да отдаде на този проект цялото си време и сила. Не го ли направи, ако ще и на Пето авеню в Манхатън да го направи, няма да тръгне“, завършва Бончев. ■ К