

2003-11-18

Австралийский fast food с приморскими особенностями

Одной из основных составляющих успеха заведения, связанного со сферой питания, является его местоположение. Поэтому прошлогоднее появление очередного предприятия fast food с незнакомым названием Country FRIED CHICKEN неподалеку от площади Баляева вызвало некоторое недоумение. Начинать путь с района, населенного в большей мере отнюдь не презентабельным контингентом, многие тогда посчитали не очень перспективным занятием. Но точки над *i* расставило время. Всего лишь несколько месяцев понадобилось владельцам владивостокского Country FRIED CHICKEN для того, чтобы почувствовать уверенность в завтрашнем дне. И около года - чтобы задуматься о создании второго пункта быстрого питания. На этот раз - в центре Владивостока.

Мария ГЕРАСИМЕНКО «Конкурент»

Своим открытием Country FRIED CHICKEN во Владивостоке обязана счастливой случайности. Будучи за рубежом, супруг Анджелики Ивановой, хозяйки этого заведения, однажды оказался внутри точки fast food с одноименным названием. Что тогда ему понравилось больше - еда, обслуживание или сама идея основания подобного предприятия в родном городе - сказать сложно. Но с множеством позитивных эмоций и планов на будущее г-н Иванов направился напрямую в австралийскую компанию, владеющую торговой маркой Country FRIED CHICKEN.

«Тогда мы как раз собирались заняться каким-нибудь бизнесом, - рассказывает Анджелика Иванова (на фото), - и остановились на строительстве двухэтажного здания с магазином тканей - на первом этаже - и ателье по пошиву одежды - на втором. И одновременно с началом работ мой муж неожиданно связался с представителями Country FRIED CHICKEN, а затем и с самим президентом фирмы, Питером Аустином, чтобы купить право на эксплуатацию их брэнда. Что самое интересное, на тот момент австралийцы обдумывали возможность выхода на российский рынок, так что наше предложение не застало Аустина врасплох. Нам не пришлось долго убеждать его в перспективности заключения сделки».

На то, чтобы приобрести право на использование марки Country Fried Chicken, Ивановым потребовалось порядка 3-4 месяцев. Все это время ушло на переговоры об условиях франчайзинга, оформление необходимых документов - в этом вопросе зарубежные бизнесмены особенно щепетильны - и, конечно, на отстаивание финансовых интересов обеих сторон. Что касается последнего пункта, то владивостокские предприниматели стоимость австралийской репутации предпочитают держать в тайне. Не называя конкретной цифры, Анджелика Иванова говорит лишь, что та составляет несколько десятков тысяч долларов. При этом, несмотря на то, что владельцы имени изначально устанавливают на него цену, количественные показатели могут варьироваться. Даже в деле чести торг считается вполне уместным.

«Питер Аустин и его компания оказались в этом отношении очень лояльными партнерами, - продолжает Анджелика Сергеевна, - они не только снизили стоимость использования марки, но и согласились на постепенную выплату нами всей суммы. Для нас это являлось принципиально важным, так как в отношении финансовых вложений мы могли полагаться только на собственные ресурсы и никак не на банковские займы. На практике получить их для организации бизнеса просто невозможно, они выдаются только под уже существующее предприятие, и то - неизвестно, когда ты их добьешься. Да и процентные ставки слишком большие. Так что мы обходились без помощи банков. На первом этапе отдали 30% от общей цифры, а потом со временем перечислили остальные деньги. Естественно, все это было обозначено в договоре».

Работа под прикрытием

Франчайзинг удобен в первую очередь тем, что, покупая право на эксплуатацию торговой марки, вы получаете сразу и целый пакет необходимых бизнес-технологий, который существенно облегчает процесс становления и развития вашей компании. Проще говоря, вам остается лишь повторить чей-то положительный опыт и пожинать его плоды. Кроме того, став обладателем прав на имя, вы можете поставить условие, что никто иной, работающий в пределах одной с вами страны, не приобретет без вашего ведома этот знак и все, что за ним стоит. И самое главное, вам предоставляется возможность заключать договора франчайзинга на использование марки на территории вашей страны другими лицами.

Конечно, прикрытия торговым знаком ко многому обязывает. Например, к поддержанию имиджа, созданного компанией-основательницей, и следованию установленным ею правилам. В противном случае, то есть в случае невыполнения договорных обязательств, вы рискуете лишиться приобретенного вами доброго имени.

«Мы стали первыми в России и вторыми в СНГ, кто начал работать под маркой Country FRIED CHICKEN, - рассказывает Анджелика Иванова. - До этого австралийцы пробовали сотрудничать с украинскими предпринимателями, но это привело не к лучшим результатам. Тамошние бизнесмены небрежно отнеслись к требованиям Аустина и его фирмы и испортили качество предлагаемой продукции, нанеся серьезный вред репутации эксплуатируемого ими брэнда. В итоге руководство Country FRIED CHICKEN лишило их права владения именем после первой же проверки. Дело в том, что деловое партнерство с этой компанией предполагает, что каждые полгода ее представители приезжают с ревизией на предприятия, работающие под ее маркой. И если они видят нарушения договора о франчайзинге, то имеют полное право его расторгнуть».

Хотя из правил есть исключения. В частности, в отношении владивостокских коллег сотрудники Country FRIED CHICKEN пошли на определенные уступки, сделав скидки на российскую действительность. Так, одним из условий франчайзинга является назначение владельцем торговой марки цен на продаваемую под ней продукцию. Если следовать данному пункту, то

гамбургер с куриным мясом в заведении Ивановых должен был бы стоить не 66, как он стоит сейчас, а 90-120 руб., как это принято на предприятиях Country FRIED CHICKEN за рубежом. Однако наши предприниматели в процессе длительных переговоров с Питером Аустином все-таки отстояли предложенные ими цены.

Анджелика Иванова: «Согласно договору о франчайзинге стоимость блюд основного меню устанавливается сверху. Причем наши партнеры, исходя из этих расценок и величины постоянных и непредвиденных затрат, сразу же делают все необходимые расчеты, вплоть до месячной прибыли предприятия и сроков его окупаемости. По их данным, владивостокский Country FRIED CHICKEN при иностранных ценах окупился бы уже через года полтора. Но мы ведь с вами понимаем, что в России это неприемлемо. У нас покупательская способность намного ниже, поэтому и стоимость продукции должна быть меньше. Следовательно, и вложенные в fast food деньги вернуться к нам только спустя 3-4 года».

Отход от ценовой политики Country Fried Chicken - не единственное, на что Ивановым удалось получить согласие. Еще одно отступление от законов компании Питера Аустина связано с системой выполнения поварами российского заведения поступивших заказов. По правилам австралийских бизнесменов, картофель фри должен храниться на тепловой витрине не более 7 минут, а кусочки жареной курицы - не более 30. По прохождении этого времени они остывают, теряют изначальный вкус и становятся непригодными для употребления. За границей популярность fast food такова, что блюда находят своего покупателя уже через три минуты после приготовления. Владивостокским пунктам быстрого питания подобная проходимость пока не гарантирована, но тем не менее Country FRIED CHICKEN требует, чтобы по истечении установленного срока невостребованная продукция просто выбрасывалась.

«На первом этапе мы так и делали, - говорит г-жа Иванова, - и, конечно, терпели огромные убытки. Поэтому, предварительно обсудив все с Питером Аустином, мы все-таки кое-что изменили, и теперь блюда готовятся только после получения заказа. С одной стороны, клиентам приходится ждать, пока приготовится пища, но зато она всегда свежая».

Некоторые различия между иностранными и владивостокским Country FRIED CHICKEN существуют и в вопросе организации работы персонала заведений. В зарубежном fast food, как правило, практикуется «круговая занятость» сотрудников, подразумевающая, что если сегодня человек готовит блюда на кухне, то завтра он обслуживает посетителей в зале, послезавтра - убирает помещения, моет посуду и так далее - по кругу. Тамошние бизнесмены считают, что столь необычное для нас передвижение персонала несет в себе ряд явных преимуществ. Во-первых, людям не надоедают их обязанности. Во-вторых, руководство может определить, что у каждого отдельного подчиненного выходит лучше, и потом, исходя из полученных наблюдений, поручить ему выполнение конкретных задач. В-третьих, сотрудники имеют возможность узнать буквально все о быстром питании и месте своей работы и стать универсальными специалистами (что наиболее удобно во время наплыва

клиентов, когда официанты могут ускорить процесс приготовления пищи, взяв на себя функции поваров).

Что и говорить, система интересная и действительно приводит к хорошим результатам, но в нашей стране, к сожалению, ее применение невозможно. По одной простой причине. Если за границей, для того чтобы человека подпустили к плите, достаточно пройти общее обучение на предприятии, то в России для этого требуется наличие диплома о получении соответствующего образования.

Продвижение марки, рассчитанное на детей и взрослых

Основная аудитория владивостокского Country FRIED CHICKEN - молодежь, а также проезжающие или проходящие мимо люди среднего возраста. Причем что касается последних, то во многих случаях постоянными клиентами этого заведения они становятся благодаря собственным детям, полюбившим предлагаемый здешними кулинарами картофель фри.

«Специально для малышей мы даже ввели детские наборы, наподобие тех, которые выдаются в MacDonal,d,s, но, конечно, гораздо скромнее, - отмечает Анжелика Иванова. - Хотя, если честно, в Country FRIED CHICKEN не предусмотрено привлечение детей с использованием игрушек и сюрпризов в подарок. Мы сами выступили его инициатором. А сейчас, когда предприятие вышло на стабильные заработки, нами планируется организация регулярных мероприятий для ребят, которые бы проводились по выходным - с 11 до 13 часов. Правда, преградой на нашем пути может стать небольшая площадь заведения. Мы ведь уже созванивались с некоторыми праздничными агентствами, но они неохотно идут на контакт как раз из-за ограниченных территориальных возможностей Country FRIED CHICKEN. Кроме того, как показал опыт работы с отдельными компаниями, хороших артистов, которые бы могли понравиться детям, во Владивостоке очень мало».

Есть у Ивановых планы и по отношению взрослых посетителей.

«Проанализировав ситуацию с заказами на доставку блюд в офис или на дом, мы решили создать личную службу доставки, которая бы позволила нам привлечь еще большее количество клиентов».

Однако надо сказать, что на недостаток посетителей владивостокский Country FRIED CHICKEN не жалуется и в отсутствие данной услуги. Если сейчас, с наступлением холодов, в этом заведении еще можно найти свободное место, то в летний период занять там столик представляется весьма проблематичным. Подобная популярность позволяет Ивановым надеяться не только на скорейшее открытие второго пункта быстрого питания под австралийской торговой маркой, но и на начало ведения бизнеса на удачно приобретенном ими имени.

«Когда мы еще только открылись, к нам неоднократно поступали звонки из разных точек нашей страны с предложениями о заключении договора о франчайзинге. Но мы, естественно, отказались. Ведь прежде чем предлагать кому-то эксплуатацию торговой марки, нужно иметь в распоряжении готовые расчеты о том, сколько нужно в нее вложить, какие суммы и когда вы сможете от этого получить и

т. д. А чтобы сделать такие расчеты, нужно поработать не один месяц - встать на ноги, создать клиентскую базу. Возможно, скоро мы подойдем к этому вопросу серьезней, обратимся во франчайзинговую Ассоциацию за помощью в продвижении торговой марки, и еще в каком-нибудь российском городе появится свой Country FRIED CHICKEN. Но пока мы работаем над собой».