

Osječki San Francisco Coffee House - hrvatski Starbucks

Najjeftiniji model franšize 'kuće kave' zahtijeva sedam tisuća eura, što je iznos za koji je većina zaposlenih ljudi kreditno sposobna ako nema vlastitog kapitala, a želi početi posao



Supružnici Denis Tenšek i Jasmina Pacek su nakon povratka iz San Franciscu u Osijeku uočili tržišnu nišu za ugostiteljski objekt s ponudom američke kave

Piše: Marija Birtić

Za jednim stolom sjedi nekoliko sveučilišnih profesora i uz kavu i najnovija izdanja Financial Timesa i The Economist žustro raspravlja o trenutačnoj situaciji u gospodarstvu. Za stolom pokraj raspoložena skupina studenata uživa u prijepodnevnom druženju uz bogatu kavu i muffine. Nedaleko od njih sjedi, pak, mladi osječki yuppie s bežičnim prijenosnikom na stolu, pretražuje internet na račun kafića, nekoliko gostiju za šankom upravo odnosi svoju 'kavu za van' - to je svakodnevno ozračje u San Francisco Coffee Houseu u Radićevoj 12 u Osijeku.

Autentični ugođaj San Franciscu

Nakon povratka iz Amerike supružnici Denis Tenšek i Jasmina Pacek odlučili su ući u privatne poduzetničke vode. Iako je ugosti-

teljska ponuda kafića u Osijeku iznimno bogata, uočili su tržišnu nišu i odlučili se za ponudu američke kave uz mogućnost 'kave za van' ili izvorno 'coffee to go'. Pronašli su nekoliko potencijalno dobrih lokacija, ali odlučili su se za prostor preko puta glavne osječke tržnice, na sjecištu nekoliko fakulteta, škola stranih jezika i poslovnih prostora u širem središtu grada. Budući da su velik dio života i rada u Americi proveli u San Franciscu, odlučili su lokal nazvati San Francisco Coffee House i u njemu pružiti autentični ugođaj toga grada, američku kavu u deset različitih latte (s mlijekom) i mocca inačica, prepoznatljivi američki kolač muffin u nekoliko okusa i ono što Osijeku i svim ostalim gradovima u Hrvatskoj nedostaje, a to je 'kava za van', odnosno 'coffee to go'. Rizik je, među ostalim, bio kako će osječko tržište prihvatiti američku mocca kavu u količini od tri decilitra, različitih aroma ili latte varijantu s mnogo

mlijeka. Iako su prvobitna ciljna skupina bili studenti, zbog kojih je Denis u svom lokalu ponudio bogat izbor stranih i domaćih poslovnih novina i časopisa, ubrzo nakon otvorenja San Francisco Coffee House su prepoznale sve dobne skupine osječkih intelektualaca, tako da su njihovi stalni gosti kako studenti, tako i profesori, poduzetnici, odvjetnici, suci, liječnici... Zato su Denis Tenšek i Jasmina Pacek proširili ponudu tiskovina, pa tako u San Francisco Coffee Houseu možete prolistati gotovo sve najčitanije svjetske i hrvatske novine i časopise u engleskoj i hrvatskoj verziji, namijenjene kako ženskoj, tako i muškoj populaciji. Osim iznimno ugodnim uređenjem prostora, dobro ozračje stvorili su izborom glazbe, ljubaznim i nasmiješenim osobljem i vrhunskom uslugom. U San Francisco Coffee Houseu pušta se isključivo strana glazba: smooth jazz i glazba iz 70-ih i 80-ih.

Tenšek, koji je u Hrvatsku došao s velikim

menadžerskim iskustvom u američkim korporacijama i znanjem koje je stekao na MBA školovanju na Državnom sveučilištu u Kaliforniji, osmislio je cjelokupni koncept poslovanja i autentičnost prilagodio upravo hrvatskom tržištu i prilikama.

S druge strane Jasmina Pacek, magistrica dizajna i primijenjene umjetnosti sa Sveučilišta u Kaliforniji, iskoristila je svoje bogato profesionalno i akademsko iskustvo u svijetu dizajna za kreativnu razradu Tenšekovoga koncepta i osmišljavanje prepoznatljiva i jedinstvena vizualnog identiteta te interijera u kojem se ljudi ugodno osjećaju.

San Francisco Coffee House tržište je vrlo brzo prepoznalo kao idealno mjesto za poslovno i privatno druženje pa se od otvorenja neprestano traži stolac više. Nedugo zatim Tenšek je zaposlio voditeljicu poslovanja Tanju Škaro, a vlasnici su krenuli u projekt razvoja prodaje franšize San Francisco Coffee Housea zajedničkim radom s Centrom za franšizu Centra za poduzetništvo u Osijeku. Na seminaru o franšiznom poslovanju koji je organizirao Centar za franšizu u Osijeku u suradnji s USAID-ovim projektom Poduzetna Hrvatska gostovao je dr. Ilan Alon, savjetnik za franšizno poslovanje s bogatim međunarodnim iskustvom. Dr. Alon je najviše vremena posvetio analizi koncepta San Francisco Coffee Housea, za koji je rekao: 'San Francisco Coffee House ima potencijal biti hrvatski Starbucks. Kad je riječ o 'kućama kave', okruženje je općenito iznimno natjecateljsko, međutim, uslugu, proizvod i ugođaj koji pruža San Francisco Coffee House može se usporediti jedino s najboljim markama u inozemstvu. San Francisco Coffee House ima potencijal da jednoga dana postane svjetska marka.'

Istraživanje franšiznog tržišta

Istražujući tržište, informirajući se o franšiznom poslovanju i u komunikaciji s potencijalnim kupcima franšize, Tenšek je zaključio da je iznos početnog ulaganja i nužnoga vlastitog kapitala koje uvjetuju davatelji franšize

U petak otvorenje u Splitu



Tomislav Kuzmanić

U petak, 15. prosinca 2006. u Splitu će se otvoriti prva franšiza San Francisco Coffee Housea, koju počinje mladi poduzetnik Tomislav Kuzmanić. Splitski San Francisco Coffee House prostire se na 130 četvornih metara na dvije etaže i uza sve prepoznatljive elemente izvornoga San Francisco Coffee Housea imat će još jedan - unikatne slike na staklu s motivima San Franciscoga poznatog osječkog slikara Tihomira Ćirjaka, koji je također dugo živio i radio upravo u tom gradu, čiji je veliki zaljubljenik.

Iako potencijalni kupci franšize traže lokaciju u Zagrebu, Rijeci, Puli i još nekim hrvatskim gradovima, dosta upita u svezi s kupnjom franšize San Francisco Coffee Housea dolazi i iz inozemstva, primjerice iz Kanade i SAD-a.

razlog zašto u Hrvatskoj ima toliko malo stranih franšiza.

- Prosječna hrvatska ušteđevina, odnosno minimum kojim može raspolagati prosječan tridesetogodišnjak, nije dovoljan kao početni kapital za jednu od franšiza koje su danas u ponudi na hrvatskom tržištu - smatra Tenšek. Naime, prosječno ulaganje pri kupnji franšize nekog od najpoznatijih svjetskih brandova 'kuća kave' jest oko 1.500 eura za četvorni metar.

Na temelju daljnjeg istraživanja franšiznog poslovanja i hrvatskoga tržišta, vlasnici su razvili četiri modela u svojoj franšiznoj ponudi - Beginner, Standard, Professional i World Class - i prilagodili potrebne iznose početnih ulaganja upravo hrvatskom tržištu i prilikama. Tako model Beginner možete početi već sa 7.000 eura, što je iznos za koji je većina zaposlenih ljudi kreditno sposobna ako nema vlastitog kapitala, a želi početi posao. Ulaganje proporcionalno prati kvadraturu i veličinu prostora i iznosi do 45.000 eura.

Franšizni koncept San Francisco Coffee House temelji se na sustavu rabata, a ne na postotku od ukupnog prometa, kao u većini standardnih svjetskih franšiza. Tako davatelj franšize svoj interes ostvaruje u marži, dok

kupac franšize ima stopostotnu kontrolu nad vlastitim poslovanjem.

- Kupac franšize obavezan je od San Francisco Coffee Housea kao davatelja franšize nabavljati osnovnu sirovinu: kavu, espresso, sirupe za moccu i latte kavu, arome, čajeve, sokove... Tako jamčim kvalitetu, ali ne kontroliram kupca franšize i ne zanimam se za njegov promet. On sâm kontrolira i vodi svoje poslovanje - objašnjava Tenšek.

Koncept je u potpunosti transparentan i kreiran prema načelu 'ključ u ruke'. Poslovanje je unaprijed osmišljeno i mjerljivo, a kupac franšize zapravo kupuje završni proizvod. Velika je snaga tog koncepta stvorena prepoznatljivost branda San Francisco Coffee Housea, koji su zbog jedinstvenosti ponude prepoznali mnogi pisani hrvatski mediji.

Patentirana vlastita kava i suvenir

Tvorci franšiznog koncepta San Francisco Coffee Housea stalno usavršavaju i poboljšavaju svoj proizvod i usluge. Patentirali su svoju kavu, espresso San Francisco Coffee House, autentičnu mješavinu nekoliko vrsta kava i suvenire koje možete kupiti u njihovom lokalu u Osijeku, a od petka i u Splitu - šalice s prepoznatljivim logotipom San Francisco Coffee Housea, majice i kape.

Cjelokupni franšizni koncept strateški planiraju i osmišljavaju i jedna je od vrlo zanimljivih i perspektivnih ideja vlasnika te franšize ponuditi svoju kavu kao urbanu alternativu klasičnoj ciglici od 200 grama, koju bi osim u svom lokalu nudili i na maloprodajnom tržištu.

- Ciglica kave daruje se u raznim prigodama i vrlo često nosi kao dar kad se odlazi u goste, ali uglavnom za stariju populaciju. Ciglicu San Francisco Coffee Housea u budućnosti bismo ponudili kao alternativu mladoj populaciji u nekoliko paketa: uz šalicu, majicu, CD s izborom naše prepoznatljive soft jazz glazbe i sličnog - kažu vlasnici franšize Denis Tenšek i Jasmina Pacek. ■

Franšizni modeli	Inicijalna investicija za uređenje i opremanje prostora	Franšizna pristojba	Royalties (tantijemi)
BEGINNER SFCH asortiman kao dodatak asortimanu u postojećem ugostiteljskom objektu	5.000 eura	2.000 eura	50 eura mjesečno
STANDARD Prodajno mjesto bez sjedećih mjesta 'coffee to go' asortimana kava i toplih napitaka	10.000 eura	3.000 eura	100 eura mjesečno
PROFESSIONAL Ugostiteljski objekt do 50 m ² . Akcent na 'coffee to go' s ograničenim brojem sjedećih mjesta	15.000 eura	5.000 eura	150 eura mjesečno
WORLD CLASS Ugostiteljski objekt sa svim obilježjima San Francisco Coffee House-a veličine 50-150 m ²	25-35.000 eura	10.000 eura	200 eura mjesečno