



Современные предприниматели рассматривают пекарню, как бизнес весьма перспективный. Создание и открытие мини-пекарни – подходящая идея для вложения средств. С надежным бизнес планом и правильно организацией мини пекарни вы не только вернете инвестиции, вложенные в бизнес, но и получите внушительный доход. Однако создание и организация пекарни непростое занятие и надо быть готовым к решению многих сложных задач.

Определяем структуру предприятия

Существует несколько вариантов организации хлебопекарного производства.

Это может быть собственно пекарня (отдельный цех) полного цикла, либо небольшой участок пекарня, оборудованный на территории кухни.

По сути, выбор мини-пекарни для предпринимателя – это, прежде всего, выбор технологии производства, при помощи которой можно будет получить желаемый ассортимент.

Мини-пекарни различаются по циклам производства. Они бывают полного и неполного цикла. Замкнутый (полный) цикл производства хлебобулочных изделий включает в себя все этапы производства хлеба: от заготовки до выпечки.

Мини пекарни с полным циклом производства – это фирменные кондитерские изделия и достойный ассортимент всегда свежих хлебобулочных изделий.

Неполный цикл производства – это хранение замороженных полуфабрикатов и непосредственно выпечка.

Мини-пекарни с полным циклом производства размещаются минимум на 80–90 кв. м. В торговом зале супер – или гипер-маркета проходит весь процесс приготовления хлебобулочных изделий, включающий в себя такие этапы: хранение, смешивание, разделка; формовка, расстойка, выпечка. Следует отметить, что такие пекарни не предназначены для выпуска стандартных, предлагаемых крупными хлебозаводами сортов хлеба.

Основная их цель – фирменные кондитерские изделия и достойный ассортимент свежих хлебобулочных изделий, а производительность составляет от 120 до 150 кг/ч. В этом случае требуются кондитерские столы и тележки, мукопросеиватель, тестомесильная машина, тестоделитель,



формовочная машина для круассанов и багетов, расстоечный шкаф, подовая или ротационная печь. При этом собственная пекарня имеет большие преимущества: позволяет обрести независимость от длинной цепи посредников и на прямую заключать договора по поставкам именно того сырья, которое необходимо. Это дает возможность не только постоянно обновлять ассортимент, но и снизить себестоимость продукта. Кроме того, появляется возможность организовывать разнообразные промоакции, привлекать покупателей демонстрацией процесса выпечки – от замеса теста до выкатывания тележки с готовым хлебом в торговый зал.

Мини-пекарни неполного цикла изготавливают продукция из замороженных полуфабрикатов. При этом следует отметить, что нет ярко выраженного отличия между хлебом, выпеченным из аналогичных ингредиентов в пекарне на основе готовых смесей и хлебом из замороженных полуфабрикатов.

Преимущества мини-пекарен полного цикла – в возможности контролировать весь производственный процесс, а также формировать ассортимент и вкусовые качества продукции на свое усмотрение.

Мини-пекарни неполного цикла характеризуются широким ассортиментом, оперативностью, безотходностью и чистотой производства. Оборудование мини-пекарни неполного цикла производства иногда сводится к расстоечному шкафу, в котором происходит размораживание полуфабрикатов, и печи, что позволяет размещать производство на небольших площадях (35–40 кв. м). Обязательным элементом технологической цепочки является и холодильник, в котором хранятся полуфабрикаты. Производственные мощности таких мини-пекарен рассчитаны на 0,2–5,0 т хлеба в сутки. А главное, «горячая точка» по допеканию замороженных полуфабрикатов компактна и проста в эксплуатации. Например, отпадает необходимость закупать, а потом размещать и обслуживать дополнительное оборудование. Снижается влияние человеческого фактора, изделия всегда имеют стабильное качество. Немаловажным является и тот факт, что при использовании полуфабрикатов легче варьировать количество готовой продукции. Стабильным спросом пользуются около 120 позиций замороженной продукции.

Что же касается вкусовых характеристик, то, по мнению специалистов, нет ярко выраженного отличия между хлебом, выпеченным из аналогичных ингредиентов в пекарне на основе готовых смесей или из замороженных полуфабрикатов. Как правило, замороженный хлеб производится из натуральных ингредиентов без специальных добавок и улучшителей.

Определяем ассортимент

Успех пекарни – вопрос ассортимента и качества. Постоянные эксперименты, стремление удивить и привлечь потребителя новым вкусом теста, новой начинкой – вот главные козыри пекарного бизнеса. В противоположность мини-пекарням и производствам при магазине хлебозаводы практически не имеют возможности



варьирования ассортимента, у них меньше ресурсов для оценки успешности нововведений. Массовый продукт не способен конкурировать с продукцией мини-пекарни, которая может радовать потребителя новой фантазией пекаря хоть каждый день. И в этом деле предпринимателю на помощь приходят хлебопекарные смеси.

Во-первых, используя смеси и специальные добавки, можно создавать неповторимые рецепты, добиваться оригинальных вкусовых свойств теста. Например, добавка «Рогана» содержит специально обработанную ржаную муку и термически обработанный ржаной солод, она используется для улучшения вкуса и аромата, а также придания мякишу более темного цвета.

Во-вторых, повышать качество хлеба, предотвращать его заболевания, продлевать срок годности. Добавляя в муку составы, способствующие продлению жизни хлеба, вы достигаете того, что даже залежавшаяся на витрине булочка попадает к потребителю свежей, продлевается срок ее реализации.

Наконец, с помощью пищевых добавок можно оптимизировать технологию приготовления продукции. Для приготовления традиционной хлебной закваски требуется до трех часов и более. Применение сухой закваски позволяет сократить это время до одного часа.

Преимущества сухих смесей для выпечки хлебобулочных изделий масса: их удобно хранить, расход у смесей небольшой, при этом изготавливаются они из натуральных продуктов.

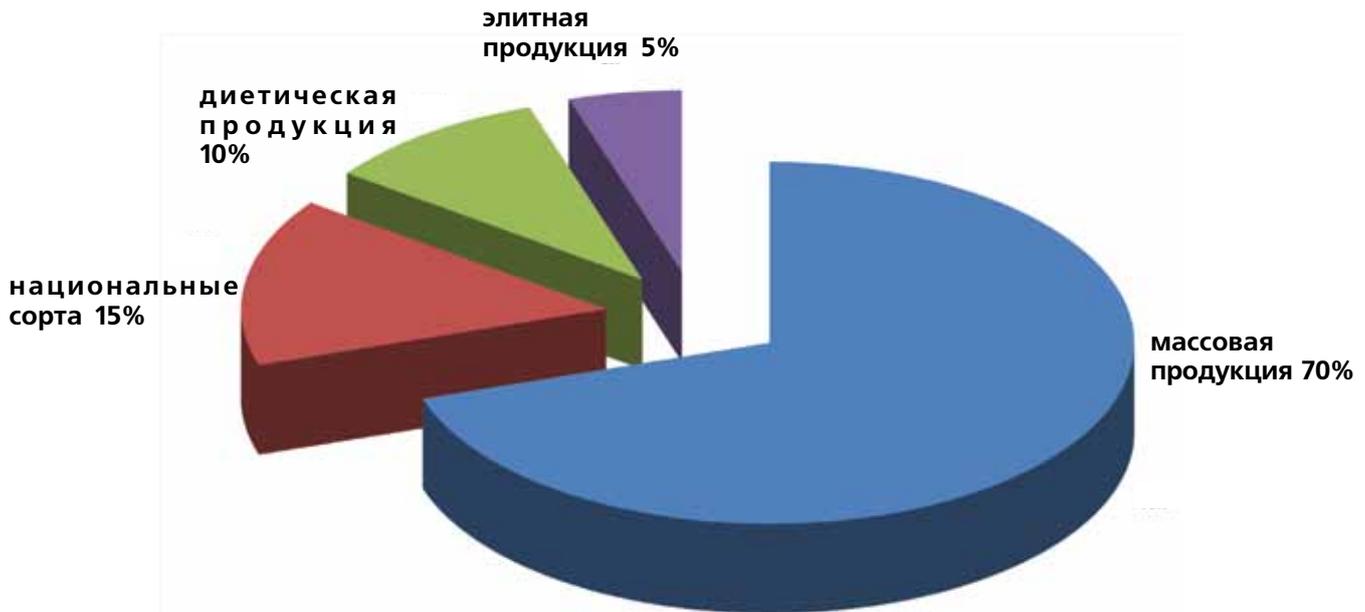
Соответственно, ускоряя один из процессов, мы ускоряем весь поток производства и получаем возможность, не увеличивая площадей и не добавляя мощности, производить больше товара.

Сами смеси изготавливаются из натуральных продуктов – это различные вытяжки сыворотки из природных компонентов. Они поставляются в сухом виде, их удобно хранить, расход этого сырья небольшой.

Выходим на рынок, оцениваем конкурентов

Мини-пекарня одновременно является и производителем, и продавцом продукции. Поэтому она вынуждена была столкнуться с двумя типами конкурентов: обычными хлебопроизводителями (хлебозаводами) и розничной торговлей.

Современный хлебный рынок



Говоря о производстве хлеба, конкуренция должна быть оценена на основе

- качества продуктов;
- ассортимента продуктов;
- размера предприятий конкурентов;
- цены на продукцию, продаваемую конкурентами;
- финансовых возможностей-конкурентов.

Для розничных торговцев критериями являются

- качество обслуживания;
- свежесть продукта;
- регулярность предложения;
- цены;
- чистота магазина.

Кроме того, важный фактор успешных продаж хлебобулочной продукции в магазине – это дизайнерское оформление места продаж. Казалось бы, мелочь, но на самом деле это очень важный аспект. Хлеб – товар особый. Хлеб ассоциируется с чем-то теплым, приятным, домашним. Лучше всего оформлять места продаж хлебной продукции деревом, очень хороший вариант – размещение мелкоштучных изделий в деревянных корзинках. Не менее важны название пекарни, упаковка продукции, внешний вид продавцов и рекламная кампания.

Считаем вложения и прибыль

По рентабельности хлебопекарное производство является одной из наиболее привлекательных сфер бизнеса. По мнению экспертов, при любом прогнозе развития рынка рентабельность хлебопекарного производства не опустится ниже 25%.

Современный хлебный рынок имеет довольно четкую градацию:

- 70% рынка занимает массовая, или традиционная, продукция: ржаной, формовой, подовый хлеб, а также сухари и баранки (обычно выпуском подобных изделий занимаются крупные хлебозаводы, имеющие огромные производственные мощности);
- 15% рынка занимает нетрадиционная продукция: национальные сорта хлеба (лаваш, хачапури), а также изделия из слоеного теста, пирожки, булочки;
- 10% – диетическая продукция;
- 5% – элитная продукция.

В настоящий момент наибольшей рентабельностью характеризуется производство элитной продукции – в этом сегменте существует возможность предложить потребителю уникальный продукт, установить повышенную наценку.

Срок окупаемости мини-пекарен составляет от двух месяцев до полутора лет в зависимости от производительности оборудования.

Эффективней вкладывать средства в предприятия большей производительности, которые одновременно позволяют выпускать продукцию более широкого ассортимента. Как правило, эти проекты окупаются в 1,5–2 раза быстрее, чем более дешевые варианты. Однако для их реализации требуется увеличение вкладываемых средств – ориентировочно в 2–2,5 раза.

Итак, вот наиболее важные задачи, которые необходимо решить при организации мини-пекарни. Безусловно, это далеко не все: бизнес-план для мини-пекарни будет включать еще много пунктов. Да и переменчивый рынок не даст расслабиться, требуя учета все новых и новых рисков и регулярного проведения маркетинговых исследований. Но, безусловно, хорошо проработав свою «сдобную идею» можно получить неплохой результат!

Екатерина ФОКИНА

