

Бизнес План кондитерского магазина

Этот странный для россиян формат бизнеса ни в коем случае нельзя путать с прежними булочными советского образца (в которые на такси, как Вы помните, не ездят).

Этот формат называется в Европе *boulangerie*. И ничего аналогичного у нас до этих пор не существовало.

Что же такое это *boulangerie*?

В первую очередь – это огромный ассортимент. Это, если хотите, грандиозный хлебный супермаркет. На этом в принципе уже можно было бы и поставить точку. Ан нет.

Здесь продаётся не только собственно хлеб, но и самая разнообразная выпечка, а также – кондитерские изделия и даже (!) конфеты ручной работы. Это – идеальный лоток идеального хлебозавода. Вот только всё, что там продаётся – всё класса VIP, то есть всё – дорогое. Представьте себе такой сказочный Елисейский магазин, который торгует не балыками и икорй, а только хлебом, хлебом и хлебом – но самым разнообразным, экзотическим и высококачественным хлебом.

Как это всё выглядит в реальности?

В реальности, такой формат выглядит как собственный цех и несколько фирменных точек, торгующих исключительно его продукцией.

Производственная зона – цех.

Вам потребуется от 30 до 50 квадратных метров площади.

Стоимость оборудования потянет на 2 миллиона в рублях.

Много денег и времени уйдёт на разработку оригинального ассортимента и отработку технологии для поддержания марки – стабильно высокого качества.

Огромный хлебный супермаркет со своим цехом – это неэффективно с точки зрения бизнеса – слишком большие затраты, которые вряд ли окупятся.

Трудности менталитета

Мы только начинаем стремиться к подобной европейской мечте, поэтому экономим на всём. В конце концов, от идеи остаётся только жалкое ей подражание! Например, красивые лотки, на которых выставлен хлеб, допечённый из... полуфабрикатов!

Но и это – немаловажное достижение. Ведь наш потребитель, сколько бы у него ни было денег, покупает булку в самую последнюю очередь, довольствуясь либо унылой, “ватной” нарезкой батона, либо традиционной буханкой-”кирпич”: чёрной (ржаной) или белой. Нашему человеку НЕИНТЕРЕСНО покупать интересный хлеб! Ему также неинтересно платить за него дорого. В нашей стране ещё помнят, как в столовых хлеб и горчица стояли на каждом столе бесплатно и их можно было есть в неограниченном количестве, запивая чаем за одну копейку. Эта мера правительства (которую некоторые экономисты считают популистской и сильно ругают) спасла от голодной смерти не одно поколение бедных

студентов... Однако с таким шлейфом коллективных воспоминаний в целой стране, вести бизнес, требующий высокой культуры ПОТРЕБЛЕНИЯ хлеба весьма затруднительно...

Поэтому, когда в супермаркетах появляются первые ласточки в виде лотков с красивым и сильно пахнущим, но (увы!) замороженным (полуфабрикатным) хлебом, мы должны только радоваться. Покупатель привыкает к разнообразию, к красоте и неважно, что красота и разнообразие эти существуют в ущерб высокому качеству. Ибо “замороженный”, допекающийся на месте хлеб, европейскими гурманами от кондитерской кулинарии и прочими экспертами оценивается по рангу “фаст-фуд для бедных”...

Чем ещё придётся пожертвовать, открывая в наших условиях “красивую”, “европейскую” булочную?

Собственно, репутацией ЕДИНСТВЕННОГО производителя своего товара. Вам придётся собирать Ваш ассортимент “с бору по сосенке”, то есть у сторонних производителей, по чужим цехам. Но это же прекрасно! Вы будете заключать договора только с хорошими производителями, и в этом будет состоять вся Ваша задача. Вы – организатор процесса и Вы же обеспечиваете “выставку”. Свой красивый и уютный магазин Вы превращаете в торгово-выставочный центр, куда стекается вся лучшая “кондитерка” от близлежащих умельцев-профессионалов. Такой бизнес уже видится как реальный и перспективный!

И ещё один нюанс... Многие бизнесмены, работающие в этом сегменте – булочная-кондитерская рискуют открывать при своём магазине маленькое кафе – как и положено европейско кондитерской. Это даёт сразу большой дополнительный доход, но это же и намного сложнее.

Схема “только магазин” гораздо проще, чем схема “магазин+кафе”. Кроме того, схема “только магазин” естественно предполагает быстрое развитие единственного магазина в сеть магазинов. Всё это будет осуществить труднее, если Вы будете параллельно вникать ещё и в формат кафе... особенно не рекомендуется этот “сложный уровень игры” новичкам в бизнесе.

Месторасположение

Идеальным местом будет центр города, если там расположены офисы. Именно идя с работы домой, офисные клерки будут заглядывать и к Вам. Второе идеальное месторасположение – районы или точки застройки в районах, где достаточно компактно проживает обеспеченный средний класс. Мы подчёркиваем – обеспеченный. Потому что в России средний класс – это название очень размытое и мало о чём говорящее. У нас уровень образования не совпадает с уровнем доходов, поэтому средним классом у нас называется и заслуженный учитель, получающий 8 тысяч рублей в месяц и “менеджер по развитию чего-то там в регионах”, получающий в месяц этих тысяч уже 200.

То есть, грубо говоря, Вас должен интересовать “средний класс по кошельку”: чиновники или новая буржуазия.

Необходимый ассортимент на точке продажи

- а) от 10 до 20 сортов различного хлеба.
- б) от 30 до 40 наименований разнообразных пирожков,
- в) от 5 до 10 видов печенья
- г) джемы, варенья (по желанию и возможности)

Если Вы решились на открытие булочной в формате “+кафе”...

Средний чек такого кафе при кондитерской должен быть не меньше 200 рублей.

Вам необходимо разработать хороший кофейный ассортимент. А вот на изысканном и разнообразном чае можно и сэкономить.

“Человеко-поток” Вы должны обеспечить не менее чем в количестве 300 посетителей в день.

Экономика булочной-кондитерской схожа (по затратам) с любым другим схожим предприятием общепита. Поэтому для составления сметы можно воспользоваться средней для всех цифрой – 60 тысяч рублей умноженной на квадратный метр Вашей общей площади.

Ну а площади в 80 квадратных метра Вам как раз и хватит для того, чтобы организовать торговлю и создать зону фуд-корта.

Очень скоро культура потребления хлеба в России сравняется с западной. Поэтому уже сейчас нужно занимать и осваивать эту ненаполненную конкуренцией нишу.

Кондитерский бизнес в современных условиях является хорошим способом обеспечить светлое будущее и перспективное настоящее. Более того, тот сегмент рынка, который гарантирует отдачу всего капиталовложения. Самая успешная деятельность – изготовление тортов, которые находятся на первом месте в списке спроса в сфере сладостей. Продажи тортов от общего объема продаваемых кондитерских изделий составляет 25-30%.

Открытие собственного магазина по продаже кондитерских изделий - достаточно смелое и прибыльное решение. В таком случае первым и связующим звеном является бизнес-план. Кондитерская должна иметь мощную основу. Бизнес план-кондитерская должен стать опорой владельцу.

В первую очередь необходимо определиться с сегментной специализацией вашего будущего объекта. Рынок кондитерских изделий имеет два вида сегментов: мучные и сахарные сладкие изделия. Лишь в том случае, если было сделано окончательное решение по специализации вашего маленького предприятия, стоит составлять грамотный бизнес-план. Кондитерская, специализацией которой являются сахарные изделия, требует больших вложений в инвестиционный портфель. Большая конкурентоспособность в этой сфере усложнит процесс становления Вашего бизнеса, поэтому стоит учитывать все возможные нюансы. Немало времени необходимо для того, чтобы убедить потребителя в качестве продукции и заинтересовать большие массы. Поэтому возникают некие противоречия, способные убедить будущее действующее лицо перейти на сторону второго сегмента, который будет производить мучную продукцию.

Сейчас большой популярностью пользуются маленькие кондитерские, которые находятся под контролем зарубежных производителей. Но не только иностранные друзья способны обеспечивать заинтересованные лица в приобретении продукции, специализация которой связана с внедрением заграничных технологий – большую известность также получили отечественные производители. Престиж и имидж будущей кондитерской можно повысить благодаря сотрудничеству в сфере ритейлерских систем.

Для открытия собственной кондитерской необходимо, прежде всего, составить качественное резюме, в котором отразится ее специализация, взаимосвязь с другими сегментами рынка и будет произведен качественный анализ конкурентоспособности. Также стоит дать объективную оценку возможностям вашего нового бизнеса и рассчитать тенденции.

Стоит поставить цели, которые должны реализовываться на протяжении минимального срока функционирования кондитерской. К ним относят:

- строительство помещения, предназначенного для изготовления продукции;
- к концу первого года работы следует покрыть все начальные затраты и вернуть полный объем капиталовложения;
- значительно расширить диапазон производства.

Для достижения наиболее благоприятного исхода ваше предприятие должно утвердиться на конкурентном рынке, сосредоточить бизнес в том месте, где больше всего бывает посетителей: пусть даже это повлечет за собой трату сверхплановых финансовых средств, но будьте уверены, что всё это окупится за достаточно небольшой срок. Разнообразие и высокое качество изготавливаемой продукции поможет с укрепление ваших позиций. Немаловажную роль играют риски, связанные с реализацией продукции, поэтому на них следует обратить особое внимание. Он может проявляться в ограниченности наличных средств и в небольшом опыте работы с органами местной власти.

Необходимо произвести краткое описание компании, а также нотариально утвердить полноправных её владельцев.

План создания кондитерской включает заем определенной суммы денег у частных лиц или в банке при отсутствии личного стартового капитала для строительства цеха, склада и непосредственной точки реализации. Сюда также входит грамотно выбранное место расположения кондитерской. Желательно, чтобы по площади это помещение имело среднее значение.

Стоит сделать акцент на ориентировке ассортимента будущей продукции. От ее объема зависит, прежде всего, конкурентоспособность, что даст возможность оставлять позади самых сильных соперников благодаря большому количеству изготовленного товара.

Выпуск информационного материала является неотъемлемой частью в плане создания кондитерской. Рекламные листовки, объявления, опубликованные на биллбордах, в газетах и небольшая рекламная агитация произведут должный эффект. Не стоит экономить на внедрении новейшей технологии. Ведь всем известно, что это прямой путь к успеху.

Анализ рынка спроса поможет решить вопрос о продукции, которая пользуется популярностью и требует дополнительных вложений. Правильно подобранная политика реализации способствует повышению спроса на товар. Важно учесть тенденцию рынка и состояние индустрии в намерениях открытия собственной кондитерской.

Стоит отдать должное маркетинговой стратегии и организационной структуре. Особого внимания требует последняя. Необходимо подобрать высококвалифицированные кадры, как с точки зрения качественного приготовления кондитерских изделий, так и с точки зрения управляющего потенциала. Люди, задействованные в этой сфере, должны безошибочно определять вкус покупателя и в соответствии с этим предлагать возможные благоприятные варианты.