

МИНИ-ПЕКАРНЯ КАК ИГРОК НА РЫНКЕ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

В последнее время спрос на хлебобулочные изделия на крупных предприятиях спадает. Это связано с тем, что потребности людей со временем меняются. Люди стали значительно разборчивее в продуктах, так как информация о них стала более доступной. Перспективы получить продукт «с печи», который выпекают на глазах привлекает потребителей. В статье рассматриваются преимущества и недостатки мини-пекарен, а также проанализирована актуальность их создания. Приведено краткое обоснование бизнес-проекта по созданию мини-пекарни в г. Иркутск.

Ключевые слова: мини-пекарня, хлебопекарная промышленность, малое предприятие.

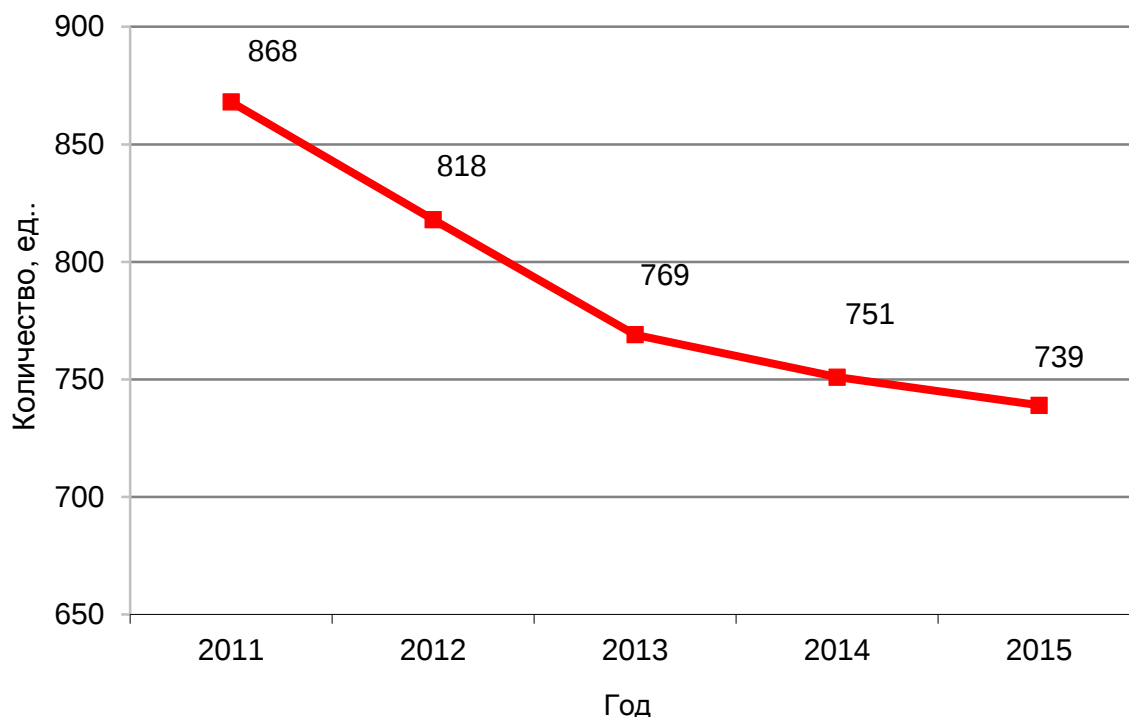
Хлебопекарная промышленность Российской Федерации в структуре отечественной экономики является одной из наиболее важных подотраслей пищевой промышленности, снабжающая население продуктами первой необходимости. Эта подотрасль представлена как новичками – частными пекарнями, так и бывшими государственными хлебозаводами, которые в ходе приватизации были акционированы. В России основной объём производства хлеба сконцентрирован на крупных предприятиях. Здесь вырабатывается более 70 % всех хлебобулочных изделий, на малых предприятиях – до 20 %. За последние пять лет количество крупных и средних предприятий сократилось на 14,9 %, что, прежде всего, связано с их разукрупнением. На рис. приведено количество крупных и средних предприятий хлебопекарной промышленности в России [1].

В связи с нарастающим уровнем конкуренции и кризисными явлениями в экономике производителями были взяты на вооружение новые форматы и варианты ведения бизнеса. Одним из них, по мнению некоторых игроков, является малое производство и предпринимательство в хлебопечении. Образец взят в Европе, где давно развит следующий формат: небольшая булочная с кафе реализует собственную продукцию жителям близлежащего района. Аналогичный формат пекарни развивают и многие региональные производители хлебобулочных изделий [4].

Сегмент свежего хлеба с печи (собственно именно она очень популярна на Западе) в России небольшой, это и есть тот самый сегмент для мини-пекарни. Рассматриваемая ниша довольно свободна и расположена между двумя другими развитыми сегментами на рынке хлеба и хлебобулочных изделий. С одной стороны, массовое производство хлеба крупными производителями, с другой – розничная продажа выпечки (как правило, сладкой) в кафе. Первые мини-пекарни

* Белоева Милана Ромиковна – магистрант, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; milana_mi1993@mail.ru.

по выпечке свежего хлеба, в основном, ориентировались на социальные сорта и, как следствие, проиграли ценовую войну с массовым производством [6].



Количество крупных и средних предприятий в хлебопекарной промышленности Российской Федерации, ед.

Последними тенденциями на рынке хлебопечения, которые объясняют актуальность создания мини-пекарен являются:

- рост спроса на свежевыпеченный горячий хлеб;
- стремление стать «ближе» к покупателю;
- снижение объема производства хлебобулочных изделий на средних и крупных предприятиях;
- активное создание мини-пекарен, так как малые предприятия приспособились к современным требованиям рынка. Они могут вырабатывать более широкий ассортимент продукции, предлагать покупателям свежевыпеченный хлеб, при необходимости быстро перестраивать производство.

Как вывод, на сегодня перспективным для развития собственного бизнеса является формат мини-пекарен, торгующим горячим хлебом разнообразных сортов и нетрадиционной выпечки, приготовленной, в том числе, по национальным рецептам. Дополнительным фактором, позволяющим говорить о перспективности и успешности пекарского бизнеса является способность малого бизнеса уйти от использования «продвинутых» технологий выпекания хлеба, которые подразумевают использование разрыхлителей, эмульгаторов и прочих искусственных добавок и улучшителей. По факту маленькая пекарня может позволить себе тщательно контролировать выпуск готовой выпечки и как следствие обеспечивать

режим «с печи – на стол». В таком случае значительно сокращается время хранения готовой продукции и ее доставки, что собственно во многом обуславливает применение таких приемов крупными производителями. Этот момент, очень привлекателен для потребителей [5].

Рассмотрим плюсы и минусы мини-пекарен.

Плюсы:

- высокая мобильность по производству разных сортов свежей выпечки;
- небольшая пекарня имеет возможность выпекать действительно экологически чистую и, главное, здоровую выпечку, без применения консервантов;
- спрос на хлебобулочную продукцию стабилен, что гарантирует равномерную загрузку мощностей мини-пекарни;
- собственный выбор формата пекарни, возможность разработки собственных рецептур;
- малое производство – прямой контакт работников и директора;
- полный контроль производства, сбыта;
- экономическая гибкость и мобильность производства;
- массовый продукт не способен конкурировать с продукцией мини-пекарен, ориентированной на индивидуальные вкусы и запросы покупателей;
- мини-пекарни могут наладить эффективный производственный процесс в кратчайшие сроки и предложить потребителю другую, порой более вкусную, разнообразную и полезную продукцию.

Минусы:

- необходимость стартового капитала. Даже в маленьких пекарнях не полного цикла необходима закупка целого перечня оборудования для пекарни;
- во время старта медленно наращивается использование мощностей, в то время как обязательства по оплате коммунальных услуг, кредитов, зарплате, налогов возникают с момента создания. Мгновенной прибыли ждать не стоит;
- напряженный режим работы персонала;
- для рынка хлеба и хлебобулочных изделий характерны сезонные колебания объемов производства: спрос падает летом; значительно возрастает в будние дни, а в выходные потребление падает почти в два раза;
- повышенные требования контролирующих органов к качеству помещения, оборудования для выпечки [3].

В результате всего, можно прийти к выводу, что производство хлеба и хлебобулочных изделий в нашей стране в мини пекарнях дело как прибыльное, так и перспективное для малого бизнеса. Эксперты уже сейчас говорят о том, что будущее хлебопекарного рынка будет тесно связано с ростом числа независимых пекарен, а также собственных пекарен розничных сетей. Кроме того, рынок ожидает дальнейшая и более четкая ценовая сегментация. Потребители в крупных городах сохраняют интерес к новым современным продуктам, в то время как жители малых городов по-прежнему будут отдавать предпочтение традиционным продуктам низких или средних ценовых сегментов [2].

Таким образом, мини-пекарня на сегодняшний день имеет достаточно большее количество преимуществ. Люди стали гораздо более разборчивы в покупках, достаточно часто они делают выбор при приобретении хлебобулочных изделий в пользу продукции из мини-пекарен. Плюсы мини-пекарен становятся основой для формирования их главных конкурентных преимуществ. Для организации мини-пекарни необходима небольшая территория, в отличие от крупных производств, что дает ей большую вероятность разместиться в наиболее доступных местах.

Предлагаемый к реализации проект предусматривает открытие мини-пекарни «БулЛавка» в г.Иркутск. Проанализировав рынок хлебобулочных изделий Иркутска, можно сделать вывод об актуальности данной бизнес идеи. Во-первых, это связано с минимальным количеством пекарен подобного формата, во-вторых, присутствующие на рынке заведения снижают свою конкурентоспособность по целому ряду атрибутов (это показало исследование конкурентоспособности и результаты построения конкурентных профилей).

Планируемое к открытию заведение будет позиционировать себя как пекарня, которая наряду с традиционными изделиями предлагает национальную выпечку. Основной покупатель – покупатель среднего ценового сегмента (доход на одного члена семьи составляет от 25 тыс р. в месяц).

Особенности открываемой мини-пекарни:

- удобное месторасположение (на остановочных пунктах общественного транспорта), что позволит клиентам не тратить время на поиски заведения;
- индивидуальный подход к каждому потребителю;
- большая часть продукции будет выпекаться на месте, что позволит клиенту ощутить полный аромат и вкус изделий;
- уникальные рецепты из разных стран.

Ассортимент будет включать в себя 6 различных категорий. Его в дальнейшем планируется пополнять, исходя из желаний потребителей, которые будут дополнительно выявлены в процессе работы.

Штат предприятия будет состоять из высококвалифицированных сотрудников, от работы которых будет зависеть качество выпускаемой продукции и финансовые результаты работы предприятия.

Перед тем как открыть мини-пекарню, важно выбрать качественное оборудование. Его не обязательно покупать поштучно, в продаже есть готовые комплекты. Интервал цен от 2,8 до 5,7 млн. р. В комплект входит следующее оборудование:

- печь (ротационная газовая, электрическая или дизельная);
- расстоечный шкаф;
- тележка стеллажная;
- просеиватель сыпучих продуктов;
- тестомесильная машина;
- подкатная дежа;
- дополнительные (подовый лист, кассета хлебных форм) и вспомогательные – производственный стол со столешницей, настольные, напольные весы, лотковая тележка, хлебный лоток.

Пекарский бизнес считают одним из самых высокорентабельных. Эксперты утверждают, что при любом прогнозе развития рынка его рентабельность не может опуститься ниже 25 %. В среднем окупить вложения можно в течение периода от нескольких месяцев до 1,5–2 лет в зависимости от масштаба производства, его ресурсов.

Список использованной литературы

1. Заводчиков Н.Д. Состояние, тенденции и проблемы развития хлебопекарной промышленности в РФ / Н.Д. Заводчиков // Известия Оренбургского аграрного университета. – 2016. – № 1 (39). – С. 17–22.
2. Матяш И.В. Проблемы анализа рыночной системной эффективности предприятий / И.В. Матяш // Известия АГУ. – 2010. – № 2-1(66). – С. 253–262.
3. Панищенко М.И. Развитие хлебопекарной промышленности в России и ее современное состояние [Электронный ресурс] / М.И. Панищенко // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. – № 6. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/06/11943> (дата обращения 9.02.2017).
4. Российский союз предприятий хлебопекарной промышленности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://roshleb.com/> (дата обращения 11.02.2017).
5. Хлебопекарное производство – 2015: материалы докладов междунар. конф. «Международная промышленная академия» 30 ноябр. – М., 2015. – 122 с.
6. Шапошников И. И. Оценка объема и структуры производства хлебобулочных изделий в Российской Федерации / И.И. Шапошников // Хлебопечение России. – 2015. – № 1. – С. 13–17.