

# БИЗНЕС-ПЛАН МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ МИНИ-ПЕКАРНЯ «СЧАСТЬЕ ЕСТЬ»»



Выполнила:

Студентка группы Д-03- 1БХ

Пустовалова  
Елизавета

Преподаватель:

Травкина  
Ирина Геннадьевна

## Содержание:

- 1.Краткий инвестиционный меморандум
  - 2.Описание бизнеса,продукта или услуги
  - 3.Описание рынка сбыта
    - 3.1.Конкурентные преимущества
    - 3.2.SWOT- анализ мини- пекарни
  - 4.Продажи и маркетинг
  - 5.План производства
  - 6.Организационная структура
  - 7.Финансовый план
  - 8.Факторы риска
-

# 1. КРАТКИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ

Мини-пекарня «Счастье съесть» - это предприятие, изготавливающее хлебобулочные изделия и осуществляющее розничные продажи.

Ассортимент мини-пекарни включает в себя три основных направления: стандартные изделия, эксклюзивный хлеб, а также французские круассаны. Каждое направление состоит из трех наименований продукции. Данная структура позволяет удовлетворить спрос всей целевой аудитории, а также обойтись минимальным количеством производственного оборудования. Структура выручки в ассортиментном разрезе можно представить следующим образом:

Средний чек мини-пекарни – 100 рублей. Пропускная способность в течение дня может составить до 1000 человек, что гарантирует выход на полную производственную мощность в течение 3-х месяцев работы.

Выручка от продажи изделий в день – 56 203 рублей.

Ежемесячная выручка – 1 650 000 рублей.

Чистая прибыль в месяц – 800 000 рублей.

Срок выхода на точку безубыточности составит 3-4 месяца.

Доля каждого вида продукции в общем объеме производства



Мини-пекарня «Счастье съесть» открывается с целью продажи хлебобулочных изделий в розницу. Основной целевой аудиторией пекарни являются жители ближайших домов, заинтересованные в потреблении свежей горячей выпечки, а также люди, которые следят за своим здоровьем и предпочитают качественные и полезные изделия из цельнозерновой муки.

Очевидным преимуществом открытия пекарни является то, что несмотря на общий спад расходов населения на товары и услуги, спрос на хлеб остается стабильным. Кроме того, аналогичная импортная продукция возрастает в цене, а изделия отечественных хлебозаводов не способна конкурировать с нашей продукцией по вкусовым свойствам.



## 2. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА, ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ

Стандартная выпечка			Фирменная выпечка		
Батон нарезной	Хлеб Столичный	Хлеб Ржаной	Хлеб Здоровье	Хлеб без дрожжей	Хлеб без глютена

Ассортимент представлен по трем направлениям выпечки: французская выпечка, фирменный хлеб для тех, кто придерживается здорового питания, русский хлеб. В каждом направлении изготавливается по три вида изделия.

### 3. Описание рынка сбыта

Целевая аудитория

Целевая аудитория проекта разделяется на два сегмента: жители близлежащих домов, которым удобно покупать свежую выпечку в нашей пекарне;

люди, которые придерживаются здорового питания, следят за фигурой и заинтересованы в покупке фирменного хлеба по уникальным рецептам.

Целевая аудитория	Пропорциональное соотношение
Жители соседних домов:	80%
Целевые клиенты:	20%
Итого:	100%

## Конкурентные преимущества

Пекарня конкурирует с аналогичными компаниями по следующим параметрам:

1. Качество продукции: используется качественные ингредиенты и уникальную рецептуру приготовления.
2. Цена изделий: типовые изделия продаются по среднерыночной цене.
3. Ассортимент представлен по трем направлениям выпечки: французская выпечка, фирменный хлеб для тех, кто придерживается здорового питания, исконно-русский хлеб.
4. подача продукта: каждое изделие продается в отдельном бумажном пакете, в котором запечатано послание с приятным пожеланием и описанием продукта. Таким образом, клиент получает не только вкусный хлеб, но и прекрасное настроение.
5. Месторасположение: жилой квартал (дворовый тип пекарни), удобная парковка (возможен подъезд со стороны центральной улицы).
6. Наличие окна в цех, что позволяет потребителю наблюдать за процессом приготовления изделий



<b>Сильные стороны проекта</b>	<b>Уязвимые стороны проекта</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Качество продукции</li><li>2. Ассортимент</li><li>3. Упаковка</li><li>4. Месторасположение</li><li>5. Возможность изменять ассортимент продукции, гибко реагировать на спрос</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Единичная точка, неузнаваемый бренд</li><li>2. Отсутствие оптовой скидки у поставщиков в связи с малыми объемами производства</li><li>3. Отсутствие отработанных каналов поставки</li></ol>
<b>Возможности и перспективы</b>	<b>Угрозы внешней среды</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Заселение района обеспечит увеличение уровня спроса</li><li>2. Размер арендуемого помещения позволяет в перспективе увеличивать объем производства, производить закуп дополнительного оборудования, а также вводить зал для дегустации</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Отсутствие устойчивых отношений с проверяющими органами</li><li>2. Увеличение цен на сырье и первичные продукты</li></ol>



## 4. ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ

В процессе реализации продукции упор будет сделан на качество продукции, регулярный мониторинг рынка, а также обновление ассортимента продукции.

Каждое утро будут устраиваться специальные горячие часы, когда покупатель сможет приобрести вчерашнюю продукцию со скидкой.

Уникальная упаковка, а также качество обслуживания будут возвращать клиентов снова и снова.

Основной упор маркетинговой стратегии делается на создании неповторимой атмосферы, а также на качестве обслуживания клиента.

Торговый зал оформлен в стиле лофт- белые кирпичные стены, деревянное резное оборудование, стеклянные витрины. Игрет фоновая ненавязчивая музыка в стиле «Easy listening».

На стойке рядом с кассой находятся рекламные листы с подробным описанием полезных свойств каждого изделия, а также своей уникальной историей создания.



## 5. План производства

Пекарня является юридически самостоятельным предприятием, форма организации – ИП, система налогообложения- УСН со ставкой 15%(доходы-расходы). На предприятии устанавливается система 1С, в которой ведется весь документооборот. Раз в квартал предприятие обращается к услугам бухгалтера по аутсорсингу для заполнения отчетов по отчислениям в социальные фонды, а также для сдачи бухгалтерской отчетности раз в год.



- Работа по открытию новой пекарни осуществляется по следующему алгоритму:
  - 1. Поиск помещения.
  - Требования к помещению:
    - Площадь- 60кв.м.
  - Месторасположение- жилой квартал.
  - Высота потолков- не менее 2,5м.
  - Наличие основного входа + отдельный выход в подсобные помещения и цех.
  - Принадлежность помещения к нежилому фонду.
  - Наличие вытяжной вентиляционной системы.
  - Наличие исправного водопровода, непрерывной подачи холодной и горячей воды.
  - Строгое деление помещения на производственную и торговую зоны, а также наличие санузла, подсобного помещения, склада для муки и сухих ингредиентов.
- 2. Согласование дизайн-проекта. Проверка на соответствие требованиям пожарной инспекции. Проведение строительных работ.
- 3. Получение разрешения СЭС на выпуск продукции. Сертификация продукции и рецептур в СЭС. Заключение пожарной инспекции и экологического надзора.

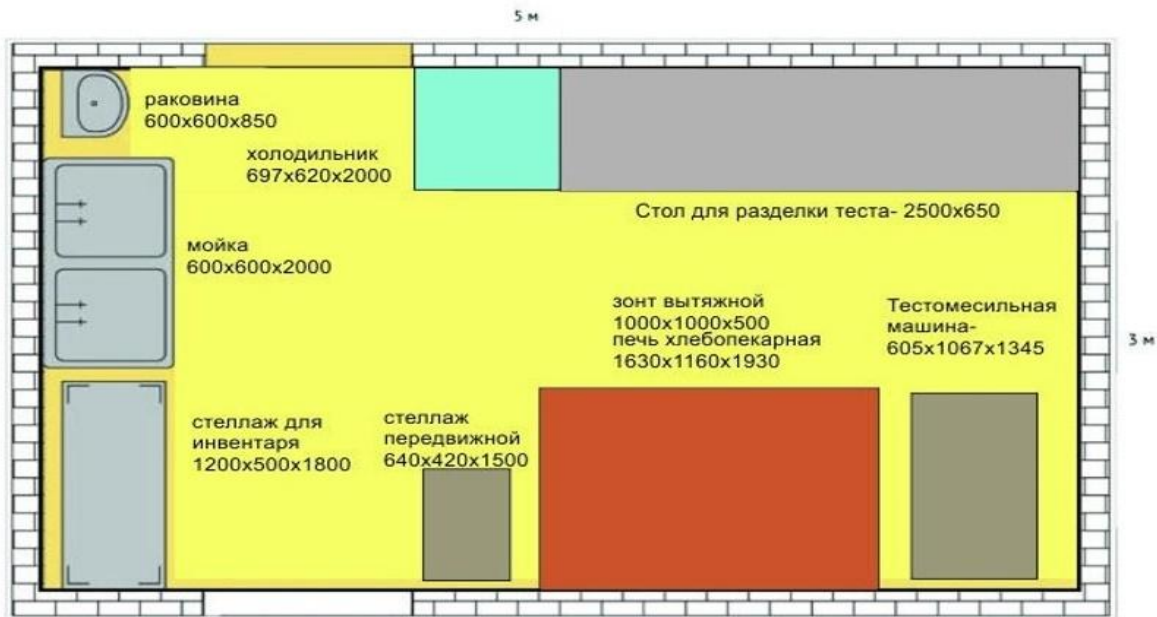
- 4. Закупка оборудования
  - Печь хлебопекарная;
  - Шкаф для расстойки;
  - Тестомесильная машина;
  - Стеллаж для оборудования;
  - Стол для разделки теста;
  - Тестораскатыватель;
  - Тележка для выпечки;
  - Прочее оборудование.
- 5. Закупка сырья.

- 6. Установка программного обеспечения: телефон и Интернет, сигнализация, кассовый аппарат, программы для ведения документооборота.
- 7. Подбор и обучение персонала.
- 8. Начало работы предприятия.
- 9. Проведение первоначальной рекламы.  
Производственная мощность используемой печи позволяет выпускать до 300кг. хлебобулочных изделий в сутки.

Для достижения максимальной производительности необходимо эргономично расставить оборудование внутри производственного цеха. Площадь нашего цеха составляет 15 кв.м.

Наименование продукции	Батон нарезной	Хлеб Столичный	Хлеб Ржаной	Хлеб Здоровье	Хлеб без дрожжей	Хлеб без глютена	Круассан французский	Круассан с сыром	Круассан миндальный	Общее количество изделий
Выход в граммах	700	700	700	500	500	375	100	120	120	
Количество изделий (шт.)	50	72	94	40	40	54	300	250	250	1150

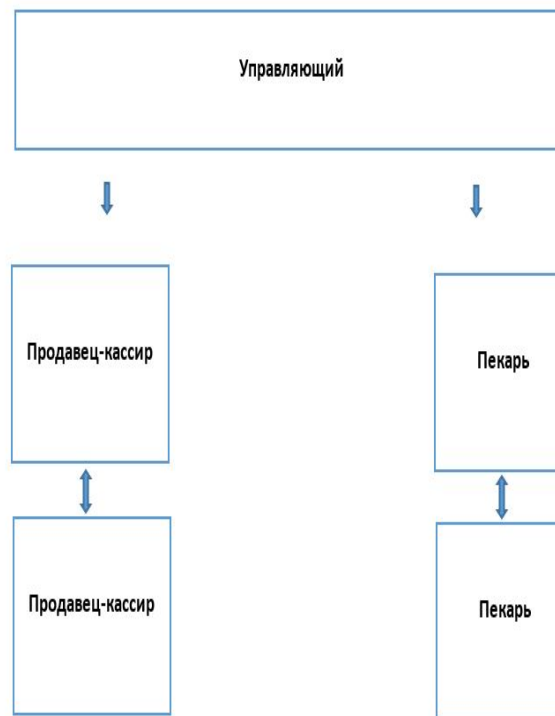
ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ МАКСИМАЛЬНОЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ НЕОБХОДИМО ЭРГОНОМИЧНО РАССТАВИТЬ ОБОРУДОВАНИЕ ВНУТРИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ЦЕХА. ПЛОЩАДЬ НАШЕГО ЦЕХА СОСТАВЛЯЕТ 15 КВ. М.



Продажа товара осуществляется в торговом зале. Доставка товара на этапе запуска проекта не предусмотрена.

## 6. Организационная структура

На этапе запуска пекарни, а также на первоначальном этапе функционирования мы обходимся минимальным количеством персонала.



---

□ Рассмотрим подробнее обязанности каждого сотрудника.

- Управляющий следит за организацией процесса производства и продажи продукции, отвечает за непрерывную работу пекарни и своевременное устранение неполадок. Кроме того, он выполняет функции экспедитора, ведет документооборот, ежедневно принимает кассу, определяет стратегию развития компании. Поскольку обороты пекарни на первоначальном этапе будут сравнительно небольшими, мы предполагаем, что совмещение этих обязанностей возможно в рамках одной должности. Эта должность предполагает 6-дневный рабочий график с 10.00- 19.00 с обеденным перерывом на 1 час.
- Основной обязанностью продавца- кассира является обслуживание клиентов и работа с кассой. Каждый вечер продавец- кассир заполняет специальный журнал, в котором регистрирует наличность, а также ведет учет всех операций, подкрепленные наличием чеков. Кроме того, продавец-кассир принимает готовую продукцию из цеха, выкладывает товар на стеллажи, следит за порядком в торговом зале. Рабочий день продавца-кассира совпадает с часами работы пекарни и длится с 8.00- 20.00. Обеденный перерыв в работе продавца-кассира не предусмотрен, но поскольку поток клиентов не бывает равномерным, у него есть время, чтобы передохнуть. График работы- 2 дня работы чередуются с 2 днями отдыха.
- Рабочий день пекаря начинается в 6.00, а заканчивается в 16.00. Пекарь полностью контролирует цикл производства продукции: от ведения учета сырья в наличии до производства готовых изделий. В его обязанности также входит поддержание чистоты в цеху, своевременное списание испорченных продуктов, а также ведение журналов очистки вытяжки. График работы пекаря- 2 дня работы чередуются с 2 днями отдыха.

ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА КАЖДОГО СОТРУДНИКА СОСТОИТ ИЗ ДВУХ ЧАСТЕЙ: ОКЛАДНАЯ (ФИКСИРОВАННАЯ СУММА) И СДЕЛЬНАЯ (ПРОЦЕНТ ОТ ВЫРУЧКИ).

Финансовая мотивация сотрудников		
Заработная плата	Окладная часть, руб.	Сдельная часть (% от выручки)
Управляющий	8000	8%
Пекарь	7500	5%
Продавец- кассир	7500	5%

В перспективе рассматривается возможность введения дополнительной нефинансовой мотивации ключевого персонала- дополнительное обучение поваров.

Для ведения отчетности мы предполагаем использовать услуги бухгалтера на аутсорсинге.

При увеличении объема производства, а также расширении оказываемых услуг, в компании будут возникать новые вакансии: водитель, уборщица, администратор, шеф-кондитер.



7. Финансовый план  
 Рассчитаем  
 первоначальные  
 инвестиции,  
 необходимые для  
 запуска пекарни. Они  
 составляют 1 205  
 720руб. Рассмотрим  
 подробнее их состав.

Первоначальные инвестиции, руб.		
Всего:		1 205 720
Торговое оборудование		
	Кассовый аппарат	11 000
	Стеклянная витрина	20 000
	Шкафы для ГП	15 000
	Сейф	2 000
Итого		48 000
Производственное оборудование		
	Печь	200 000
	Холодильник	38 000
	Тестомесильная машина	46 000
	Расстоечный шкаф	38 000
	Просеиватель муки	25 000
	Стол для разделки теста	30 000
	Тестораскатыватель	40 000
	Тележка для для выпечки	38 570
	Прочее оборудование	50 000
Итого		505 570
Сертификация		
	Затраты на получение сертификации и разрешений от СЭС	20 000
	Противопожарное оборудование	40 000
	Регистрация уникальной рецептуры	50 000
Итого		110 000

Аренда и ремонт	Аренда за 2 месяца	60 000
Сырье и материалы	Сырье на 1 месяц работы	450 000
ФОТ	Окладная часть работников за 1 месяц	38 000
Коммунальные платежи	Электроэнергия за 1 месяц	15 000
	Отопление	1 500
	Вода за 1 месяц	5 000
Итого		21 500
Расходы на телефон/интернет	Связь/интернет за 1 месяц	650
Прочие расходы	Открытие расчётного счёта	1 000
	Ввод системы учёта документооборота	5 000
	Прочие расходы	4 000
Итого		10 000

## Расходы

Далее рассмотрим структуру расходов пекарни без учета сырья и материалов.

Постоянные расходы, руб.	
Аренда	30 000
Окладная часть оплаты труда	38 000
Амортизация оборудования	9 226
Итого	77 226
Переменные расходы, руб.	
Затраты на упаковку	10 000
Коммунальные платежи	21 500
Сдельная часть заработной платы	112 000
Налоги и налоговые отчисления	12 000
Интернет и телефон	650
Итого	156 150
Всего	233 376

Себестоимость продукции  
 Себестоимость каждого  
 отдельного изделия  
 составляет:



Наименование и продукции	Выход в граммах	Себестоимость изделия, руб. (серье и материалы)	Полная себестоимость изделия	Цена, руб.	Прибыль
Батон нарезной	700	10,3	20,3	35	14,7
Хлеб Столичный	700	13,5	23,5	40	16,5
Хлеб Ржаной	700	12,6	22,6	40	17,4
Хлеб Здоровье	500	25,1	35,1	60	24,9
Хлеб без дрожжей	500	20,3	30,3	70	39,7
Хлеб без глютена	375	35,7	45,7	90	44,3
Круассан французский	100	5	15	30	15
Круассан с сыром	120	7,5	17,5	50	32,5
Круассан миндальный	120	7	17	50	33
Слойка улитка шоколадная	150	6,2	16,2	55	38,8

### Прибыль мини-пекарни

Если предположить, что наша пекарня работает на полную производственную мощность, информация о которой находится в разделе «План производства», то прибыль пекарни в месяц составит 882 294 руб. За вычетом постоянных расходов сумма составит 805 068 руб.

Если предположить, что выйти на данную сумму возможно в течение 3 месяцев, то срок окупаемости проекта составит 3-4 месяца. В случае медленного роста проект окупится в течение полугода.

Наименование продукции	Прибыль за шт.	Количество изделий (шт.) в день	Прибыль в день	Прибыль в месяц
Батон нарезной	14,7	50	735	22 050
Хлеб Столичный	16,5	72	1188	35 640
Хлеб Ржаной	17,4	94	1635,6	49 068
Хлеб Здоровье	24,9	40	996	29 880
Хлеб без дрожжей	39,7	40	1588	47 640
Хлеб без глютена	44,3	54	2392,2	71 766
Круассан французский	15	300	4500	135 000
Круассан с сыром	32,5	250	8125	243 750
Круассан миндальный	33	250	8250	247 500
Итого прибыль			29 409,80	882 294

## **8. Факторы риска**

В условиях нестабильной экономической ситуации одним из серьезнейших факторов риска становится удорожание цен на сырье. Так как именно эта статья расходов является самой значительной, то рост себестоимости продукции может привести к стремительному падению прибыли. Основным методом защиты от данной угрозы- заключение долгосрочных контрактов, а также установление стабильных контактов с поставщиками исходных продуктов.

Фактором риска также можно назвать появление конкурентов в данном районе. Несмотря на то, что наша пекарня имеет индивидуальный стиль и уникальные предложения, появление конкурента может снизить выручку. Это объясняется тем, что хлеб является повседневным продуктом потребления, и среднестатистический человек не придает большого значения его выбору.

Однако, стоит заметить, что у нашей пекарни много возможностей для роста, что позволит преодолеть неблагоприятные условия рынка.