

эксперты



Игорь Хромушкин собственник мини-пекарни, ИП Хромушкин



Тимур Ясаков собственник пекарни, ООО «Хлебопек»

Устойчивая востребованность товара на рынке — одно из основных и неперенных условий вашего бизнеса. Хлеб как раз и является таким товаром, поэтому хлебобулочный бизнес — дело стабильное, хоть и не сулящее сверхдоходов. Однако, что выгоднее для малого предпринимателя — открыть пекарню «с нуля» или купить готовый бизнес?

Создать «с нуля» частную пекарню

Открыть небольшой хлебобулочный цех производительностью 300–400 кг за смену сегодня стоит не меньше 2 млн. руб. Самый дешевый вариант — 1,5 млн. руб., но это, как говорится, «скрипя зубами». Москву вынесем за скобки — там своя ситуация.

Большинство столичных предпринимателей стараются открыть элитные пекарни, где и цены на продукцию существенно отличаются от регионов.

Скажу честно: поднять такой бизнес «с нуля» невероятно сложно — и времени много уходит, и средств, и нервов. В первую очередь, все сразу же упирается в помещение. Я даже не буду касаться вопросов проектирования и строительства собственного цеха — это мало кому из ООО и ИП под силу. Поэтому остается два варианта: использовать свободную площадь магазина, ресторана или столовой (так называемая «пекарня за стеклом»), либо арендовать помещение.

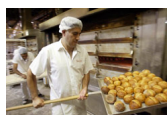
Формат «пекарни за стеклом» относительно молод и очень популярен в Европе. Нам он знаком по мини-пекарням в сетях типа «Ашан». Для индивидуального предпринимателя этот формат — решение всех проблем. Во-первых, такой пекарне легче подстраиваться под вкусы потребителя и менять ассортимент. Во-вторых, выпечка с демонстрацией процесса и сопутствующий ей аромат — факторы, повышающие вероятность незапланированной покупки. Но это все в теории... А на практике выяснилось, что выпекать хлеб прямо в торговом помещении практически невозможно. Чаще всего, хозяева против, а если «за» — брать в аренду торговые площади под производство очень невыгодно. В общем, я бы рекомендовал всем начинающим шишки не набивать, а сразу искать другое помещение под аренду. Идеальный вариант — 60–120 кв. м в спальных районах с плохой инфраструктурой подальше от хлебозаводов, но зато с удобной транспортной развязкой.

Желающие попробовать себя в этом бизнесе уже наверняка знают, что не смогут работать без разрешительных документов: «Санитарно-эпидемиологического заключения на производство» (чтобы печь), «Санитарно-эпидемиологического заключение на продукцию» (чтобы продавать), сертификата соответствия Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии и разрешения пожарной и экологической инспекций. Никто и никогда не выдаст вам разрешения, если помещение не будет соответствовать требованиям СЭС. Требования эти очень жесткие: например, нельзя открывать пекарню в помещениях, располагающихся ближе 50 м от жилья, в подвальных и полуподвальных помещениях. Кроме этого, есть требования, касающиеся температуры воздуха, влажности, вентиляции, гигиены и так далее. Для предпринимателя это означает, прежде всего, еще одну статью в расходах — ремонт. Теперь об оборудовании. Минимальный набор для работы: тестоделитель, тестомеситель, расстоечный шкаф, печь. Естественно, на все это «богатство» денег

мало у кого хватает. Поэтому из оборудования можно приобрести, прежде всего, небольшую тестомесильную машину и печь. Конечно же, лучшее на рынке зарубежное оборудование таких известных марок, как Miwe, Winkler, Werner Pfleiderer (Германия). На мой взгляд, немцы делают идеальное оборудование для пекарен, но стоит оно запредельно. Поэтому мы выбрали саратовского производителя. Машины брали б/у, уложились в 600 тыс. руб. Вначале даже на приличный тестомес средств не было, поэтому первое время пекли хлеб, в котором качество замеса было делом десятым. Расстоечного шкафа тоже сначала не было, и тесто у нас по-старинке «отдыхало». Зато печь купили хорошую.

На мой взгляд, лучше использовать ротационные печи — это оптимальное сочетание производительности и затрат. Большинство производителей предлагают ротационные печи со встроенным парогенератором, который обеспечивает подачу пара в пекарную камеру во время выпечки. Благодаря этому у хлеба появляется «румяная» корочка. Столы, мойки, стеллажи в копейку не встанут, на любой базе их реально приобрести за 10-15 тыс. руб. И все. Можно работать.

Здесь, собственно, и начинается самое интересное. Бизнес мы создали с нуля, булки напекли, а каналов сбыта у нас нет. Что делать? Идти в магазины договариваться о сотрудничестве? Но в магазинах пошаговой доступности покупатели - страшные консерваторы. Я с уверенностью могу сказать, что около дома нижегородцы десятилетиями покупают сормов-ский хлеб. И ничего ты с этим не поделаешь. Есть другой вариант — договориться с оптовиками, которые закупают хлеб и сами развозят по торговым точкам. Этот вариант более удобен, так как предприниматель перекладывает логистику на посредника. Помимо этого, можно при самой пекарне открыть «горячее» окно. Как показывает практика, люди любят покупать хлеб с пылу-с жару. Кстати, в последнее время в качестве перспективного канала сбыта хлебной продукции выступают кейтеринговые компании. Крупные фирмы стремятся обеспечить своих сотрудников качественным питанием, и здесь у небольших пекарен почти нет конкурентов.



Купить действующую пекарню

На мой взгляд, покупка уже работающей пекарни — лучший вариант открытия собственного дела. Когда я только задумывался о своей пекарне, рассматривал и варианты создания бизнеса «с нуля». Но я был абсолютно не компетентен в хлебобулочной отрасли. К тому же, покупал пекарню не в Нижегородской области, а соседнем регионе, где у меня не было ни знакомых, ни деловых связей. Бизнес, которым до этого я занимался 5 лет, находился в Нижнем Новгороде и имел совершенно иной профиль. Поэтому в первое время после покупки мне очень помог коллектив работников

и управленцев купленного мною цеха.

Искал готовый бизнес я долго. Наконец, нашел пекарню за 12 млн. руб. с производственной базой и небольшим офисным помещением – все вместе о площадью 500 кв. м. Подкупило то, что оснащена она была хоть и бывшим в употреблении, но импортным оборудованием. Оно позволяло изготавливать 10-12 000 тыс. изделий за смену, то есть теоретически давало возможность делать продукцию пекарни доступной широкому кругу потребителей. А значит, иметь хорошую прибыль.

На производстве работало 20 человек, в том числе управляющий персонал.

Ребята-профессионалы за 5 лет существования пекарни нашли надежных поставщиков, сколотили клиентскую базу. Но были и неприятные моменты. Пекарня оказалась семейным бизнесом, и в ходе сделки выяснилось, что декларируемый владельцами доход был занижен. Поскольку ведущие посты занимали родственники, их заработная плата значительно превышала среднерыночный уровень. Кроме этого, передо мной в какой-то момент встал щекотливый и сложный вопрос — как отдать деньги и вступить в право владения новым бизнесом. Хотелось, чтобы между двумя этими актами не было слишком большой временной дистанции. Но процедуры сильно затянулись все по той же причине — я покупал бизнес у семьи.

Недавно я посетил профильный семинар. Докладчик рассказывал, что около 70% сделок по отчуждению хлебобулочного бизнеса приходится на долю непрофессиональных инвесторов. Поэтому я очень советую предпринимателям, решившим приобрести пекарню, особое внимание обращать на следующие моменты. Очень важно разобраться в сроке договора аренды. Желательно, чтобы он составлял не менее трех лет. Как правило, чем дольше предприятие работает на данном месте, тем меньше вероятность рисков, связанных с поведением арендодателя.

Обратите внимание и на местоположение производства, особенно, если покупаете бизнес в незнакомом городе. Для работы лучше всего подходит пригород, скажем, районного центра с хорошей транспортной развязкой. В этом случае предприниматель сможет экономить на аренде и без труда доставлять продукцию в город.

Перед покупкой проверяйте с лупой всю документацию: соответствие ремонта в помещении санитарным нормам и требованиям законодательства. Я не проверил, и пришлось вложить еще около 500 тыс. руб. в ремонт. Убедитесь в наличии работоспособного оборудования и всей разрешительной документации к нему. Если, не дай Бог, что не так, где будете брать запчасти и комплектующие к действующему оборудованию? Неизвестно, где, кто и когда его покупал! Придется тратиться на новые мощности, а это снова — незапланированные расходы.

Обязательно «пробейте» наличие отлаженных каналов поставки сырья и сбыта продукции. Они должны быть подтверждены договорами. И, конечно же, все внимание — экономическим показателям. Если пекарня производительностью 12 тыс. изделий в сутки не имеет 1 млн. руб. ежемесячного оборота, ни в коем случае не покупайте этот бизнес. Вы предприниматель, а не кризис-менеджер.

Для справки:

1. Россияне любят хлеб так же сильно, как поляки (потребляют до 120 кг

хлебобулочных изделий на одного жителя в год), американцы (до 113 кг) и японцы (110 кг). При этом мы значительно опережаем в потреблении хлеба Францию (81 кг), Германию (79 кг) и Великобританию (53 кг).

2. Хлеб в России — «всеу голова» или, другими словами, стратегически важный продукт.

3. Рынок производителей хлебобулочных изделий на 40% принадлежит малым предпринимателям. Сегодня в стране работает примерно 20 тыс. пекарен малой мощности, которые производят свыше 2,5 млн. тонн хлебобулочных изделий в год.

Источник: www.product.ru

Плюсы готовой пекарни:

1. Наличие постоянных и проверенных поставщиков сырья.
2. Отлаженные каналы сбыта.
3. Сформированная команда профессионалов.
4. Возможность получать прибыль сразу после покупки.

Минусы готовой пекарни:

1. Декларируемые показатели бизнеса в реальности могут оказаться иными.
2. Частое отсутствие документации или ее несоответствие настоящему состоянию помещения, оборудования и т.д.
3. Пекарни, чаще всего, - семейное дело. Поэтому при сделке могут возникнуть риски с отчуждением бизнеса, который находится в долевой собственности у родственников.
4. Возможны конфликты нового владельца с уже существующей командой работников.

Плюсы создания пекарни «с нуля»:

1. Индивидуальность. Вы создаете бизнес под себя, а значит вам будет легче управлять им.
2. Экономия. Купить хлебобулочный цех стоит дороже.

Минусы создания пекарни «с нуля»:

1. Старт-уп занимает продолжительное время.
2. Отсутствие налаженных связей с поставщиками сырья.
3. Отсутствие каналов сбыта.

Паспорт бизнеса

- География: город с населением 1 млн. человек, субъект РФ в средней полосе России.
- Производительность: 300–400 кг/смена.
- Кол-во сотрудников: 3.
- Помещение: 120 кв. м.

- Стоимость аренды: 300 руб./кв. м.
- Ремонт помещения: 130 тыс. руб.
- Пакет документации: 10 тыс. руб.
- Оборудование: 600 тыс. руб.
- Фонд зарплаты: 160 тыс. руб.
- Сырье (первый месяц): 40 тыс. руб.
- Стартовые инвестиции: 1,5 млн. руб.
- Чистая прибыль: 450 тыс. руб. в месяц.
- Рентабельность производства: 30%
- Срок окупаемости: 2,5–3 года.