ГБОУ ПОО «Магнитогорский технологический колледж им. В.П. Омельченко»

Разработка бизнес-плана по открытию веганской пекарни

Автор: Рябенко Анна, группа ПКД-19

Научный руководитель: Безверхая В.В.

Актуальность

- Актуальность выбранного заключается в том, что в России не развита хлебопекарная и кондитерская промышленность для людей придерживающихся той или иной диеты. Данный проект рассчитан на людей ведущих веганский или вегетарианский образ жизни, с непереносимостью лактозы, глютена и т.д.

Цель:

- **разработка бизнес-плана по открытию веганской пекарни**.

Задачи:

1) Изучить историю развития пекарен
2) Разработать бизнес-план по открытию веганской пекарни
3) Рассчитать все экономические показатели
4) Сделать выводы по данному проекту
5) Привлечь внимание к данной теме

Объект исследования – спрос веганской продукции в России.

Предмет исследования – разработка бизнес плана веганской пекарни.

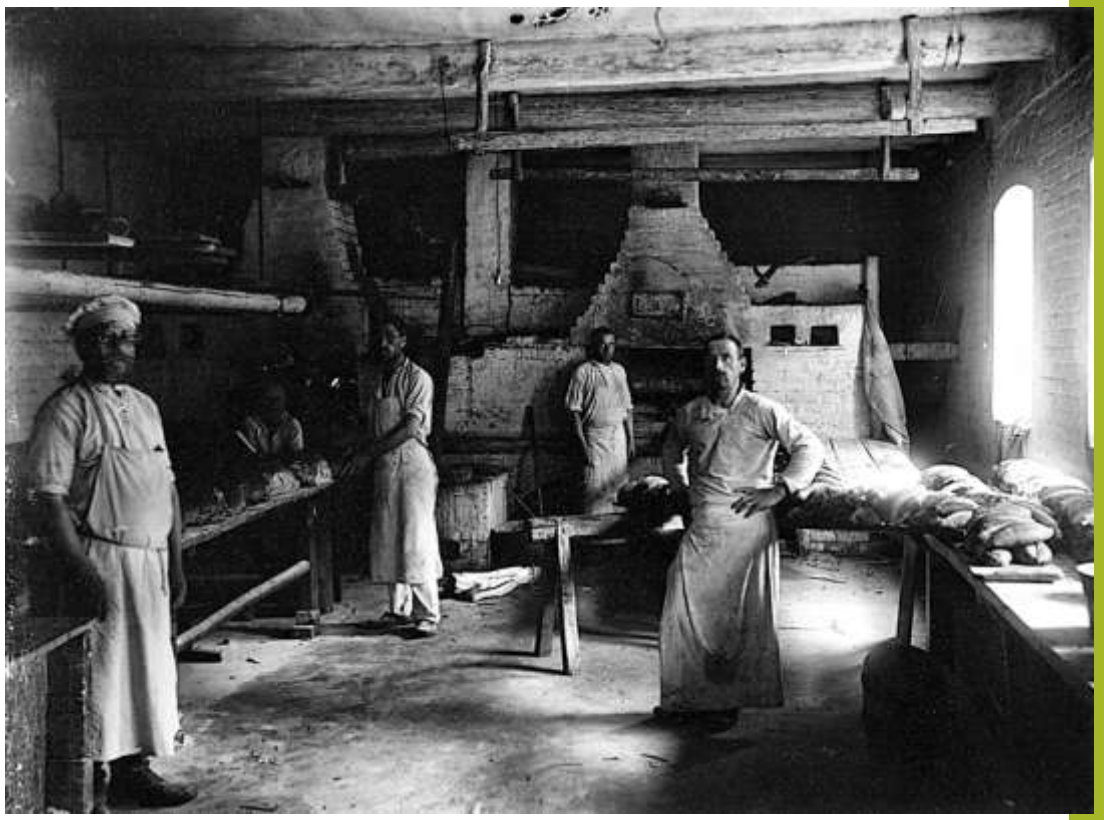
Гипотеза исследования – если использовать исторический опыт развития предпринимательства, то разработка бизнес плана будет способствовать быстрому и успешному осуществлению проекта

История развития пекарен

- Во II веке до н.э. в Древнем Риме появились первые общественные пекарни. Производительность таких «предприятий» не отличалась большими показателями. Это было связано с тем, что у пекаря, конечно, не было самого необходимого оборудования для выпечки хлеба, и все операции он делал вручную. Перемалывание зерна, замес теста, выпекание — тяжелый труд.
- В России X–XI вв. началось производство ржаного «кислого» хлеба из забродившего теста. Секреты приготовления заквасок или квасов держались в тайне и передавались по наследству. Из пшеничной муки выпекали монастырские просфоры, калачи, пироги с начинками, пряники, ковриги.

История развития пекарен

- В нашей стране хлебопечение получило развитие в период с XVI по XVIII век. В Измайлове появился «Хлебный дворец» — самое крупное хлебопекарное производство того времени. Пекарня производила несколько сортов хлеба, предназначенных для царского двора. Для этого было задействовано сразу семьдесят пекарей.
- Обеспечивали хлебом обычных людей хлебные избы, которые представляли собой полуподвальные помещения с большой печкой
- Хлебопекарная промышленность в современном понимании появилась в нашей стране в 20 веке. Российские мини-пекарни, не говоря уже про крупные хлебозаводы, обеспечивают целые регионы вкусными и свежими хлебобулочными изделиями.



История развития веганских пекарен

- Веганская индустрия получила большое развитие только с 2018 года, именно с тех лет производство веганских продуктов приняло масштабный оборот событий. Но в России веганская культура не так развита, как хотелось бы, поэтому данный проект станет инновационным, некоторые рестораны предлагаю вегетарианскую продукцию, но полностью вегаских заведений нет. Пекарня первым открытым и доступным заведением для всех жителей города.

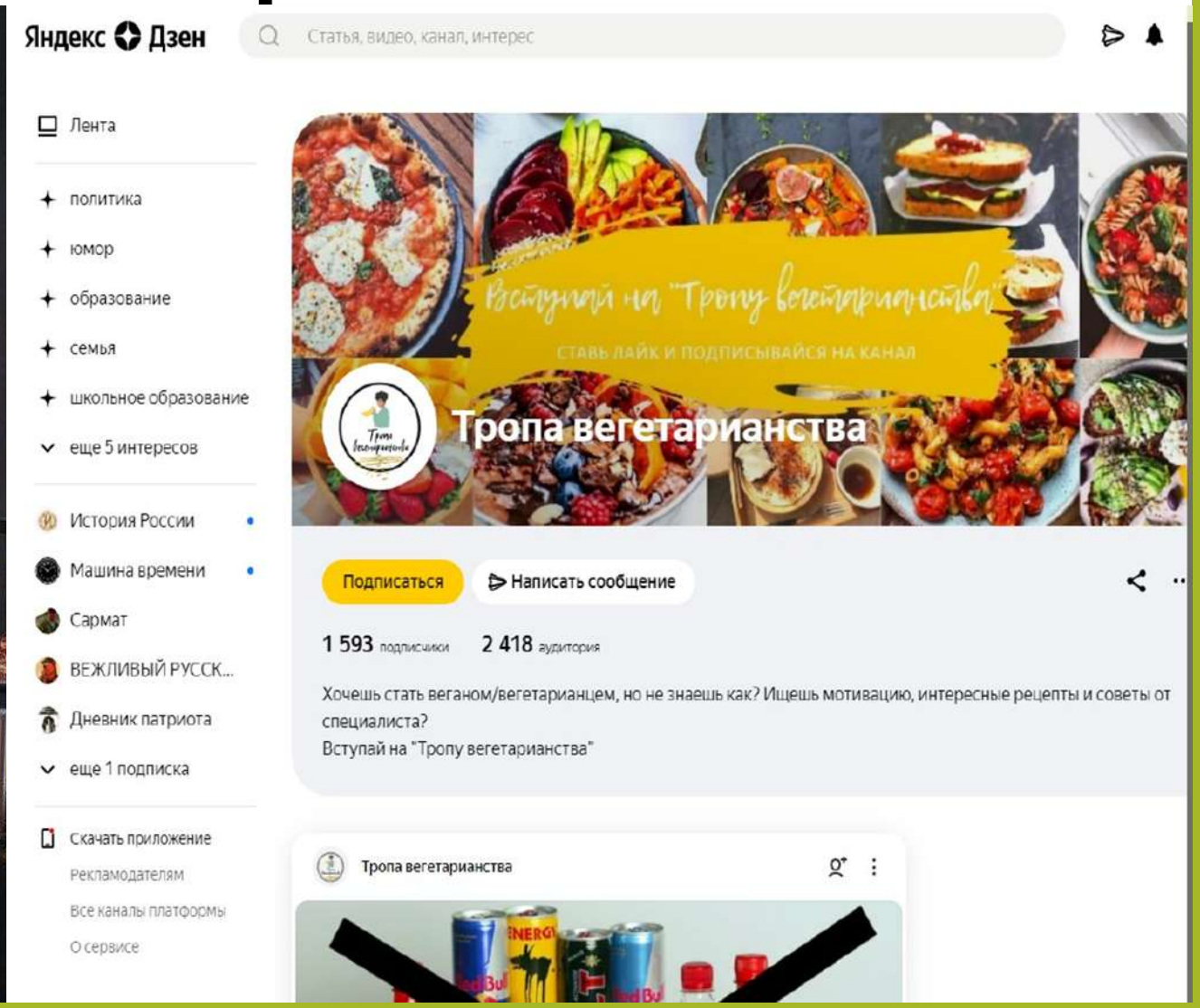
Разработка бизнес-плана по открытию веганской пекарни

- В качестве практики был разработан бизнес-план по открытию веганской пекарни.
- Пекарню могут посещать как семьи, так и деловые люди, придерживающихся правильного питания. С точки зрения семейной пары на веганском питании – поход в пекарню не сможет сказаться на их материальном положении, меню пекарни очень сбалансировано и имеет множество выгодных полуфабрикатов, для детей предусмотрены полезные сладости.

Примеры внутреннего дизайна пекарни

Примеры внутреннего дизайна пекарни

Примеры внутреннего дизайна пекарни



Преимущества и недостатки пекарни

Преимущества	Недостатки
1. Низкий уровень конкуренции 2. Менее требовательные посетители, так как большей части населения не с чем сравнить удобства и комфорт. 3. Быстрое распространение информации по городу о пекарне. 4. Большое разнообразие кухонь. 5. Предоставление полезной еды. 6. Пекарня рассчитан на гостей любой возрастной категории и уровней доходности. 7. Удобное расположение для посетителей в тихом районе города, отдельное от остальных заведений с доступными парковочными местами и отдельных входом.	1. Излишне большое меню 2. Рост цен на блюда 3. Организация новая на рынке 4. Конкуренты выдвигают спец. предложения

Конкурентоспособность

К конкурентам компании относятся:

- прямых конкурентов нет;
- косвенные конкуренты в лице различных пекарен другого направления;
- соседние конкуренты : кафе-отель «Гранат»; соседние фуд-корты;
- конкуренты-заменители. К ним можно отнести любые заведения, предоставляющие услуги по проведению и организации досуга жителей города: кинотеатры, парки, бассейны и прочие, поскольку у человека возникает выбор, где провести время.

Меры борьбы с конкурентами.

- Самым большим конкурентом для пекарни являются заведения-пекарни «Хлебница», «Сдобноф». Т.к. большая часть людей не тратит много времени на прием пищи, а хотят как можно быстрее перекусить и продолжить заниматься своими делами, но многие забывают о полезном и правильном питании, а наша пекарня предоставляем уютную и приятную атмосферу.

Меню

Наименование блюд	Выход блюда(в граммах)	Цена блюда, руб.
Овсяное печенье	5000	160
Миндальное печенье	5000	200
Пеппаркакор (шведское печенье)	5000	150
Шоколадные пряники	3000	350
Брауни	5000	200
Синабон	6000	400
Слойки с джемом	1000	250
Морковный кекс	2500	600
Банановый хлеб	2500	170
Веганский чизкейк	800	500

Чай черный	150	70
Чай зеленый	150	70
Чай на травах	150	90
Латте	150	140
Капучино	150	130
Раф	200	150
Американо	150	130
Глинтвейн	200	130
Сбитень	200	130

Затраты на производство и реализацию услуг

№	Элементы сметы затрат	Условные обозначения	Сумма, руб.
1	Материальные затраты	(См)	9.988.300
2	Затраты на оплату труда	(ФОТ)	2001000
3	Отчисления на социальное страхование и обеспечение	($О_{внебюд}$)	400200
4	Амортизационные отчисления основных фондов	($А_г$)	73020
5	Прочие затраты	($З_{пр}$)	998.830
Итого полная себестоимость:		($С_б$)	13.461.350

Расчеты

- Прибыль от реализации услуг (П) определяется по формуле:
- П = $О_{год}$ – $С_б$, где
- $О_{год}$ - годовой объем реализации блюд, руб.
- $С_б$ - полная себестоимость, руб.
- П = 19.976.600 - 13.461.350 = 6.515.250

Чистая прибыль (ЧП) определяется по формуле:
ЧП = П – НАЛОГ,
Где сумму определяем следующим образом:
ЧП = 6.515.250 – 977288 =6.490.089 руб.

Расчеты

- Рентабельность продаж $Р_{продаж}$=П/$О_{год}$·* 100%, где
- П – прибыль от реализации услуг, руб.
- $О_{год=}$ годовой объем реализации блюд, руб
- $Р_{продаж}$= 6.515.250 ÷ 19.976.600 *· 100% = 32,61%

- Рентабельность продукции (Р) рассчитывается по формуле:
- Р = П ÷ Сб * 100 %, где
- П – прибыль от реализации услуг, руб.
- Сб - полная себестоимость услуг, руб.
- Р = 6.515.250 ÷ 13.461.350 * 100 % = 48,39 %

Срок окупаемости пекарни

Ок= капитал/ чистая прибыль

Ок= 13.461.350 / 6.490.089 = 2,07года

Экономические показатели бизнес-плана

- Общая стоимость проекта - 1897840 рублей
- Период реализации - 2021-2023 гг.
- Годовой объем производства –19.974.600 рублей
- Прибыль- 6515250рублей;
- Рентабельность продукции –48,39 %
- Рентабельность продаж – 32, 61%
- Срок окупаемости – 2 год3
- Новые рабочие места – 8 человек

Заключение

Разработка бизнес-плана выполнена с точными расчетами и составлением полноценного меню пекарни. В год пекарня будет приносить 6,5 миллионов чистой прибыли и полностью сможет окупить себя за 3 года. При дальнейшем развитии собственного бренда, пекарня превратится уже в сеть пекарен. Данный проект является достаточно прибыльным и социально значимым, т.к. пропагандирует здоровый и правильный образ питания.

Спасибо за внимание!

Автор:
Рябенко Анна Вадимовна группа ПКД-19
Научный руководитель: Безверхая В.В.