

# 2017

## Бизнес-план производства и доставки здорового питания



## Оглавление

1. Резюме бизнес-плана производства здорового питания .....	3
1.1. Сущность и цели проекта .....	3
1.2. Эффективность реализации проекта .....	3
1.3. Источник финансирования .....	4
2. Инициатор проекта .....	4
3. Обзор рынка и концепция маркетинга .....	4
3.1. Определение основной идеи и целей проекта .....	4
3.2. Обзор рынка .....	5
3.3. Маркетинг .....	8
3.3.1. План продаж .....	8
3.3.2. Маркетинговый план .....	9
4. Материальные ресурсы .....	11
4.1. Инвестиционные расходы .....	11
4.2. Прямые расходы периода эксплуатации .....	11
4.3. Косвенные расходы периода производства .....	11
5. Организация .....	12
5.1. Организационная структура .....	12
5.2. Штатное расписание .....	12
5.3. Календарное осуществление проекта .....	12
6. Финансовый анализ .....	12
6.1. Принятые допущения .....	12
6.2. Бюджет движения денежных средств .....	12
6.3. Прогнозный баланс .....	13
6.4. Бюджет доходов и расходов .....	13
7. Эффективность проекта .....	13
7.1. Финансовые показатели .....	13
7.2. Показатели эффективности .....	13
7.3. Анализ безубыточности .....	14
Приложение 1. Требования СЭС .....	14
Приложение 2. Процедура открытия предприятий общественного питания .....	14

На нашем сайте размещены другие [примеры разработанных нами бизнес-планов](#). Вы также можете ознакомиться с [отзывами наших заказчиков](#), описанием [процедуры заказа бизнес-планов и ТЭО](#). Узнайте как оптимизировать расходы на эту работу посмотрев видеопост ["Стоимость разработки бизнес-плана"](#) на нашем канале Youtube.

 Если вы [заполните этот вопросник для подготовки коммерческого предложения](#), мы пришлём вам КП, учитывающее возможности такой оптимизации.

## 1. Резюме бизнес-плана производства здорового питания

### 1.1. Сущность и цели проекта

В бизнес-плане представлен проект создания компании по производству здорового питания и его доставки потребителям.

Основными потребителями здорового питания будут

- спортсмены,
- люди, желающие контролировать вес,
- приверженцы здорового образа жизни.

Инициатор проекта планирует завоевать долю на рынке производства и доставки здорового питания за счёт .....

Вместе с тем здоровое питание компании будет отличаться тщательным расчётом соотношения белков, жиров, углеводов, аккуратностью в исполнении заказов.

Инициатор рассчитывает обойтись минимальной суммой инвестиций, поэтому развитие компании производства и доставки здорового питания планируется с минимального масштаба, за счёт минимальных инвестиций инвестора, а в дальнейшем - собственной прибыли. В случае успеха предприятия может быть рассмотрен вариант привлечения дополнительных сторонних инвестиций для выхода на новый уровень бизнеса.

Общая сумма инвестиций составляет \*,\* млн. руб.

Обзор рынка производства и доставки здорового питания (см. п. \*.\*.) приводит к выводу о том, что данное направление растёт и развивается. На растущем рынке можно закрепиться, если выдерживать конкуренцию по цене, не портить репутацию и эффективно использовать рекламный бюджет.

Планируется начать работу минимальным составом персонала, обеспечив бизнесу бухгалтерскую и юридическую поддержку на аутсорсинге.

В результате проведения запланированных мероприятий компания по производству здорового питания и его доставки потребителям достигнет показателей, представленных в следующем разделе.

### 1.2. Эффективность реализации проекта здорового питания

**Таблица 1. Показатели результативности и эффективности на период планирования**

Показатель	Значение
Реализация, тыс. руб. без НДС	** ***
Валовая прибыль, тыс. руб. без НДС	** ***
Чистая прибыль, тыс. руб. без НДС	* ***
Период окупаемости - РВ, мес.	**
Индекс прибыльности - РІ	* ** ,

Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	**,**
Чистый приведенный доход – NPV, тыс. руб.	* **

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что предлагаемое вложение средств является эффективным. Об этом свидетельствуют:

- достижение окупаемости за \*\* месяцев;
- положительное значение Чистого приведенного дохода к концу периода расчёта;
- значение Индекса прибыльности больше \*;
- значение показателя Внутренняя норма рентабельности существенно превышает процентную ставку по долгосрочным кредитам.

### 1.3. Источник финансирования

Источником финансирования проекта по производству здорового питания и его доставки потребителям являются средства инвестора в размере \*,\* млн. руб.

## 2. Инициатор проекта

Частное лицо.

## 3. Обзор рынка и концепция маркетинга

### 3.1. Определение основной идеи и целей проекта

В бизнес-плане представлен проект создания компании по производству здорового питания и его доставки потребителям.

Основными потребителями здорового питания компании будут

- спортсмены,
- люди, желающие контролировать вес,
- приверженцы здорового образа жизни.

Инициатор проекта по производству здорового питания и его доставки потребителям планирует завоевать долю на рынке за счёт .....

Вместе с тем продукт компании будет отличаться тщательным расчётом соотношения белков, жиров, углеводов, аккуратностью в исполнении заказов.

Инициатор рассчитывает обойтись минимальной суммой инвестиций, поэтому развитие компании планируется с минимального масштаба, за счёт минимальных инвестиций инвестора, а в дальнейшем - собственной прибыли. В случае успеха предприятия может быть рассмотрен вариант привлечения дополнительных сторонних инвестиций для выхода на новый уровень бизнеса.

Обзор рынка здорового питания (см. п. \*.\*.) приводит к выводу о том, что данное направление растёт и развивается. На растущем рынке можно

закрепиться, если выдерживать конкуренцию по цене, не портить репутацию и эффективно использовать рекламный бюджет.

Инициатор проекта по производству здорового питания и его доставки потребителям планирует достичь объёма продаж более \*\*, \* млн. руб. за период планирования. Для достижения этой цели на инвестиционном этапе планируется

- .....

Планируется начать работу минимальным составом персонала, обеспечив бизнесу бухгалтерскую и юридическую поддержку на аутсорсинге.

### 3.2. Обзор рынка

На текущий момент доставка питания является самым быстрорастущим сегментом ресторанного бизнеса<sup>1</sup>. Согласно статистике действующего сервиса ....., а также данным аналитического агентства .....

- \*\*\* тыс. заказов с доставкой на дом ежедневно оформляют россияне;
- \*\*, % россиян хотя бы один раз пользовались услугой доставки еды на дом;
- \*\*% россиян заказывают еду на дом через интернет;
- \$\*, \* млрд – объём российского рынка доставки готовой еды.

Заниматься спортом, правильно питаться и следить за своей фигурой, значит быть в тренде. Все, что связано с темой здорового образа жизни, считается сегодня перспективным направлением для создания бизнеса<sup>2</sup>. Доставка правильного питания – относительно новый, но быстро развивающийся вид услуги.

Сфера доставки здорового питания находится в нашей стране в зачаточном состоянии. Заказать полезную еду с доставкой можно лишь в некоторых городах, хотя спрос потребителей на такую услугу существует уже давно.

Этот продукт затрагивает сразу \* основные проблемы потребителя:

- Здоровье: программы детоксикации организма целесообразны жителям мегаполисов для восстановления и поддержания жизненных ресурсов, высокой работоспособности, повышения иммунитета и улучшения общего самочувствия;
- Красота: проблема похудения крайне актуальна в современном мире, существует много методик, диет, способов и средств для потери избыточного веса, многие экстремальные и опасные для здоровья.

Для потребителя этого продукта важно:

1. ....

Продукты должны быть свежайшими, не содержать вредных веществ и ГМО. Все ингредиенты для блюда подвергаются тщательному отбору.

---

1 \*\*\*\*\*.//\*\*\*.\*\*\*\*\*.\*/\*\*\*\*\*/31-\*\*\*\*.\*\*\*\*\*

2 \*\*\*\*\*.//\*\*\*\*\*.\*/\*\*\*\*\*/\*\*\*\*\*/\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*/

Над созданием нового блюда трудится диетолог и повар, прежде чем попасть к покупателю, блюдо проходит множество проверок, в том числе и дегустацию конечным потребителем.

Проект будет успешным только в мегаполисах, например, в столице или Санкт-Петербурге<sup>3</sup>. В таких городах много деловых людей, которые в силу своей занятости не могут регулярно готовить себе вкусную и полезную пищу. При этом занятые люди понимают, что «быстрая еда» кафетериев и прочих подобных заведений вредит здоровью. Выход один – обратиться в организацию, которая оперативно приготовит и доставит полезные продукты. Плюс не стоит забывать, что миллионы женщин сидят на диете и постоянно пытаются похудеть, а со здоровым питанием это происходит плавно и само собой.

Первое, о чем следует позаботиться при открытии этого бизнеса, это поиск подходящего помещения, где будет готовиться пища<sup>4</sup>. Необходимо учитывать, что оно должно соответствовать всем санитарным требованиям - см. Приложение 1.

Процедура открытия предприятий общественного питания - см. Приложение 2.

Для полноценной кухни необходимо найти минимум \*\* кв. метров производственной площади<sup>5</sup>. На них разместится кухня, склад готовой продукции, санитарные помещения. Аренда таких площадей будет стоить \*\* тыс. в месяц, к этому нужно прибавить \*\* \*\*\* руб. на коммунальные платежи и охрану.

Позаботьтесь о хорошей вентиляции помещения<sup>6</sup>. Сырость недопустима, иначе вы будете нести серьёзные убытки в связи с порчей продукции.

После того, как вопрос с помещением будет решен, можно переходить ко второй части этого производства, а именно, закупке оборудования, которое понадобится для работы.

Затем предстоит покупка необходимого инвентаря, посуды и разделочных столов. Также нужно будет наладить поставки продукции с поставщиками, так как использоваться должны самые свежие продукты.

Полный цикл производства потребует оборудования на сумму в \*\*\* \*\*\* рублей. Придется купить:

1. ....

Понадобится несколько больших кастрюль, множество сковородок, половников, миксеры и много другое. Полный набор оборудования во многом будет зависеть от ассортимента приготавливаемых блюд. Необходимо учитывать, что предстоит хранить большое число продуктов и готовые блюда, поэтому необходим холодильник.

---

3 \*\*\*\*.//\*\*\*\*.\*\*\* /\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*/983-\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\* \*\*\*\*

4 \*\*\*\*.//\*\*\*\*\*. \*\* /\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\* \*\*\*\*

5 \*\*\*\*.//\*\*\*\*\*. \*\* /\*\*\*\*\* /\*\*\*\*\*\_\*\*\*\* \*\*\*\*

6 \*\*\*\*.//\*\*\*\*.\*\*\*\*\*. \*\* /\*\*\*\* /\*\*\*\*/\*\*\*\*.\*\*\*

Необходимо выбрать способ доставки продукции. Для бюджетного варианта вполне реальным является решение принятия на работу курьера с собственным автомобилем.

Предстоит организовать рабочее место диспетчера, приобрести компьютер с доступом к интернету, телефон.

Особое внимание следует уделить упаковке продуктов. Сейчас существует огромное разнообразие одноразовой пластиковой тары и пакетов. Самым лучшим вариантом для доставки пищи будут одноразовые пластиковые коробочки разного объёма. Для горячих блюд используется полипропилен<sup>7</sup>, температура его распада при нагревании выше других пластмасс, а значит, он безопасен для здоровья при подогреве готовых блюд в микроволновой печи.

Есть \* варианта закрытия контейнеров: кто-то завальцовывает, запечатывает пленкой, другие используют пластиковые контейнеры с крышками.

В чем плюс запайки по сравнению с использованием контейнера с крышкой?

\*. Первоначально большие вложения на оборудование быстро окупаются при стабильном количестве заказов, поскольку стоимость контейнера под запайку ниже, чем контейнера с крышкой;

\*. \*\*\*% герметичность и, как следствие, более длительное хранение готовых блюд.

Упаковка с запайкой пленки выглядит непривлекательно. Для придания аппетитного вида можно надеть на нее слой из картона с этикеткой. В среднем, это увеличит итоговую стоимость упаковки на \* рублей (зависит от печати, размеров и качества картона).

На этикетке должна быть указана следующая информация:

- дата приготовления блюда (разумеется, она должна быть сегодняшней),
- время, во сколько оно было упаковано,
- условия хранения,
- сроки хранения,
- наименование блюда (именно так, как оно было написано в меню),
- вес продукта,
- состав блюда,
- калорийность (желательно),
- белки, жиры и углеводы (желательно),
- фамилия заказавшего (желательно).

Указывая фамилию заказавшего обед, вы подчеркиваете свою заботу и внимание не к компании, а к каждому ее сотруднику, кто пользуется вашими услугами. Персональное обращение приятно и важно, поэтому второй заказ (при условии соответствия качества блюда ожиданиям) вам обеспечен.

Также следует позаботиться о пакетах с логотипом компании.

Хорошей рекламой будет распространение листовок с подробным описанием значимости здорового питания в нашей жизни и информацией о вашей службе здорового и диетического питания. Обратите внимание, что особый интерес подобные листовки будут вызывать в больницах, аптеках и оздоровительных центрах, а также в фитнес-клубах.

Сайт создается до старта, так как он необходим для налаживания контактов с потенциальными клиентами. Не стоит электронный ресурс делать сложным и перенасыщенным информацией.

Повысить рентабельность этого бизнеса можно:

1. ....

В перспективе для расширения данного вида бизнеса можно открыть магазин здорового питания, где можно представить в качестве ассортимента как основные продукты питания, так и свежеприготовленные изделия.

При условии открытия магазина можно продавать цельнозерновые продукты, продукты пчеловодства, варенье и прочие изделия из фруктов и ягод, натуральные приправы и специи, масла, различные лечебные травяные сборы, бальзамы, чаи, не требующие рецепта, литературу, посвященную здоровому питанию, обезжиренную и низкокалорийную продукцию, а также разнообразные БАДы. Всё это привлечёт к бизнесу ещё большее внимание со стороны покупателей.

### **3.3. Маркетинг**

#### **3.3.1. План продаж**

Инициатор бизнеса собирается конкурировать ценой с более дорогими участниками рынка, например, с ..... Стоимость наиболее распространённого у конкурента тарифа - \*\*\*\* руб. за набор питания на неделю. Чтобы составить конкуренцию, нужно быть дешевле процентов на \*\*%. В результате принята целевая стоимость аналогичного набора - \*\*\*\* руб.

По информации, полученной с рынка, на планируемом для проекта минимальном оборудовании можно произвести не более \*\* наборов за день. Столько же можно развести по городу на \* автомобиле за день.

Таким образом, максимальная производительность предприятия определена, как \*\*\* наборов за месяц по цене \*\*\*\* руб. за набор. Предприятие планирует выйти на эту максимальную производительность к концу первого года работы и сохранять такой план продаж на второй и третий года работы. В дальнейшем имеет смысл увеличивать масштаб деятельности, для чего понадобятся сторонние инвестиции.

Инициатор проекта планирует потратить остаток \*\*\*\* года на инвестиционную фазу и приступить к производству с начала \*\*\*\* года.

Рассчитанный таким образом план продаж - см. Таблица 2.



**Таблица 2. План продаж**

	****											
Месяцы	*	*	*	*	*	*	*	*	*	**	**	**
Объём производства, шт.	*	*	**	**	***	***	***	***	***	***	***	***
План продаж, тыс. руб.	*	**	***	***	***	***	***	****	****	****	****	****

	****, ****												
Месяцы	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	**	**	**
Объём производства, шт.	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
План продаж, тыс. руб.	****	****	****	****	****	****	****	****	****	****	****	****	****

### 3.3.2. Маркетинговый план

#### Позиционирование

.....

#### Конкурентные преимущества

1. ....

#### Развитие продукта

1. ....

#### Каналы сбыта

.....

#### Ценообразование

- .....

#### Программа продвижения

Основными каналами продвижения и привлечения клиентов будут следующие:

- Продвижение в сети Интернет.

В качестве продвижения в сети Интернет нужно рассматривать три основных направления: создание сообществ в социальных сетях, SEO-продвижение сайта и контекстная реклама.

На сайте нужно размещать информацию об услугах, ассортименте, ценах, скидках, бонусах и разместить форму для заказа обратного звонка. Продающая страница должна хорошо отражать стиль, содержать контактную информацию.

Именно на эту страницу будут попадать потенциальные клиенты, привлеченные контекстной рекламой.

По статистике, в среднем около \*\*-% клиентов приходят «с Интернета». Но для этого надо затратить силы и средства на SEO-продвижение сайта: определить целевые запросы, оптимизировать тексты сайта, расставить внешние ссылки, контролировать положение сайта в ТОП\*\* Яндекса и Гугла.

На сайте также будут размещены различного рода информационные статьи по здоровому питанию. Такие материалы позволят привлечь в компанию посетителей сайта просто интересующихся темой, а также благоприятно скажутся на поисковом продвижении сайта.

Для SMM-продвижения в Интернете будут определены наиболее популярные форумы, тематические региональные порталы, группы в социальных сетях на которых будет размещена информация о компании, ответы на вопросы, новости и акции.

В добавление к сайту будут созданы страницы в основных социальных сетях – Вконтакте, Facebook, Одноклассники, Instagram. Группы в социальных сетях нужны для того, чтобы регулярно подпитывать клиентов новой и интересной информацией. Особенно активно на такую рекламу откликаются молодые женщины, которые проводят в Интернете много времени. Для привлечения новой аудитории и повышения продаж на страничках в соцсетях будут проводиться конкурсы репостов с розыгрышем призов, публиковаться информация о проведении мероприятий, а также интересный и познавательный сопутствующий контент.

Сейчас появилось много специальных сайтов, посвященных красоте, здоровью, спорту, на которых можно размещать специальные предложения по своим услугам, данный вид рекламы относится к «вирусному маркетингу». Этот метод дает хороший приток клиентов, широко используется в крупных городах, перспективный и малобюджетный.

- Рекламные листовки.

Возможно, стоит попробовать размещение объявлений на информационных стендах в подъездах, а также распространение листовок по почтовым ящикам. Также эффективным может быть размещение и раздача печатных материалов (листовок, флаеров со скидками) на информационных стендах и стойках в ближайших магазинах, бизнес-центрах, «дружественных» салонах красоты и спортивных центрах. Если рядом с компанией будет находиться кафе или какое-то развлекательное заведение, то можно договориться о размещении своих визиток.

Однако, эффективность данного вида рекламы должна быть проверена. Дело в том, что процент людей, заинтересованных в услугах компании, в общем числе получателей листовок, не так высок, а расходы на печать и распространение значительные. Планируется распространить партию листовок в первые месяцы работы компании и проанализировать конверсию данного канала. В случае

неудовлетворительного результата бюджет будет перераспределен среди других мероприятий.

- Такими способами рекламы, как и SMS и email-рассылки, холодный обзвон клиентов, надо пользоваться крайне аккуратно, только если в наличии будет адресная база клиентов, которым интересна данная тема, иначе такие действия будут восприниматься как спам и только навредят имиджу компании.

Чтобы удержать привлеченных посетителей, будет введена дисконтная система скидок для постоянных клиентов, а также абонементная программа.

Клиентов также можно включать в SMS -рассылку, чтобы информировать о новостях, текущих акциях или просто поздравлять с праздниками, напоминая о существовании компании.

Для постоянных клиентов планируется проводить закрытые мероприятия, организовывать специальные акции и подарочные сертификаты на праздничные даты.

Действенный способ дополнительной мотивации, особенно в женской аудитории – это возможность получить дополнительные скидки за привлечение целевой аудитории (акция «приведи подругу»).

Важным в маркетинговой работе будет организация канала обратной связи с клиентами. Для этого полезно размещать в группах в социальных сетях информацию об ассортименте, тарифах, чтобы побуждать оставлять отзывы, также возможно проводить конкурсы на лучший отзыв и так далее.

#### **4. Материальные ресурсы**

##### **4.1. Инвестиционные расходы**

Инвестиционные расходы см. Таблица 3.

##### **Таблица 3. Инвестиционные расходы**

.....

##### **4.2. Прямые расходы периода эксплуатации**

В прямые расходы войдут

.....

Итого себестоимость заказа - \*\*\*\* руб.

##### **4.3. Косвенные расходы периода производства**

Ежемесячные расходы на периоде планирования см. Таблица 4.

##### **Таблица 4. Косвенные расходы, тыс. руб.**

.....

Расходы на персонал, включая налоги и страховые выплаты, на периоде планирования см. Таблица 5.

## Таблица 5. Расходы на персонал

.....

### 5. Организация

Форма собственности планируемого предприятия - ИП, система налогообложения упрощённая, (доходы-расходы), \*%.

#### 5.1. Организационная структура

Организационная структура планируемой компании см. **Ошибка! Источник ссылки не найден..**

.....

#### 5.2. Штатное расписание

## Таблица 6. Штатное расписание

.....

#### 5.3. Календарное осуществление проекта

Организационные мероприятия, предложенные в бизнес-плане, могут быть выполнены в следующие сроки:

.....

## Рисунок 1. Календарное осуществление проекта

## 6. Финансовый анализ

### 6.1. Принятые допущения

Для расчёта финансового плана была построена финансово-экономическая модель в программе бизнес-моделирования Project Expert. При этом использовались следующие предположения:

- Запас продуктов поддерживается на \* дня производства, контейнеров, плёнки, этикеток, пакетов - на \*\* дней.
- Инфляция в соответствии с прогнозом Минэкономразвития - см. Таблица 7

## Таблица 7. Прогноз инфляции Минэкономразвития

	****	****	****	****
<b>Инфляция (ИПЦ) среднегодовая, %</b>	***,*	***,*	***,*	***,*

- Ставка дисконтирования - \*\*%.
- Период амортизации оборудования - \* лет.
- Вся сумма инвестиций \*,\* млн. руб. вкладывается одновременно в первый месяц существования компании.

### 6.2. Бюджет движения денежных средств

### **Таблица 8. БДДС, тыс. руб.**

.....

БДДС показывает, что при условии получения рассчитанных инвестиций, планируемая компания не испытывает трудностей с денежными средствами на всём периоде планирования. К концу периода планирования сумма свободных денежных средств превышает \* млн. руб.

### **6.3. Прогнозный баланс**

#### **Таблица 9. Прогнозный баланс, тыс. руб.**

.....

Нераспределённая прибыль планируемого бизнеса растёт, начиная с \*\*\*\* года, и концу периода планирования составляет более \* млн. руб.

### **6.4. Бюджет доходов и расходов**

#### **Таблица 10. Бюджет доходов и расходов, тыс. руб.**

.....

Как видно из таблицы, компания начинает показывать устойчивую операционную прибыль с \* кв. \*\*\*\* года.

### **\*. Эффективность проекта**

#### **\*.\*. Финансовые показатели**

#### **Таблица 11. Финансовые показатели**

.....

Показатели ликвидности характеризуют способность компании удовлетворять претензии держателей краткосрочных долговых обязательств. Рекомендуемые значения: - коэффициент текущей ликвидности – \*\*\*%-\*\*\*%. Как видно из таблицы, платёжеспособность компании не вызывает сомнения к концу периода планирования.

Коэффициент оборачиваемости активов достаточно высокий, то есть активы «работают», не замораживаются.

Планируемый бизнес к концу периода планирования демонстрирует хорошую рентабельность по чистой прибыли и высокую рентабельность инвестиций.

#### **\*.\*. Показатели эффективности**

#### **Таблица 12. Показатели эффективности на период планирования**

.....

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что предлагаемое вложение средств является эффективным. Об этом свидетельствуют:

- достижение окупаемости за \*\* месяцев;

