Все больше людей задумываются о том, что едят. Многие переходят на здоровую пищу, исключая из своего рациона все вредное. Однако в большинстве заведений общественного питания такой пищи нет, поэтому люди вынуждены питаться либо дома, либо в специальных кафе. Таких заведений общепита мало, они только начинают появляться в России, поэтому это актуальная идея для бизнеса. Бизнес-план кафе здорового питания поможет предпринимателю изучить этот рынок и открыть свое дело.



## Актуальность бизнес-идеи, её преимущества и недостатки

Популярность спорта и здорового образа жизни – тренд последних лет. Пропаганда правильного питания, спорта и отказа от вредных привычек – причины, которые делают подобный бизнес актуальным.

Почему идея кафе правильного питания актуальна:

1. Свободный рынок. Если в США и Западной Европе такие заведения общепита уже давно популярны и этот бизнес там конкурентный, то российский рынок еще не освоен. Отсутствие конкурентов дает предпринимателю возможность создать бизнес с минимальными рисками.
2. Популярность спорта. В крупных городах России люди чаще отказываются от курения и алкоголя в пользу спорта и здорового образа жизни. Этот тренд прослеживается последние пять лет. Потребность в полезной для организма пище будет увеличиваться.
3. Много подделок и низкокачественной продукции на пищевом рынке. Это заставляет россиян более тщательно выбирать продукты питания.

Преимущества бизнес-идеи:

* низкая конкуренция;
* растущий спрос на здоровое питание;
* возможность сотрудничества с фитнес-клубом;
* высокая рентабельность при грамотном составлении бизнес-плана.

Недостатки идеи:

* рассчитана только на крупные города, в маленьком городе спрос на услугу ниже;
* конкуренция с обычными заведениями общепита;
* бизнес рассчитан на конкретную аудиторию.

## Как открыть кафе здорового питания – предварительный этап

### Анализ рынка и уровня конкуренции

На рынке российского общепита высокая конкуренция. По статистике, более 90% заведений общественного питания закрываются в первый год работы. Причины этого – неграмотная организация бизнеса, высокая конкуренция и высокие налоги.

Однако на рынке общепита есть неосвоенная ниша – кафе здорового питания. Они популярны в Европе и США, но в России их сравнительно меньше, чем обычных кафе и ресторанов.

Низкая конкуренция делает этот бизнес менее рискованным, чем классический ресторанный бизнес.

### Определение целевой аудитории



Целевая аудитория (ЦА), то есть потенциальные посетители – это люди разного возраста, следящие за своим здоровьем.

Сегменты ЦА:

* спортсмены;
* предприниматели и офисные работники;
* люди старше 20 лет, которые отдают предпочтение здоровому питанию;
* люди, у которых есть проблемы со здоровьем;
* семейные пары.

Наиболее платежеспособная аудитория – люди в возрасте 20–45 лет. Они чаще ходят в кафе и следят за своим питанием.

### Концепция заведения

Люди приходят в заведения общепита не только для того, чтобы утолить голод. Для многих кафе – это место отдыха и проведения деловых встреч. Поэтому такое заведение должно быть уютным.

При выборе концепции заведения необходимо ориентироваться на разные сегменты ЦА и сделать так, чтобы каждый из них чувствовал себя в кафе комфортно.

Кафе можно совместить с фитнес-залом, тренажерным залом или любым другим спортивным заведением, которое пользуется популярностью в городе. Это позволит сделать точку популярной среди спортсменов и тех, кто следит за своим питанием. Чтобы сделать это, не обязательно открывать свой фитнес-зал, проще будет найти партнера, которому такое предложение также покажется выгодным.

Чтобы удовлетворить потребности каждого клиента, рекомендуется расширить список услуг и предусмотреть:

* предварительный заказ;
* заказ с собой;
* доставку еды в офисы;
* доставку еды на дом.

### Оценка рисков

При организации этого бизнеса возможны следующие риски:

1. Сложность продвижения. Таких заведений мало. Не все представители ЦА знают о таких кафе, поэтому на начальном этапе нужно будет проводить активную рекламную кампанию.
2. Долгая окупаемость. Это свойственно каждому ресторанному бизнесу, даже самому успешному.
3. Низкая посещаемость. Риск актуален для небольших городов, население которых нечасто посещает подобные места.
4. Рост конкуренции. Ниша еще не освоена, поэтому конкуренция в будущем будет увеличиваться.

## Организационный план

### Регистрация бизнеса, документы и разрешения

Прежде чем перейти к организации бизнеса, его нужно зарегистрировать в Федеральной налоговой службе (ФНС).

Оптимальный вариант – получить статус индивидуального предпринимателя (ИП). Регистрировать юрлицо имеет смысл только крупным компаниям.

Чтобы зарегистрировать бизнес, нужно:

1. Выбрать удобный способ регистрации – по месту жительства или через интернет. Второй вариант – самый простой и быстрый. Регистрация через интернет избавит предпринимателя от длинных очередей и заполнения заявления от руки.
2. Выбрать коды ОКВЭД. Они сообщат властям, какой вид предпринимательства регистрируется. Лучше выбрать сразу несколько кодов с учетом расширения бизнеса в будущем, это избавит от хлопот, связанных с переоформлением документов.
3. Выбрать способ уплаты налогов. Рекомендуется остановиться на упрощенной системе налогообложения.
4. Написать заявление по форме Р21001. Информация о том, как оформить документ, есть на сайте ФНС. Там также есть готовый шаблон, который можно скачать и заполнить.
5. Оплатить государственную пошлину.

ВНИМАНИЕ! В заявлении обязательно нужно указать email-адрес, на него будут отправлены все документы. В 2018 году ФНС перестала отправлять документы обычной почтой. Обратная связь осуществляется через email.

Документы, необходимые для регистрации ИП:

* паспорт;
* идентификационный номер налогоплательщика (ИНН);
* квитанция об уплате государственной пошлины (оригинал);
* готовое заявление (форма Р21001).

Поскольку кафе – это заведение общественного питания, понадобятся дополнительные разрешения от:

* Санэпиднадзора;
* Роспотребнадзора;
* органов пожарной безопасности.

### Выбор месторасположения кафе

Часто успех подобного бизнеса зависит от правильности выбора месторасположения. При выборе локации необходимо отталкиваться от таких факторов:

1. Район города. К примеру, открывать такое заведение где-нибудь на окраине рискованно.
2. Целевая аудитория. Нужно брать во внимание самые важные сегменты ЦА и открывать заведение в том месте, где представители ЦА бывают чаще всего. К примеру, если это офисные сотрудники, то наилучшее место – вблизи от крупного бизнес-центра. Идеальный вариант – открыться в том месте, которое удобно для разных сегментов ЦА – например, где рядом есть еще фитнес-клубы и спортзалы. Однако лучше всего открывать такое заведение в центре города – чтобы оно было у всех на виду и к нему было легко добраться.
3. Удобство поставки продуктов и доставки готовых блюд. Если поставщику неудобно месторасположение, он может отказаться сотрудничать с владельцем кафе. Некоторые поставщики работают в определенных районах города, это нужно учесть. Если среди услуг заведения есть доставка еды, важно, чтобы ее было удобно и выгодно осуществлять, поэтому правильное месторасположение – очень важный фактор.

### Аренда помещения и ремонт



Если арендованное помещение находится в жилом доме, важно заранее позаботиться о шумоизоляции, посетители не должны доставлять неудобства жильцам дома.

Важно создать уютную атмосферу как для сотрудников, так и для посетителей. На дизайне интерьера лучше не экономить. Его рекомендуется заказать у специалистов.

### Покупка оборудования, мебели и инвентаря

Для организации бизнеса понадобится следующее кухонное оборудование:

* плиты, духовки, пароварки и другое тепловое оборудование;
* вытяжки и комплектующие;
* ножи и другие кухонные приспособления;
* кухонная техника – комбайны, мясорубки, блендеры, миксеры, весы;
* холодильная техника – холодильники и морозильные камеры;
* посуда.

Необходимое оснащение зала:

* столы;
* стулья;
* диваны
* люстры;
* цветочные горшки и другие предметы интерьера.

### Составление меню и ценообразование

Меню должно быть составлено так, чтобы каждый посетитель нашел в нем то, что его интересует. Это позволит завоевать расположение клиентов и сделать их постоянными.

ВНИМАНИЕ! В меню детально описывается каждое блюдо – его вес, из чего оно приготовлено, сколько в нем калорий, белков, углеводов и других веществ. Это важно для спортсменов и всех, кто следит за правильностью своего питания. Кроме того, такое меню выгодно выделит кафе на фоне конкурентов, поскольку калорийность в общепитах прописывается редко.

В меню есть подразделы, посвященные:

* блюдам из рыбы;
* мясным блюдам;
* салатам;
* гарнирам;
* напиткам.

Меню – лицо кафе. Важно, чтобы оно было хорошо оформлено и выполнено из качественных материалов. Оно должно быть не только красивым, но и побуждать клиента сделать заказ. Для этого используются красивые фото блюд и завлекающие заголовки. Рекомендуется заказать составление меню у маркетолога.

В меню указывается информация о скидках. К примеру, каждый понедельник 25% скидка на гарниры, во вторник – на мясные блюда, по средам – на салаты.

### Поиск поставщиков продуктов питания

Особенность кафе здорового питания – полезность продуктов. Поэтому важно найти поставщиков, которые смогут обеспечить стабильные поставки таких продуктов.

Где лучше заказывать:

* у фермерских хозяйств;
* у оптовиков;
* у компаний, которые специализируются на поставке продуктов в рестораны.

Важно, чтобы продукты всегда были свежими.

### Подбор персонала



Для организации бизнеса понадобятся следующие сотрудники:

* шеф-повар и его помощники;
* официанты;
* бариста;
* управляющий;
* курьеры;
* посудомойка;
* уборщица;
* бухгалтер.

Особое внимание нужно уделить поиску официантов. От того, какое впечатление они окажут на клиента, зависит настроение последнего и его желание посетить заведение в следующий раз.

## Реклама и маркетинговая стратегия

### Выбор названия кафе правильного питания

От названия часто зависит успех заведения, этому пункту нужно уделить особое внимание и продумать все до мелочей.

Общие требования к названию:

1. Легко запоминается. Не нужно длинных и заумных фраз, основная часть клиентов их не запомнит.
2. Уникальность. Не рекомендуется называть такие заведения именами владельцев. «Владислава», «Анастасия», «В гостях у Юлиана» – все это банально и больше подходит для придорожного кафе или фастфуда, рассчитанного на автомобилистов и дальнобойщиков.
3. Соответствие заявленному названию. К примеру, если ресторан называется «Рыбный двор», то в нем подают блюда из рыбы. Поэтому для кафе правильного питания лучше использовать название, которое вызывает ассоциации, связанные со здоровьем, активным образом жизни, полезностью.
4. Название не должно вызывать смех и негативные эмоции у посетителей.

Если у заведения есть сайт, название играет особо важную роль. Например, не стоит брать названия, как у конкурентов. Высока вероятность того, что посетитель будет попадать на чужой сайт.

### Эффективные способы привлечения клиентов

Самый эффективный способ продвижения – хорошо делать свою работу. Довольные клиенты будут возвращаться снова и рекомендовать заведение друзьям. Поэтому с самого первого дня после открытия нужно работать на репутацию.

На начальном этапе для продвижения рекомендуется использовать:

1. Наружную рекламу. Она отлично подходит для заведений общественного питания.
2. Рекламу в СМИ, газетах, журналах.
3. Раздачу листовок, приглашений на открытие. К примеру, владельцу флаера скидка 30% и бонусы.
4. Рекламу в интернете. Продвижение собственного сайта поможет привлечь дополнительных клиентов, а также узнать, как улучшить сервис. Например, клиенты редко показывают свое недовольство, зато на сайте чаще оставляют комментарии и отзывы. Ведение страниц в социальных сетях позволит удержать постоянных клиентов. Ежедневные публикации в Инстаграме будут побуждать пользователя чаще посещать заведение.

Дополнительные источники продвижения:

* акции;
* бонусы;
* накопительные карты;
* проведение мероприятий на базе кафе.

## Финансовые расчёты



### Инвестиции в открытие кафе здорового питания

Вложения на начальном этапе (в рублях):

* аренда помещения – 30 000;
* ремонт – 400 000;
* мебель – 350 000;
* обустройство кухни – 500 000;
* посуда – 100 000;
* закупка продуктов – 300 000;
* реклама на начальном этапе – 250 000;
* оплата государственной пошлины – 800.

### Текущие расходы

Ежемесячные расходы включают:

* аренда помещения – 30 000;
* коммунальные услуги – 40 000;
* закупка продуктов – 300 000;
* заработная плата сотрудников – 280 000;
* реклама – 80 000;
* налоги.

### Доходы заведения

На доходность влияют следующие факторы:

1. Сезонность. Летом такие заведения посещают реже, чем зимой и в межсезонье.
2. Успех рекламной кампании.
3. Популярность заведения среди ЦА.
4. Ценовая политика заведения.
5. Уровень конкуренции на местном рынке.

### Расчёт прибыли, срок окупаемости и рентабельность бизнеса

Средний чек в кафе здорового питания – 500 рублей. В среднем за день кафе посещает 100 человек, в выходные – 120 человек. Кафе работает без выходных. Сотрудники работают посменно.

Средний месячный заработок – 1,5 млн рублей. Из этой суммы вычитаются траты на аренду, коммуналку, заработную плату сотрудников и налоги. Чистая прибыль в месяц – 500 тыс. рублей.

Рентабельность кафе высока благодаря:

* высокой марже;
* низкой конкуренции;
* растущему спросу на услугу.

Примерные сроки окупаемости кафе здорового питания – полгода, при условии, что ежемесячно его посещает от 3 тыс. человек.

Заведения общественного питания – прибыльный и актуальный бизнес. Если на рынке обычного общепита высокая конкуренция, то заведения здорового питания – низкоконкурентная ниша с высокой доходностью. Чтобы сделать бизнес более рентабельным и избежать ошибок на начальном этапе развития, рекомендуется заказать бизнес-план у профессионалов.