БИЗНЕС С МАЛЫМИ ВЛОЖЕНИЯМИ

ИДЕИ С ВЫСОКОЙ ОТДАЧЕЙ

ИТОН БЛЕЙК

Итон Блейк

Бизнес с малыми вложениями. Идеи с высокой отдачей

https://litres.ru/74687139
SelfPub; 2026

Аннотация

Сколько ещё вы будете откладывать свой бизнес, потому что «денег пока мало»? А ведь начать можно гораздо скромнее, чем вы думаете!

Автор книги собрал десятки практических бизнес-сценариев, которые можно реализовать самостоятельно или с небольшой командой. Доставка домашней еды, ремонт смартфонов, 3D-печать, торговля, услуги и другие способы заработка, о которых вы, возможно, даже не задумывались.

Но самое интересное здесь не сами идеи, а конкретные цифры. Сколько потребуется на запуск? Где взять первых клиентов? На какую прибыль рассчитывать? Какие ошибки могут оставить вас без денег?

Вместо очередных советов «просто начните» вы получите расчёты, примеры и понятные планы действий. Хватит ждать, пока накопится крупная сумма. Узнайте, какой бизнес вам по карману уже сейчас и с чего стоит начать!

Содержание

Напутствие 4
Глава 0. Начало предпринимательской фантазии 6
Глава 1. Киоск с напитками на ночном рынке — бизнес с высокой рентабельностью, ориентированный на потоки людей 9
Глава 2. Доставка фирменных блюд из домашней кухни — эффективная модель без арендной платы за помещение 33
Глава 3. Индивидуальные десерты от интернет-знаменитостей — «визуальная экономика» с высокой надбавкой 55
Глава 4. Мобильные кофейные фургоны — гибкие и маневренные возможности для бизнеса по продаже свежесмолотого кофе 77
Глава 5. Продажа замороженных готовых блюд — модель массового производства домашней еды без потерь 99
Глава 6. Распродажа продуктов с истекающим сроком годности — низкие затраты и высокая доходность в сфере товаров повседневного спроса 121
Конец ознакомительного фрагмента. 124

Итон Блейк
Бизнес с малыми вложениями. Идеи с высокой отдачей

Напутствие

Предпринимательство всегда звучит романтично и вызывает ассоциации с вызовами, но для многих оно скорее похоже на недостижимую мечту. Однако в наше время предпринимательство уже не является недосягаемой целью, а представляет собой возможность, доступную каждому, кто стремится к успеху. Эта книга была создана именно для того, чтобы передать эту возможность в ваши руки. Независимо от того, хотите ли вы открыть ларек с напитками на ночном рынке, готовить домашние блюда на дому или исследовать новые бизнес-возможности в сфере 3D-печати или виртуальной реальности, эта книга станет для вас маяком, который поможет вам превратить вдохновение в реальность.

В книге основное внимание уделяется модели предпринимательства для небольших команд из пяти человек и менее, делается акцент на низкозатратных и высокодоходных биз-

нес-возможностях, а также на использовании технологических инструментов цифровой эпохи, которые помогут вам создать максимальную ценность с минимальными ресурсами. Каждый отраслевой шаблон исходит из рыночного спроса, подробно разъясняет, как выбрать местоположение, контролировать затраты и создать бренд, а также предоставляет реальные примеры и данные, которые помогут вам сразу приступить к делу. Эти шаблоны охватывают сферу общественного питания, розничную торговлю, цифровые услуги и экономику впечатлений — независимо от ваших интересов или опыта, вы сможете найти подходящую точку входа.

Что ещё более важно, эта книга не просто предлагает идеи, но и учит вас, как мыслить и действовать. От анализа конкурентов до преодоления вызовов в низкий сезон — каждая глава призвана научить вас гибко реагировать на изменения и сводить риски к минимуму. Технологии играют ключевую роль в этой предпринимательской революции: будь то мобильные платежи, маркетинг в социальных сетях или инструменты искусственного интеллекта — все это может стать вашим рычагом, позволяющим раскрыть полный потенциал вашего бизнеса. Надеюсь, эта книга станет вашим партнером в предпринимательстве и поможет вам найти свой собственный путь к успеху в этом приключении. Давайте вместе воплотим мечты в реальность!

Глава 0. Начало предпринимательской фантазии

В эту эпоху стремительных перемен предпринимательство перестало быть недостижимой мечтой и стало реальностью, доступной каждому, кто стремится к успеху. Будь то уличные лавки с напитками, приготовленными вручную, или услуги по созданию иллюстраций с помощью искусственного интеллекта в цифровом мире — искра предпринимательства разгорается в бесчисленных формах. Книга «Рицарская фантазия о предпринимательстве: для команд до 5 человек | с использованием технологических продуктов | с потенциалом высокой валовой прибыли» призвана стать маяком для небольших команд и помочь тем, кто лелеет мечты, но не знает, с чего начать, найти свой собственный путь в предпринимательстве.

Предпринимательство никогда не было прерогативой крупных компаний. Гибкость, креативность и острое понимание рынка, присущие небольшим командам, зачастую позволяют творить поразительные коммерческие чудеса. От высокодоходной модели ларька с напитками на ночном рынке до возможностей по индивидуальному заказу свежих кормов для домашних животных и технологических решений для интеграции «умного дома» — каждый пример подтвер-

ждает одну истину: если выбрать правильное направление и грамотно использовать ресурсы, даже микрокоманда из пяти человек может выделиться на фоне жесткой конкуренции.

Вдохновением для этой книги послужили бесчисленные истории предпринимателей, тихо трудящихся на улицах, в интернете или в укромных уголках кафе. Возможно, у них нет солидного капитала и огромной команды, но у них есть мечты о будущем и смелость не поддаваться ограничениям текущей реальности. Мы сконцентрировали эти истории в виде нескольких шаблонов для высокодоходных стартапов, охватывающих такие сферы, как общественное питание, розничная торговля, креативный дизайн, цифровые услуги, индустрия домашних животных, технологические приложения, здоровый образ жизни и зеленая энергия, а также развлечения и досуг. Каждый шаблон построен на принципе «низких затрат и высокой прибыли» и специально разработан для небольших команд.

Почему мы выбрали небольшие команды? Потому что при численности до пяти человек можно максимально снизить начальные затраты, сохранив при этом высокую эффективность принятия решений и их выполнения. Почему мы делаем акцент на технологических продуктах? Потому что в цифровую эпоху технологии являются рычагом, усиливающим эффективность: от инструментов искусственного интеллекта до устройств Интернета вещей — все они меняют правила игры в бизнесе. Почему мы сосредоточиваемся на

высокой рентабельности? Потому что только бизнес-модели с высокой рентабельностью позволяют небольшим командам быстро достичь финансовой свободы при ограниченных ресурсах.

Эта книга не просто предлагает идеи для стартапов — это практическое руководство. В каждой главе проводится углубленный анализ одной отрасли: от рыночного спроса и модели ведения бизнеса до анализа затрат, что поможет вам с нуля построить собственный бизнес-план. Мы не говорим о пустых теориях, а предоставляем конкретные примеры, данные и рекомендации, которые позволят вам немедленно приступить к действиям и воплотить вдохновение в реальность.

Предпринимательство — это приключение, но не слепая азартная игра. Благодаря этой книге вы научитесь выбирать перспективную отрасль, использовать технологии для создания конкурентных преимуществ и добиваться максимальной отдачи при ограниченных ресурсах. Независимо от того, хотите ли вы открыть ларек с напитками на ночном рынке или планируете создавать индивидуальные товары с помощью 3D-печати, эта книга станет вашим лучшим помощником на пути к успеху.

Давайте начнём с этого и вместе отправимся в это увлекательное путешествие по миру предпринимательства!

Анонс следующих двух глав

Глава 1. Киоск с напитками на ночном рынке — бизнес с высокой рентабельностью, ориентированный на потоки людей

1. Почему стоит выбрать именно эту отрасль?

1.1 Обзор отрасли

Напитки на ночных рынках являются неотъемлемой частью уличной экономики Тайваня. Благодаря низкому порогу входа и высокой рентабельности они стали популярным выбором для малого предпринимательства. Согласно рыночным данным за 2024 год, годовой объем производства в тайваньской индустрии напитков, приготовленных вручную, составляет около 55 млрд новых тайваньских долларов, а годовой темп роста — около 4–6 %, что отражает стабильный спрос на напитки как товары повседневного спроса. С ростом заботы о здоровье все большую популярность приобретают напитки с низким содержанием сахара, без добавок и функциональные напитки (такие как газированная вода и холодный заваренный чай), что приводит к постоянному расширению рыночного потенциала.

Что касается конкуренции, то на ночных рынках, особенно на таких популярных, как Шилин и Раохэ, расположено

большое количество киосков с напитками, и конкуренция между ними очень высокая. Тем не менее, высокая валовая прибыль (в среднем 60–75 %) и быстрая окупаемость (обычно 1–3 месяца) привлекают предпринимателей в эту сферу. Ключевую роль играют выбор места и дифференциация ассортимента, а применение технологий (таких как мобильные платежи и онлайн-заказы) позволяет еще больше повысить эффективность и улучшить качество обслуживания клиентов. Риски отрасли включают сезонные колебания (например, снижение продаж напитков зимой) и рост цен на сырье, но в целом отрасль отличается высокой стабильностью и подходит для стартапов с небольшим штатом.

1.2 Рыночный спрос

Анализ целевой аудитории: Основная целевая аудитория — молодые люди в возрасте 15–35 лет, включая студентов, офисных работников и молодые семьи, с уровнем дохода от низкого (20 000–30 000 в месяц) до средне-высокого (50 000–80 000 в месяц). Они предпочитают напитки по доступной цене (30–70 юаней за стакан), которые можно быстро и удобно приобрести, а также ценят визуальную привлекательность (например, упаковку в стиле инфлюенсеров) и возможность индивидуальной настройки (например, регулировка сладости и количества льда). К числу неудовлетворенных потребностей относятся здоровые напитки (например, чай без сахара, низкокалорийные смузи) и быстрая выдача заказов, особенно в часы пик.

Почему клиенты выбирают именно ваш продукт или услугу? Ключевыми факторами, побуждающими клиентов выбирать именно ваш напиточный киоск, являются уникальность продукта и эффективность обслуживания. Предложение сезонных напитков, фирменных ингредиентов или здоровых вариантов позволит привлечь клиентов, ценящих качество. Формирование имиджа бренда в социальных сетях (например, создание популярных мест для чекинов в Instagram) в сочетании с системой быстрого заказа (например, через QR-код) поможет повысить уровень удовлетворенности клиентов и частоту повторных покупок.

1.3 Преимущества предпринимателя

Преимущества в плане навыков: Для управления киоском с напитками не требуются высокоспециализированные навыки, однако знание принципов приготовления напитков, правил безопасности пищевых продуктов и основ маркетинга повысит вероятность успеха. Опыт приготовления коктейлей или чутье к инновационным вкусам помогут предпринимателю разработать популярные продукты. Краткосрочное обучение (например, курсы по приготовлению напитков) позволит быстро восполнить пробелы в навыках.

Преимущества ресурсов: Арендная плата за торговые места на ночных рынках относительно низкая (500–2 500 юаней за ночь), а краткосрочная аренда снижает финансовую нагрузку. Если у предпринимателя есть связи (например, с администрацией ночного рынка или поставщиками),

он может получить выгодное место или более выгодные цены на товары. Рынок подержанного оборудования хорошо развит, что снижает начальные вложения. Бесплатные каналы маркетинга в социальных сетях также дают преимущество командам с ограниченными ресурсами.

Мотивация: Энтузиазм по отношению к гастрономии или культуре ночных рынков помогает предпринимателям справляться с высокоинтенсивными условиями работы. Ночные рынки работают в течение длительного времени (обычно с 18:00 до раннего утра), поэтому энтузиазм и настойчивость являются ключом к долгосрочному ведению бизнеса. Если предприниматель любит взаимодействовать с клиентами или создавать инновационные напитки, эта мотивация будет способствовать развитию бизнеса.

1.4 Уникальное преимущество

Как выделиться? На ночных рынках, где царит жесткая конкуренция, дифференциация является ключевым конкурентным преимуществом:

- **Фирменные продукты**

: выпуск эксклюзивных напитков, таких как чай из местных фруктов, газированные напитки с низким содержанием сахара или ограниченные серии в рамках совместных проектов, отвечающие предпочтениям молодежи.

- **Инновационные модели**

: внедрение системы мобильного заказа (через LINE или QR-коды) для сокращения времени ожидания в очереди и повышения эффективности.

•

Имидж бренда

: создание визуально привлекательных торговых точек (например, светодиодные вывески, оригинальные наклейки на стаканах), которые побуждают посетителей фотографироваться и делиться снимками в социальных сетях.

•

Качество обслуживания

: предлагайте индивидуальные варианты и быстрое обслуживание, запускайте программы накопления баллов или скидки для постоянных клиентов, чтобы повысить лояльность покупателей. Благодаря

технологиям и брендовой стратегии ваш киоск по продаже напитков может превратиться из простого места продажи напитков в место, предлагающее модный потребительский опыт.

2. Как работать в этой отрасли?

2.1 Подготовительный этап

Навыки и знания:

•

Приготовление напитков

: изучите процессы приготовления чая с жемчугом, фруктового чая, газированных напитков и т. д., пройдите 1–2-

недельный курс обучения (стоимость около 5 000–10 000 юаней).

- **Безопасность пищевых продуктов**

: получите сертификат HACCP или местный сертификат по безопасности пищевых продуктов (стоимость около 3 000–5 000 юаней), чтобы обеспечить соответствие законодательству.

- **Навыки маркетинга**

: освойте ведение аккаунтов в социальных сетях (Instagram, TikTok), научитесь создавать короткие видеоролики и проводить прямые эфиры, чтобы привлечь молодую аудиторию.

- **Финансовый менеджмент**

: освоить методы контроля затрат, управления запасами и анализа денежных потоков, чтобы избежать проблем с оборотными средствами на начальном этапе.

Исследование рынка:

- **Анализ конкурентов**

: посетите целевые ночные рынки, запишите цены на других стендах (30–70 юаней за стакан), популярные позиции (чай с молоком и жемчугом, фруктовый чай) и модели обслуживания (уровень использования мобильных платежей).

Проанализируйте сильные стороны конкурентов (например, быстрое обслуживание

) и слабые стороны (например, однообразие вкусов).

•

Предпочтения целевой аудитории

: с помощью онлайн-опросов или опросов на территории ночного рынка выяснить предпочтения клиентов в отношении цены, вкуса и упаковки. Например, 80 % молодой аудитории предпочитают напитки с низким содержанием сахара, а 60 % придают большое значение визуальной привлекательности.

Подготовка ресурсов:

•

Источники финансирования

: начальные вложения составляют примерно 150 000–250 000 юаней; источники включают личные сбережения, займы у родственников и друзей или кредиты для молодых предпринимателей (годовая процентная ставка 1–2 %).

Требования к оборудованию:

•

Оборудование для приготовления напитков (укупорочная машина, льдогенератор, блендер): 60 000–100 000 юаней.

•

Столы, стулья и навес для торговой точки: 15 000–25 000 юаней.

•

Оборудование для мобильных платежей (сканер QR-кодов): 5 000–8 000 юаней.

- Прочее (холодильник, ящики для хранения): 10 000–20 000 юаней.

- **Персонал**

: на начальном этапе команда из 2–3 человек: один — для приготовления напитков, второй — для работы с кассой и приема заказов, третий — для подготовки ингредиентов и уборки. При необходимости можно нанимать сотрудников на неполный рабочий день (почасовая оплата 160–200 юаней).

- **Качества руководителя**

: владелец должен обладать трудолюбием, способностью быстро реагировать на изменения и чутьем к рынку, а также уметь эффективно управлять киоском в часы пик.

2.2 Организация бизнеса

Модель ведения бизнеса:

- **Офлайн-модель**

: торговля на ночных рынках, низкая арендная плата (500–2 500 юаней за ночь), стабильный поток посетителей. Выбор ночных рынков с высокой посещаемостью (например,

Шилин, Раохэ) позволяет увеличить доход, но арендная плата будет выше.

- **Онлайн-модель**

: сотрудничество с платформами доставки (Uber Eats, foodpanda) позволяет расширить круг клиентов, но требует уплаты комиссии в размере 20–30%;

рекомендуется подключаться после стабилизации бизнеса.

Продукция или услуги:

- **Основной ассортимент**

: ставьте на напитки с высокой маржой, такие как чай с жемчужными шариками (себестоимость 8–12 юаней, цена 40–60 юаней), чай со свежими фруктами и безалкогольные газированные напитки без сахара. Ограничьте ассортимент 6–8 позициями, чтобы избежать излишней сложности на начальном этапе.

- **Уникальные преимущества**

: предоставление индивидуальных настроек (степень сладости, количество льда, добавки) и сезонных напитков (например, манговый смузи, зимние горячие напитки).

- **Дополнительная ценность**

: введение карты лояльности (10 покупок — 1 бесплатно)

или скидок для участников LINE, чтобы повысить повторные покупки.

Повседневная деятельность:

Привлечение клиентов:

- **Первые посетители**

: привлечение внимания с помощью коротких видео в Instagram, прямых эфиров в TikTok и промоакций на открытие (например, «второй напиток за полцены»).

- **Постоянные клиенты**

: обеспечение стабильного качества, рассылка купонов через группы в LINE для стимулирования повторных покупок.

Управление цепочкой поставок:

- **Стабильные поставки**

: заключение долгосрочных контрактов с поставщиками чая, молочных сгущенных смесей и фруктов для обеспечения стабильности ежемесячных затрат (около 25 000–40 000 юаней).

- **Управление запасами**

: Ежедневно прогнозировать объем продаж (100–150 чашек), точно закупать свежие фрукты и жемчужины, чтобы сократить отходы.

Кадровое обеспечение:

•

На начальном этапе — распределение обязанностей между 2–3 сотрудниками; автоматическая машина для запечатывания стаканов и система приема заказов снижают потребность в персонале.

•

Распределение обязанностей: приготовление напитков (1 человек), работа с кассой и прием заказов (1 человек), подготовка ингредиентов и уборка (1 человек, при необходимости выполняет несколько функций).

3. Стартовый бюджет и анализ затрат

3.1 Постоянные затраты

•

Арендная плата за торговую площадь

: стоимость места на ночном рынке составляет 500–2 500 юаней за ночь; при средней продолжительности работы 20 дней в месяц арендная плата составляет 10 000–50 000 юаней. На популярных ночных рынках (например, в Шилине) арендная плата выше, поэтому необходимо сопоставить посещаемость и затраты.

Расходы на оборудование:

•

Оборудование для напитков (аппарат для запечатывания, льдогенератор, блендер): 60 000–100 000 юаней (при покупке подержанного оборудования стоимость может снизиться до 50 000–70 000 юаней).

- Столы, стулья и навес для торгового места: 15 000–25 000 юаней.
- Оборудование для мобильных платежей: 5 000–8 000 юаней.
- Холодильник и ящики для хранения: 10 000–20 000 юаней.

- **Расходы на оформление**
: простое оформление торговой точки (вывеска, световая реклама, доска с меню) — около 15 000–25 000 юаней, что позволит повысить узнаваемость бренда.

3.2 Переменные затраты

- **Затраты на сырье**
: 25 000–40 000 юаней в месяц, в зависимости от объема продаж и сезонных колебаний (цены на фрукты зимой немного выше). Себестоимость одного напитка составляет примерно 8–15 юаней (чай с молоком и жемчугом — 8 юаней, фруктовый чай — 12–15 юаней).
- **Заработная плата персонала**
: 2 сотрудника, работающих неполный рабочий день, по 6

часов в вечер, почасовая оплата 160–200 юаней, ежемесячно 15 000–24 000 юаней. На начальном этапе предприниматель может работать самостоятельно, что позволит снизить затраты.

Коммунальные и прочие расходы:

•

Электроэнергия (ледогенератор, освещение): 3 000–5 000 юаней в месяц.

•

Комиссия платформы доставки (если применимо): 20–30 %, что составляет примерно 10 000–20 000 юаней от дохода от доставки.

•

Прочее (чистящие средства, упаковочные материалы): 2 000–3 000 юаней в месяц.

3.3 Начальные вложения

Общая сумма инвестиций: 150 000–250 000 юаней, включая оборудование (100 000–140 000), первую партию сырья (20 000–30 000), аренду и ремонт (30 000–50 000).

3.4 Ожидаемая прибыль

Источники дохода:

•

Консервативная оценка

: ежедневный объем продаж 100–150 чашек (не оптимистичный прогноз, с учётом низкого сезона и начального потока посетителей), в среднем 50 юаней за чашку, ежедневная

выручка 5 000–7 500 юаней. За вычетом затрат (12 юаней за чашку, включая сырьё и распределённую аренду), ежедневная чистая прибыль составляет 3 800–5 700 юаней.

•

Прочие доходы

: сезонные напитки, промо-комплекты (например, напиток + закуска), дополнительный доход в месяц 5 000–10 000 юаней.

Срок окупаемости:

•

При 20 рабочих днях в месяце чистая прибыль составляет 76 000–114 000 юаней, начальные вложения — 150 000–250 000 юаней, окупаемость — 2–3 месяца. В низкий сезон (зима) срок окупаемости может увеличиться до 3–4 месяцев.

Анализ объемов продаж: Предположение о 200 стаканах в день является слишком оптимистичным, особенно на начальном этапе или на малопосещаемых ночных рынках. Согласно рыночным наблюдениям, средний ежедневный объем продаж на небольших и средних ночных рынках составляет около 80–120 стаканов, а на популярных — до 150–180 стаканов. На начальном этапе рекомендуется ставить цель в 100–150 стаканов, а по мере роста узнаваемости бренда постепенно приближаться к отметке в 200 стаканов.

4. Вызовы и меры по их преодолению

4.1 Потенциальные вызовы

Рыночные вызовы:

- **Острая конкуренция со стороны других продавцов**

: на ночных рынках, особенно на таких популярных, как Шилин и Раохэ, расположено большое количество киосков с напитками, и у покупателей есть широкий выбор, поэтому главной задачей является привлечение их внимания. Конкуренты могут переманивать клиентов с помощью низких цен (например, акций «купи один, получи второй бесплатно») или привлекать постоянных покупателей за счет узнаваемости бренда.

- **Низкая лояльность потребителей**

: Посетители ночных рынков в основном совершают разовые покупки, у них отсутствует привязанность к бренду. Ценочувствительная аудитория может уйти из-за снижения цен конкурентами, что приведет к нестабильности доходов.

- **Сезонные колебания**

: снижение спроса на напитки в зимний период (особенно на холодные напитки) может привести к резкому падению объемов продаж на 20–30 %, что скажется на денежном потоке.

Финансовые трудности:

- **Нехватка денежных средств на начальном этапе**

: начальные вложения составляют 150 000–250 000 юаней;

если объем продаж не достигнет ожидаемого уровня (менее 100 стаканов в день), может возникнуть проблема с оборотными средствами, что не позволит покрыть аренду и заработную плату сотрудников.

- **Перерасход бюджета**

: ремонт оборудования, колебания цен на сырье или внезапное повышение арендной платы на ночном рынке могут привести к превышению затрат над бюджетом. Например, цены на фрукты зимой могут вырасти на 10–15 %.

Операционные проблемы:

- **Нестабильность цепочки поставок**

: поставки сырья, такого как фрукты и чай, зависят от сезона и погодных условий, поэтому поставщики могут не обеспечить стабильные поставки, что повлияет на качество напитков или приведет к их дефициту.

- **Нехватка персонала**

: в часы пик на ночном рынке (с 19:00 до 22:00) объем заказов очень велик, и команде из 2–3 человек может быть сложно справиться с ним, что приводит к длительному ожиданию клиентов и снижает их удовлетворенность.

4.2 Решения

Реакция рынка:

-

Дифференцированный ассортимент

: запуск эксклюзивных напитков, таких как чай из местных фруктов (например, газированный напиток с ананасом) или полезные напитки с низким содержанием сахара, чтобы привлечь клиентов, ценящих качество. Реагирование на снижение спроса в низкий сезон с помощью сезонных напитков (например, горячих напитков зимой).

•

Работа в социальных сетях

: активно вести аккаунты в Instagram и TikTok, публиковать короткие видео

, демонстрирующие процесс приготовления напитков или взаимодействие с клиентами, создавая эффект «инфлюенсера». Регулярно проводить промоакции (например, подарки при покупке на определенную сумму), чтобы привлечь новых клиентов и повысить коэффициент повторных покупок.

•

Брендовый опыт

: разработка оригинальной упаковки (например, индивидуальных наклеек на стаканы) и оптимизация процессов обслуживания для создания незабываемого потребительского опыта, что позволит избежать ценовой войны.

Управление финансами:

•

Контроль затрат

: на начальном этапе снизить вложения за счет использо-

вания подержанного оборудования (экономия 20 000–30 000 юаней), точно рассчитывать объемы закупки сырья (потребность в 100–150 стаканов в день), чтобы избежать накопления излишков на складе.

•

Резервный план

: зарезервировать 10 % средств (около 20 000 юаней) в качестве резерва на непредвиденные обстоятельства для покрытия расходов в случае поломки оборудования или повышения арендной платы. При необходимости сократить количество рабочих дней (например, в низкий сезон работать 4 дня в неделю) для снижения затрат.

•

Стратегия финансирования

: подать заявку на получение государственного кредита для молодых предпринимателей (годовая процентная ставка 1–2%) с рассрочкой погашения, чтобы снизить финансовую нагрузку. В случае нехватки денежных средств можно договориться с администрацией ночного рынка о краткосрочной скидке на аренду.

Операционные меры:

•

Управление цепочкой поставок

: наладить сотрудничество с 2–3 поставщиками, чтобы обеспечить стабильные поставки фруктов и чая. Регулярно проверять качество поступающей продукции, заключать

долгосрочные контракты для фиксации цен (ежемесячные затраты должны удерживаться в пределах 25 000–40 000 юаней).

- **Оптимизация персонала**

: использовать автоматическую машину для запечатывания стаканов и систему заказа с помощью QR-кодов, чтобы сократить потребность в персонале в часы пик. Обучить сотрудников выполнению нескольких задач одновременно (например, приготовление напитков и работа на кассе) для повышения эффективности. При необходимости нанимать временных работников (почасовая оплата 180 юаней) для работы в пиковый сезон.

- **Упрощение процессов**

: разработка стандартизированного процесса приготовления напитков (время приготовления одного стакана не превышает 1–2 минут) для обеспечения быстрой выдачи заказов в часы пик и снижения оттока клиентов.

5. Обмен опытом и выводы

5.1 Обмен опытом

История успеха: «Маленькая ночная чайная» в Тайнане «Xiao Ye Cha Si» — это киоск по продаже напитков на ночном рынке, которым управляет команда из трёх человек. Он открылся в 2023 году на ночном рынке Анпин в Тайнане и всего за год достиг ежемесячной чистой прибыли в 150 000

юаней. Ключ к успеху заключается в следующем:

- **Нышная ниша на рынке**

: основатели заметили, что на ночном рынке Анпин не хватает здоровых напитков, и запустили в продажу холодный чай без сахара и низкокалорийные фруктовые коктейли, ориентируясь на молодую аудиторию (20–35 лет), заботящуюся о здоровом образе жизни.

- **Инновационное решение потребностей**

: благодаря системе заказа через LINE клиенты могут делать заказы заранее, что сокращает время ожидания в очереди; средний ежедневный объем продаж достигает 150 стаканов. Дизайн киоска с использованием световых вывесок в ретро-стиле и рукописного меню привлекает множество пользователей Instagram, которые делятся фотографиями в социальных сетях; за полгода группа в Instagram набрала 5 000 подписчиков.

- **Стратегия ведения бизнеса**

: сотрудничество с местными фруктоводами для обеспечения поставок свежих фруктов; контроль затрат на уровне 10–12 юаней за стакан; цена продажи — 50–60 юаней; валовая прибыль достигает 75 %. Начальные вложения составляют 180 000 юаней, окупаемость — 3 месяца.

Факторы успеха:

- **Точное позиционирование**
: ориентация на рынок здоровых напитков, заполнение ниши на ночных рынках.
- **Применение технологий**
: заказ через LINE и маркетинг в социальных сетях повышают эффективность и узнаваемость.
- **Контроль затрат**
: стабильная цепочка поставок и упрощение ассортимента обеспечивают высокую валовую прибыль.

5.2 Выводы и рекомендации

На что следует сосредоточиться на начальном этапе предпринимательства:

- **Сосредоточьтесь на продуктах и услугах**
: на начальном этапе ассортимент должен быть простым (6–8 видов напитков), уделяйте особое внимание качеству и скорости обслуживания, чтобы завоевать доверие клиентов.
- **Формирование имиджа бренда**
: быстро повышайте узнаваемость с помощью визуального дизайна и социальных сетей. Вложение 1–2 000 юаней в оформление торговой точки принесет долгосрочную отдачу.
-

Гибкость и адаптивность

: корректируйте ассортимент (летом — холодные напитки, зимой — горячие) и стратегию ведения бизнеса в зависимости от сезона, чтобы обеспечить стабильный доход.

Учиться на ошибках:

•

Избегайте чрезмерного расширения

: на начальном этапе не работайте одновременно на нескольких ночных рынках, сосредоточьтесь на одном стенде, а о расширении думайте только после стабилизации бизнеса.

•

Прислушивайтесь к отзывам клиентов

: если вкус напитков или качество обслуживания оставляют желать лучшего, оперативно вносите корректировки. Например, если клиенты жалуются на длительное время ожидания, следует немедленно оптимизировать процесс принятия заказов.

•

Финансовая дисциплина

: ежедневно фиксируйте доходы и расходы, чтобы избежать убытков из-за избыточных запасов или чрезмерных рекламных акций.

Психологическая готовность к преодолению трудностей:

•

Настойчивость и терпение

: работа на ночном рынке требует больших усилий, и на начальном этапе может потребоваться работать без выходных в течение нескольких месяцев подряд, поэтому необходимо сохранять энтузиазм и упорство.

•

Готовность учиться

: рассматривайте каждый вызов как возможность для роста; например, при сбоях в цепочке поставок быстро находите альтернативных поставщиков, чтобы повысить способность адаптироваться к изменениям.

•

Командная работа

: в небольшом коллективе требуется высокая степень взаимодействия; руководитель должен подавать пример и мотивировать сотрудников совместно решать задачи.

Заключение Напитки на ночных рынках, благодаря низкому порогу входа, высокой валовой прибыли и быстрой окупаемости, стали идеальным выбором для стартапа с небольшой командой. Благодаря точному позиционированию на рынке, дифференцированным продуктам и применению технологий предприниматели могут выделиться среди конкурентов. Строгий контроль затрат и гибкая операционная стратегия позволяют эффективно реагировать на рыночные и финансовые вызовы. Примеры из практики показывают, что ключом к долгосрочному успеху является сосредоточен-

ность на качестве и клиентском опыте. В будущем сочетание платформ доставки и тренда на здоровые напитки ещё больше расширит коммерческие возможности.

Глава 2. Доставка фирменных блюд из домашней кухни — эффективная модель без арендной платы за помещение

1. Почему стоит выбрать эту отрасль?

1.1 Обзор отрасли

Доставка домашних блюд из частных кухонь — это модель ресторанного бизнеса, появившаяся в последние годы. Благодаря таким преимуществам, как отсутствие арендной платы за помещение, низкие начальные вложения и высокая средняя сумма чека, она стала популярным выбором для стартапов с небольшим штатом. С распространением платформ доставки еды (таких как Uber Eats и foodpanda) объем рынка доставки еды на Тайване к 2024 году достиг 70 млрд новых тайваньских долларов, а годовой темп роста составил около 8–10 %.Спрос потребителей на домашнюю кухню, здоровое питание и индивидуализированные блюда продолжает расти, особенно после пандемии, когда привычка питаться дома способствовала быстрому расширению рынка блюд домашнего приготовления.

Что касается конкуренции, рынок доставки блюд домашней кухни относительно фрагментирован, а уровень конку-

ренции ниже, чем в случае с традиционными ресторанами или ларьками на ночных рынках. Хотя крупные бренды общественного питания и сети магазинов готовых обедов занимают часть рынка, небольшие семейные кухни, благодаря уникальному вкусу и гибкому обслуживанию, удовлетворяют рыночный спрос на индивидуальные и высококачественные блюда домашней кухни. Применение технологий (таких как интеграция с платформами доставки и маркетинг в социальных сетях) еще больше снижает барьеры для входа на рынок, позволяя небольшим командам быстро выйти на рынок. Риски отрасли включают высокую комиссию платформ доставки (20–30 %) и требования к безопасности пищевых продуктов, однако высокая валовая прибыль (60–80 %) и отсутствие затрат на аренду помещения обеспечивают высокий потенциал доходности.

1.2 Рыночный спрос

Анализ целевой аудитории: Основная целевая аудитория — городские офисные работники и молодые семьи в возрасте 25–45 лет с доходом среднего и высокого уровня (40 000–100 000 в месяц). Они придают большое значение качеству и удобству питания, предпочитают здоровые домашние блюда с низким содержанием жира и соли или фирменные блюда с местным колоритом (например, кухню народности хакка или тайваньские маринованные блюда).Неудовлетворенные потребности включают индивидуализированные блюда (например, блюда с низким гликемическим индексом,

вегетарианские варианты) и быструю доставку (в течение 30 минут). Эта группа потребителей готова платить надбавку за высококачественные блюда; средний чек составляет 80–150 юаней.

Почему выбирают именно ваш продукт или услугу? Клиенты выбирают ваши фирменные блюда из-за их уникального вкуса и удобства. Предложение блюд с местными особенностями или рецептов, передаваемых из поколения в поколение (например, свинина в соусе по-бабушкиному), вызывает у клиентов эмоциональный отклик. Быстрая и надежная доставка через платформы, в сочетании с здоровыми или индивидуализированными вариантами, удовлетворяет потребности занятых городских жителей в питании. Публикация в социальных сетях фотографий аппетитных блюд и положительных отзывов клиентов еще больше повышает привлекательность.

1.3 Преимущества предпринимателя

Преимущества в плане навыков: Для открытия бизнеса по приготовлению домашних блюд необходимы базовые кулинарные навыки, особенно в области домашней кухни или традиционных блюд. Если предприниматель имеет опыт работы в сфере общественного питания или специализируется на определённой кулинарной традиции (например, тайваньской или сычуаньской кухне), ему будет проще создать уникальное торговое предложение. Те, кто не имеет кулинарного опыта, могут быстро освоить навыки благо-

даря краткосрочным кулинарным курсам (стоимостью около 10 000–20 000 юаней).

Преимущества в плане ресурсов: Домашняя кухня не требует аренды помещения, что значительно снижает начальные затраты. Для запуска бизнеса достаточно имеющегося домашнего кухонного оборудования (например, газовой плиты, холодильника), необходимо лишь дополнить его небольшим количеством профессиональных приборов. Платформы доставки еды обеспечивают мгновенный поток заказов, поэтому нет необходимости самостоятельно разрабатывать систему. Если у предпринимателя есть связи (например, с местными поставщиками продуктов или группами совместных покупок в социальных сетях), это позволит снизить затраты на закупку сырья и ускорить продвижение бизнеса.

Мотивация: Энтузиазм по отношению к кулинарии или желание делиться вкусной едой являются ключевыми движущими силами в этой отрасли. Домашняя кухня делает акцент на «домашнем вкусе»; если предприниматель любит готовить и готов делиться историями с клиентами, это поможет создать сильную идентификацию с брендом и привлечь лояльную клиентскую базу.

1.4 Уникальная ценность

Как выделиться? Чтобы выделиться на рынке домашней кухни, необходимо сосредоточиться на следующих стратегиях:

- **Уникальные продукты**

: предлагайте эксклюзивное меню, например, блюда местной кухни (хакка-сяочао), здоровые блюда (ланч-боксы с низким гликемическим индексом) или праздничные специальные наборы, чтобы удовлетворить потребности конкретной целевой аудитории.

- **Инновационные модели**

: использование платформ доставки для предоставления услуги предварительного заказа или подписки (например, еженедельная программа здорового питания), что повышает удобство и обеспечивает стабильный доход.

- **Имидж бренда**

: создание уютной истории бренда, например, «Сохраняя традиционный домашний вкус бабушки

», в сочетании с изысканными контейнерами для еды и маркетингом в социальных сетях, чтобы стимулировать эмоциональные покупки.

- **Качество обслуживания**

: предоставление индивидуальных настроек (например, регулировка остроты, размера порций) и оперативное реагирование на запросы клиентов для обеспечения высокого уровня удовлетворенности и положительных отзывов.

2. Как работать в этой отрасли?

2.1 Подготовительный этап

Навыки и знания:

- **Кулинарные навыки**

: освоить приготовление домашних блюд или фирменных блюд, пройти краткосрочные кулинарные курсы (1–2 месяца, стоимость 10 000–20 000 юаней) или самостоятельно изучить рецепты.

- **Безопасность пищевых продуктов**

: получение сертификата по безопасности пищевых продуктов (HACCP, стоимость 3 000–5 000 юаней), чтобы обеспечить соответствие требованиям платформ доставки и законодательства.

- **Знания в области маркетинга**

: освоить ведение аккаунтов в социальных сетях (Instagram, Facebook), научиться кулинарной фотографии и съемке коротких видеороликов для привлечения онлайн-заказов.

- **Финансовый менеджмент**

: освоить учет затрат (например, распределение затрат на ингредиенты) и управление заказами, чтобы обеспечить высокую валовую прибыль и стабильный денежный поток.

Исследование рынка:

- **Анализ конкурентов**

: изучите местных поставщиков домашней кухни и доставщиков готовых обедов, зафиксируйте цены (80–150 юаней за порцию), ассортимент меню (домашние блюда, здоровое питание) и модели обслуживания (скорость доставки, качество упаковки). Проанализируйте сильные стороны конкурентов (например, быстрая доставка) и их слабые стороны (например, однообразное меню).

- **Предпочтения целевой аудитории**

: на основе отзывов в социальных сетях или на платформах доставки выяснить предпочтения клиентов в отношении вкуса, цены и скорости доставки. Например, 70 % офисных работников предпочитают здоровое питание, а 50 % придают большое значение срокам доставки.

Подготовка ресурсов:

- **Источники финансирования**

: начальные вложения составляют примерно 80–150 тысяч юаней; источники включают личные сбережения

, займы у родственников и друзей или кредиты для молодых предпринимателей (годовая процентная ставка 1–2 %).

Требования к оборудованию:

-

Кухонная утварь (кастрюли из нержавеющей стали, вакуумный упаковочный аппарат): 30 000–50 000 юаней (использование бытовой техники позволяет снизить затраты).

- Упаковка для доставки (термосумки, контейнеры для еды): 10 000–20 000 юаней.
- Система мобильных платежей и обработки заказов (планшет или смартфон): 5 000–8 000 юаней.

- **Кадровые ресурсы**

: на начальном этапе команда из 1–2 человек: один отвечает за приготовление и подготовку ингредиентов, другой — за обработку заказов и упаковку. В пиковый сезон можно нанять курьеров на неполный рабочий день (20–30 юаней за заказ).

- **Навыки руководителя**

: владелец должен обладать профессиональными навыками в области кулинарии, умением управлять временем и навыками общения с клиентами, а также способностью быстро обрабатывать заказы в часы пик.

2.2 Организация бизнеса

Модель ведения бизнеса:

-

Офлайн-модель

: базируется на домашней кухне, без затрат на аренду помещения, подходит для начального этапа с низким уровнем риска.

- **Онлайн-модель**

: использование платформ доставки (Uber Eats, foodpanda) и групповых заказов в социальных сетях (например, в группах LINE, сообществах Facebook) для расширения источников заказов. В будущем можно разработать собственный сайт для заказа еды, чтобы снизить комиссионные платформ.

Продукты или услуги:

- **Основные продукты**

: в ассортименте преобладают домашние блюда с высокой рентабельностью, такие как ланч-бокс с тушеной свининой (себестоимость 20–30 юаней, цена 80–120 юаней), здоровые блюда с низким гликемическим индексом и вегетарианские наборы. Меню состоит из 5–8 позиций, что позволяет обеспечить стабильное качество.

- **Уникальные преимущества**

: предоставление индивидуальных настроек (например, корректировка вкуса, порций) и блюд местной кухни для удовлетворения разнообразных потребностей.

•

Дополнительная ценность

: Внедрение системы подписки (например, план «3 обеда в неделю» со скидкой 10%) или праздничных наборов для увеличения стабильного дохода.

Повседневная деятельность:

Привлечение клиентов:

•

Первые клиенты

: публикация фотографий блюд и проведение дегустаций в социальных сетях в сочетании с промоакциями на платформах доставки (например, скидка 20 % на первый заказ) для привлечения заказов.

•

Постоянные клиенты

: обеспечение стабильного качества и оперативного реагирования, рассылка эксклюзивных скидок через группу в LINE для поощрения подписки.

Управление цепочкой поставок:

•

Стабильные поставки

: сотрудничество с местными рынками или поставщиками продуктов для обеспечения поставок свежего мяса и овощей; ежемесячные затраты составляют 20 000–30 000 юаней.

•

Управление запасами

: Ежедневный прогноз заказов (20–50 порций), точные закупки, предотвращение потерь продуктов.

Распределение персонала:

•

На начальном этапе — распределение обязанностей между 1–2 сотрудниками; использование автоматизированных инструментов (таких как рисоварки, вакуумные упаковочные машины) для сокращения потребности в рабочей силе.

•

Распределение обязанностей: приготовление блюд и подготовка ингредиентов (1 человек), обработка заказов и упаковка (1 человек, при необходимости выполняет обе функции).

3. Стартовый бюджет и анализ затрат

3.1 Постоянные затраты

•

Аренда помещения

: используется домашняя кухня, затрат на аренду нет.

Расходы на оборудование:

•

кухонная утварь (кастрюли из нержавеющей стали, вакуумный упаковочный аппарат): 30 000–50 000 юаней (использование бытового оборудования позволяет снизить затраты).

•

Упаковка для доставки (термосумки, контейнеры для еды): 10 000–20 000 юаней.

- Система мобильных платежей и обработки заказов: 5 000–8 000 юаней.

- **Расходы на ремонт**: нет физического магазина, требуется только простой брендинг (логотип, наклейки на контейнеры для еды), примерно 5 000–10 000 юаней.

3.2 Переменные затраты

- **Затраты на сырье**: 20 000–30 000 юаней в месяц, в зависимости от объема заказов и колебаний цен на продукты (зимой цены на мясо и овощи немного растут). Себестоимость одного блюда составляет 20–30 юаней.

- **Заработная плата сотрудников**: на начальном этапе 1–2 человека работают самостоятельно, затрат на заработную плату нет. В пик сезона нанимаются курьеры-подработчики, оплата за заказ составляет 20–30 юаней, ежемесячные затраты — 5 000–10 000 юаней.

Коммунальные и прочие расходы:

- Вода, электричество, газ: 3 000–5 000 юаней в месяц (включены в коммунальные расходы).

-

Комиссия платформы доставки: 20–30 %, что составляет примерно 10 000–20 000 юаней от дохода за доставку.

-

Прочее (чистящие средства, расходы на маркетинг): 2 000–4 000 юаней в месяц.

3.3 Начальные вложения

Общая сумма инвестиций: 80 000–150 000 юаней, включая оборудование (40 000–70 000), первую партию сырья (20 000–30 000) и разработку бренда и упаковки (10 000–20 000).

3.4 Ожидаемая прибыль

Источники дохода:

-

По консервативным оценкам

: 20–50 порций в день, в среднем по 100 юаней за порцию, дневной доход — 2 000–5 000 юаней. За вычетом затрат (25 юаней за порцию, включая сырье и накладные расходы) чистая дневная прибыль составляет 1 500–3 750 юаней.

-

Дополнительные доходы

: подписка или праздничные наборы, дополнительный доход 5 000–15 000 юаней в месяц.

Срок окупаемости:

-

При работе 25 дней в месяц чистая прибыль составляет 37

500–93 750 юаней, начальные вложения — 80 000–150 000 юаней, окупаемость — 2–3 месяца. В низкий сезон (когда мало праздников) срок окупаемости может увеличиться до 3–4 месяцев.

Анализ объема заказов: 50 заказов в день — разумная цель; на начальном этапе количество заказов может составлять всего 20–30, но по мере роста узнаваемости бренда оно может достигать 50–80. Во время популярных праздников или рекламных акций количество заказов может вырасти до 100, но не следует рассматривать это как норму.

4. Вызовы и способы их преодоления

4.1 Потенциальные вызовы

Рыночные вызовы:

- **Конкурентное давление**

: на платформах доставки еды представлено множество вариантов обедов и ресторанов, у клиентов большой выбор, поэтому выделиться благодаря уникальному вкусу и высокому качеству — сложная задача.

- **Низкая лояльность потребителей**

: клиенты сервисов доставки в основном совершают разовые покупки и не проявляют желания оформлять долгосрочные подписки, что требует постоянных затрат на маркетинг.

- **Колебания объема заказов**

: в будние дни количество заказов невелико (20–30), а в выходные или праздничные дни оно может резко возрастать до 80–100, что ставит под испытание операционные возможности.

Финансовые проблемы:

•

Напряжение с денежными потоками

: на начальном этапе объем заказов низкий (20 в день), и доходы могут не покрывать затраты на ингредиенты и комиссию платформы.

•

Скрытые затраты

: высокая комиссия платформы доставки (20–30 %), а также колебания цен на ингредиенты (зимой цены на овощи растут на 10–15 %) могут снизить валовую прибыль.

Операционные проблемы:

•

Нестабильность поставок ингредиентов

: свежие ингредиенты зависят от сезона, у поставщиков могут возникнуть перебои с поставками, что скажется на качестве блюд.

•

Нагрузка в часы пик

: резкий рост количества заказов в выходные или праздничные дни может привести к тому, что команда из 1–2 человек

не сможет своевременно завершить приготовление и упаковку блюд, что приведет к задержкам в доставке.

4.2 Решения

Реагирование на рыночную ситуацию:

- **Дифференцированные продукты**: внедрение эксклюзивного меню (например, здоровые блюда с низким гликемическим индексом, традиционные блюда народности хакка), чтобы избежать конкуренции с сетями по продаже готовых обедов. Предложение праздничных специальных наборов (например, праздничные ужины для всей семьи), чтобы привлечь заказы с высокой средней стоимостью.
- **Маркетинг** в **социальных сетях**: публикация аппетитных фотографий блюд и отзывов клиентов в Instagram и Facebook для формирования положительной репутации. Регулярное проведение дегустаций или предоставление промокодов для привлечения новых клиентов и поощрения подписки.
- **Клиентский опыт**: обеспечить красивую упаковку блюд (термосумки для поддержания температуры), предлагать индивидуальные ва-

рианты и оперативно реагировать на запросы, чтобы повысить рейтинг на платформе (цель — 4,8 звезды и выше).

Управление финансами:

•

Контроль затрат

: на начальном этапе снизить вложения за счёт использования бытового оборудования, точно рассчитывать закупки ингредиентов (потребность 20–50 порций в день) и сократить отходы.

•

Резервный план

: зарезервируйте 10 % средств (около 10 000–20 000 юаней) на случай колебаний цен на ингредиенты или ремонта оборудования. В низкий сезон можно сократить меню (до 3–5 блюд), чтобы снизить затраты.

•

Стратегия финансирования

: подать заявку на кредит для молодых предпринимателей, погашение в рассрочку снизит финансовую нагрузку. Провести переговоры с платформами доставки о снижении комиссии (например, при долгосрочном сотрудничестве до 15–20 %).

Операционные меры:

•

Управление цепочкой поставок

: сотрудничество с 2–3 поставщиками продуктов для

обеспечения стабильных поставок свежего мяса и овощей. Заключение долгосрочных контрактов с фиксированными ценами (ежемесячные затраты — 20 000–30 000).

•

Оптимизация персонала

: использовать рисоварки и вакуумные упаковочные машины для упрощения процессов приготовления и хранения. Обучить персонал выполнению нескольких задач одновременно; при необходимости нанимать курьеров на неполный рабочий день для работы в часы пик.

•

Стандартизация процессов

: разработать алгоритм приготовления каждого блюда (15–20 минут), чтобы обеспечить быструю подачу блюд в часы пик и снизить риск задержек.

5. Обмен опытом и выводы

5.1 Примеры из практики

История успеха: тайваньский проект «Кухня бабушки» «Кухня бабушки» была основана супружеской парой в 2022 году. Компания занимается доставкой блюд домашней кухни, специализируясь на традиционных тайваньских блюдах, и за полгода достигла ежемесячной чистой прибыли в 100 000 юаней. Ключевые факторы успеха следующие:

•

Нышная ниша

: ориентация на офисных работников района Нэйху в Тай-

бэе и выпуск здоровых обедов с низким содержанием жира (по 100–120 юаней за порцию), что позволило удовлетворить рыночный спрос на высококачественные домашние блюда.

- **Инновационное решение**

: прием заказов через Uber Eats и группы в LINE, предложение блюд с низким гликемическим индексом и вегетарианских вариантов, стабильный ежедневный объем заказов — 40–60 порций. Публикация историй о «рецептах бабушки» в социальных сетях, что позволило за полгода набрать 3 000 подписчиков.

- **Операционная стратегия**

: сотрудничество с местными продуктовыми рынками, контроль затрат на ингредиенты на уровне 20–25 юаней за порцию, валовая прибыль достигает 75%. Начальные вложения составили 100 000 юаней, окупаемость — 2,5 месяца.

Факторы успеха:

- **Точная позиционировка**

: акцент на здоровом питании и домашней кухне, удовлетворение потребностей офисных работников.

- **Использование технологий**

: платформы доставки и маркетинг в социальных сетях для увеличения количества заказов и повышения узнавае-

мости.

- **Контроль затрат**

: стабильная цепочка поставок и упрощенное меню обеспечивают высокую валовую прибыль.

5.2 Выводы и рекомендации

На что следует сосредоточиться на начальном этапе предпринимательства:

- **Сосредоточьтесь на качестве**

: обеспечьте стабильный вкус блюд и красивую упаковку, чтобы завоевать доверие клиентов и высокие оценки.

- **Создание истории бренда**

: привлечение лояльной аудитории с помощью эмоционального маркетинга (например, семейные рецепты).

- **Гибкая адаптация**

: корректируйте меню и запасы ингредиентов в зависимости от объема заказов, в низкий сезон сосредоточьтесь на позициях с высокой рентабельностью.

Учиться на ошибках:

- **Избегайте перегруженного меню**

: на начальном этапе слишком большое меню приводит к сложностям с подготовкой ингредиентов; количество блюд

следует ограничить 5–8 позициями и сосредоточиться на основных позициях.

- **Уделяйте внимание рейтингам на платформе**

: низкий рейтинг (менее 4,5 звезд) влияет на количество заказов, поэтому необходимо оперативно улучшать качество обслуживания или вкус блюд.

- **Финансовый менеджмент**

: Ежедневно фиксируйте затраты и доходы, чтобы избежать убытков из-за слишком высокой комиссии платформы.

Психологическая готовность к преодолению трудностей:

- **Придерживайтесь высоких стандартов качества**

: даже при низком количестве заказов сохраняйте высокие стандарты, чтобы заработать хорошую репутацию.

- **Быстрое обучение**

: при появлении жалоб клиентов или проблем с цепочкой поставок немедленно корректируйте процессы, повышая способность реагировать на изменения.

- **Командная работа**

: в небольшом коллективе необходимо эффективно распределять обязанности; руководитель должен подавать при-

мер и мотивировать сотрудников к совместному росту.

Заключение Доставка фирменных блюд из домашней кухни, благодаря отсутствию арендной платы, высокой валовой прибыли и гибкости управления, подходит для быстрого запуска небольшими командами. Благодаря уникальному меню, использованию технологий и точному позиционированию предприниматели могут выделиться на фоне конкурентов. Строгий контроль затрат и стабильная цепочка поставок являются ключом к долгосрочному успеху. В будущем сочетание подписочной модели и тренда на здоровое питание еще больше расширит бизнес-возможности.

Глава 3. Индивидуальные десерты от интернет-знаменитостей — «визуальная экономика» с высокой надбавкой

1. Почему стоит выбрать эту отрасль?

1.1 Обзор отрасли

Индивидуальные десерты для инфлюенсеров, особенно такие визуально привлекательные десерты, как баскский торт и макаруны, в последние годы вызвали настоящий бум на Тайване. Благодаря продвижению в социальных сетях (таких как Instagram и TikTok) они стали высокодоходным вариантом для предпринимательства. Согласно рыночным данным за 2024 год, объем рынка десертов на Тайване составляет около 30 млрд новых тайваньских юаней, а годовой темп роста — примерно 6–8 %, при этом доля индивидуальных заказов и визуально привлекательных десертов быстро растет. Потребители готовы платить более высокую цену за изысканные десерты, особенно молодежь, стремящаяся к «инстаграмным» моментам, что способствует росту средней цены за порцию (150–500 юаней).

Что касается конкуренции, рынок десертов, популярных в социальных сетях, является относительно новым: порог вхо-

да низкий, но требуются креативность и навыки маркетинга. Хотя сетевые кондитерские и крупные бренды выпечки занимают часть рынка, небольшие кондитерские, предлагающие десерты на заказ, благодаря уникальному дизайну и индивидуальному подходу могут быстро привлечь определённую целевую аудиторию. Применение технологий (таких как системы онлайн-заказов и маркетинг в социальных сетях) значительно снижает операционные затраты, что делает этот бизнес подходящим для стартапов с небольшой командой. К рискам относятся колебания цен на сырье и сезонность спроса (резкий рост заказов в праздничные периоды), однако высокая валовая рентабельность (70–85 %) и низкая нагрузка на запасы обеспечивают потенциал для получения сверхприбыли.

1.2 Рыночный спрос

Анализ целевой аудитории: Основная целевая аудитория — молодые женщины и молодые семьи в возрасте 18–35 лет со средним и высоким уровнем дохода (30 000–80 000 в месяц). Они активно пользуются социальными сетями, предпочитают визуально привлекательные десерты (например, баскский торт, макаруны) в качестве подарков на дни рождения, праздники или вечеринки, придавая большое значение внешнему виду и уникальному вкусу. Неудовлетворенные потребности включают высоко персонализированные десерты (например, с индивидуальными рисунками или особыми вкусами) и быструю доставку (в течение 1–2

дней). Средний чек составляет 150–500 юаней; потребители готовы платить надбавку за изысканную упаковку и историю бренда.

Почему потребители выбирают именно ваш продукт или услугу? Ключевыми факторами, побуждающими клиентов выбирать ваши десерты, являются их визуальная привлекательность и уникальность. Предлагая индивидуальный дизайн (например, макароны с ручной росписью, торты с тематикой дня рождения) и высококачественные ингредиенты, вы можете удовлетворить индивидуальные потребности клиентов. Публикация фотографий изысканных изделий и отзывов клиентов в социальных сетях помогает создать «эффект инфлюенсера», побуждая молодежь делиться ими и делать заказы. Быстрое реагирование и надежная доставка еще больше повышают уровень удовлетворенности.

1.3 Преимущества предпринимателя

Преимущества в плане навыков: Изготовление десертов на заказ требует базовых навыков выпечки, особенно при приготовлении сложных десертов, таких как баскский торт и макаруны. Если предприниматель обладает опытом выпечки или талантом к дизайну десертов, ему будет легче создавать уникальные продукты. Лица без опыта могут пройти краткосрочные курсы выпечки (стоимостью около 20 000–30 000 юаней), чтобы быстро освоить навыки.

Преимущества ресурсов: Деятельность можно вести из домашней кухни или небольшой мастерской, что позволяет

обойтись без аренды помещения и снизить начальные затраты. Имеющееся кулинарное оборудование (например, духовка, миксер) можно использовать повторно, необходимо лишь дополнить его профессиональными инструментами. Социальные сети предоставляют бесплатные каналы маркетинга; если у предпринимателя есть связи (например, сообщество любителей десертов или группы совместных покупок), он сможет быстро продвигать свою продукцию. Платформы доставки или логистические сервисы решают проблемы с доставкой и повышают эффективность работы.

Мотивация: Энтузиазм в отношении выпечки или дизайна десертов является ключом к успеху. В популярных десертах особое внимание уделяется креативности и эстетике; если предприниматель любит создавать изысканные десерты и делиться визуальными произведениями, это поможет сформировать сильную идентичность бренда и привлечь лояльную клиентскую базу.

1.4 Уникальная ценность

Как выделиться? Чтобы выделиться на рынке «вирусных» десертов, необходимо сосредоточиться на следующих стратегиях:

- **Фирменные продукты**: выпускайте эксклюзивные дизайны, такие как макаруны на заказ (с именем или рисунком) или сезонные баскские торты, чтобы удовлетворить праздничные и индивидуальные

потребности.

•

Инновационная модель

: предоставить систему онлайн-заказов (через LINE или собственный сайт), поддерживающую быструю персонализацию и предварительное бронирование доставки. Сочетать это с прямыми трансляциями процесса приготовления, чтобы привлечь подписчиков к взаимодействию.

•

Имидж бренда

: создание изысканного визуального стиля (например, упаковка в розовых тонах, фотографии в стиле «богема»), усиление эффекта популярности в социальных сетях.

•

Качество обслуживания

: предоставление консультаций по индивидуальным заказам и оперативное реагирование, обеспечение высокого качества доставки (например, доставка торта в целости и сохранности) для повышения удовлетворенности клиентов.

2. Как работать в этой отрасли?

2.1 Подготовительный этап

Навыки и знания:

•

Навыки выпечки

: освоить приготовление таких десертов, как баскский торт и макароны, пройти краткосрочные курсы по выпечке

(1–2 месяца, стоимость 20 000–30 000 юаней) или самостоятельно изучить профессиональные рецепты.

- **Безопасность пищевых продуктов**

: Получите сертификат по безопасности пищевых продуктов (HACCP, стоимость 3 000–5 000 юаней), чтобы обеспечить соответствие законодательству и требованиям платформ доставки.

- **Знания в области маркетинга**

: освойте ведение аккаунтов в социальных сетях (Instagram, TikTok), научитесь кулинарной фотографии и монтажу коротких видеороликов, чтобы привлекать онлайн-заказы.

- **Финансовый менеджмент**

: освойте ведение учета затрат (например, распределение затрат на сырьё) и управление заказами, чтобы обеспечить высокую валовую прибыль и стабильный денежный поток.

Исследование рынка:

- **Анализ конкурентов**

: изучите местных производителей десертов на заказ, зафиксируйте цены (макаруны — 30–50 юаней за штуку, баскский торт — 300–800 юаней), ассортимент продукции и модели обслуживания (сроки доставки, дизайн упаковки).

Проанализируйте сильные стороны конкурентов (например, быстрая доставка) и их слабые стороны (например, однообразие дизайна).

•

Предпочтения целевой аудитории

: с помощью социальных сетей или анкетных опросов выяснить предпочтения клиентов в отношении вкуса, внешнего вида и цены. Например, 80 % молодых женщин отдают предпочтение десертам с привлекательным внешним видом, а 60 % придают большое значение возможности индивидуализации.

Подготовка ресурсов:

•

Источники финансирования

: начальные вложения составляют примерно 100 000–180 000 юаней; источники включают личные сбережения, займы у родственников и друзей или кредиты для молодых предпринимателей (годовая процентная ставка 1–2 %).

Требования к оборудованию:

•

Оборудование для выпечки (духовка, миксер, формы): 40 000–70 000 юаней (использование бытового оборудования позволяет снизить затраты).

•

Упаковочные материалы (красивые коробки, ленты): 10 000–20 000 юаней.

- Система обработки заказов (планшет или смартфон): 5 000–8 000 юаней.

- **Кадровые ресурсы**

: на начальном этапе команда из 1–2 человек: один отвечает за выпечку и дизайн, другой — за обработку заказов и упаковку. В пик сезона можно нанять курьеров на неполный рабочий день (20–30 юаней за заказ).

- **Навыки руководителя**

: владелец должен обладать профессиональными навыками в области выпечки, творческим подходом к дизайну и умением общаться с клиентами, а также способностью оперативно реагировать на индивидуальные запросы.

2.2 Организационная структура

Модель ведения бизнеса:

- **Офлайн-модель**

: базируется на домашней кухне или небольшой мастерской, без затрат на аренду помещения, подходит для запуска с низким уровнем риска.

- **Онлайн-модель**

: прием заказов через социальные сети (Instagram, LINE)

и платформы доставки (Uber Eats, foodpanda). В будущем можно создать собственный сайт, чтобы снизить комиссию платформ (20–30 %).

Продукция или услуги:

•

Основная продукция

: в ассортименте преобладают десерты с высокой рентабельностью, такие как макаруны (себестоимость 5–8 юаней за штуку, цена 30–50 юаней) и баскский торт (себестоимость 50–80 юаней, цена 300–500 юаней). Меню состоит из 5–8 позиций, акцент делается на визуально привлекательные и индивидуализированные продукты.

•

Уникальные преимущества

: предоставление индивидуального дизайна (например, надписи на макаронах, тематическая

форма торта) и необычных вкусов (например, макароны со вкусом личи) для удовлетворения праздничного спроса.

•

Дополнительная ценность

: запуск подписки (например, ежемесячной коробки с десертами) или праздничных подарочных наборов для увеличения стабильного дохода.

Повседневная деятельность:

Привлечение клиентов:

•

Первые клиенты

: привлечение заказов с помощью публикации красивых фотографий десертов и проведения дегустаций в Instagram в сочетании с промоакциями на платформе (например, скидка 10 % на первый заказ).

•

Постоянные клиенты

: обеспечивайте стабильное качество и индивидуальный подход, рассылайте эксклюзивные скидки через группу в LINE, чтобы стимулировать повторные заказы.

Управление цепочкой поставок:

•

Стабильные поставки

: сотрудничество с поставщиками ингредиентов для выпечки (сливочное масло, шоколад) для обеспечения стабильного качества; ежемесячные затраты составляют 15 000–25 000 юаней.

•

Управление запасами

: закупки осуществляются в соответствии с объемом заказов (10–30 порций в день), что позволяет избежать просрочки или потери сырья.

Кадровое обеспечение:

•

На начальном этапе — 1–2 человека с распределением обязанностей; использование автоматизированных инстру-

ментов (например, электрического миксера) снижает потребность в рабочей силе.

•

Распределение обязанностей: выпечка и дизайн (1 человек), обработка заказов и упаковка (1 человек, при необходимости выполняет обе функции).

3. Стартовый бюджет и анализ затрат

3.1 Постоянные затраты

•

Аренда помещения

: использование домашней кухни или небольшой мастерской, отсутствие затрат на аренду (аренда мастерской составляет около 10 000–20 000 в месяц).

Расходы на оборудование:

•

Оборудование для выпечки (духовка, миксер, формы): 40–70 тысяч юаней

(при использовании бытового оборудования затраты можно снизить до 30–50 тысяч юаней).

•

Упаковочные материалы (красивые коробки, ленты): 10 000–20 000 юаней.

•

Система обработки заказов (для планшета или смартфона): 5 000–8 000 юаней.

- **Расходы на оформление**

: нет физического магазина, требуется только разработка фирменного стиля (логотип, наклейки на упаковку), примерно 5 000–10 000 юаней.

3.2 Переменные затраты

- **Затраты на сырье**

: 15 000–25 000 юаней в месяц, в зависимости от объема заказов и колебаний цен на сырье (шоколад и сливки зимой немного дорожают). Себестоимость одного десерта составляет 20–80 юаней (макарон — 5–8 юаней за штуку, торт — 50–80 юаней).

- **Заработная плата сотрудников**

: на начальном этапе 1–2 человека работают самостоятельно, затрат на заработную плату нет. В пик сезона нанимаются курьеры-подработчики, оплата за заказ составляет 20–30 юаней, ежемесячные затраты — 3 000–8 000 юаней.

Коммунальные и прочие расходы:

- Вода, электричество, газ: 2 000–4 000 юаней в месяц (разделены по домохозяйствам).
- Комиссия платформы доставки: 20–30 %, что составляет примерно 5 000–15 000 юаней от дохода от доставки.

•

Прочее (чистящие средства, расходы на маркетинг): 2 000–4 000 юаней в месяц.

3.3 Начальные вложения

Общая сумма инвестиций: 100 000–180 000 юаней, включая оборудование (50 000–80 000), первую партию сырья (20 000–30 000) и разработку бренда и упаковки (10 000–20 000).

3.4 Ожидаемая прибыль

Источники дохода:

•

По консервативным оценкам

: 10–30 заказов в день, в среднем по 300 юаней за заказ (макаруны — 180 юаней за коробку из 6 штук, торты — 300–500 юаней), дневной доход 3 000–9 000 юаней. За вычетом затрат (60 юаней на заказ, включая сырьё и накладные расходы), дневная чистая прибыль составляет 2 400–7 200 юаней.

•

Прочие доходы

: подписка или праздничные подарочные наборы, дополнительный ежемесячный доход 5 000–20 000 юаней.

Срок окупаемости:

•

Работаем 25 дней в месяц, чистая прибыль составляет 60 000–180 000 юаней, начальные вложения — 100 000–180

000 юаней, окупаемость — 1,5–3 месяца. В низкий сезон (не в праздничные дни) срок окупаемости может увеличиться до 3–4 месяцев.

Анализ объёма заказов: 30 заказов в день — это разумная цель; на начальном этапе количество заказов может составлять всего 10–15, но по мере роста популярности в социальных сетях оно может достигать 30–50. В праздничные дни (например, на Рождество или День святого Валентина) количество заказов может достигать 80–100, но не следует рассматривать это как норму.

4. Вызовы и способы их преодоления

4.1 Потенциальные вызовы

Рыночные вызовы:

- **Конкурентное давление**: на рынке десертов много конкурентов, включая сетевые кондитерские и других производителей на заказ; вызов заключается в том, как выделиться благодаря уникальному дизайну и высокому качеству.
- **Низкая лояльность потребителей**: десерты в большинстве случаев являются одноразовыми покупками (например, торты на день рождения), поэтому для привлечения новых клиентов требуется постоянный маркетинг, что увеличивает затраты.
-

Колебания объема заказов

: в будние дни количество заказов невелико (10–15 штук), а в праздничные дни оно может резко возрасти до 80–100 штук, что ставит под испытание производственные и логистические возможности.

Финансовые проблемы:

•

Напряжённость с денежными потоками

: на начальном этапе объём заказов низкий (10 заказов в день), и доходы могут не покрывать затраты на сырьё и комиссионные платформы.

•

Скрытые затраты

: колебания цен на высококачественные ингредиенты (например, импортный шоколад) (рост на 10–15 % зимой) в сочетании с комиссией платформы (20–30 %) могут снизить валовую прибыль.

Операционные проблемы:

•

Нестабильность поставок сырья

: возможны перебои с поставками высококачественного сырья (например, сливок, шоколада), что может повлиять на качество продукции.

•

Нагрузка в пиковые периоды

: резкий рост количества заказов в праздничные дни, ко-

гда команда из 1–2 человек может не успеть своевременно выполнить изготовление и упаковку, что приведет к задержкам или снижению качества.

4.2 Решения

Реагирование на рыночную ситуацию:

- **Дифференциация продукции**

: выпуск эксклюзивных дизайнов (например, макароны на заказ, тематические торты) для избегания конкуренции с сетевыми брендами. Предложение праздничных подарочных наборов (например, наборы ко Дню святого Валентина) для привлечения заказов с высокой стоимостью.

- **Маркетинг в социальных сетях**

: публикация видеороликов о процессе изготовления и отзывов клиентов в Instagram и TikTok для создания эффекта «инфлюенсера». Регулярное проведение розыгрышей или дегустаций для привлечения новых клиентов и повышения вовлеченности подписчиков.

- **Клиентский опыт**

: обеспечить изысканный внешний вид десертов и их сохранность при доставке, предоставлять индивидуальные консультации и оперативно отвечать на запросы, повысить рейтинг на платформе (цель — 4,8 звезды и выше).

Управление финансами:

•

Контроль затрат

: на начальном этапе снизить вложения за счет использования бытового оборудования, точно рассчитывать закупки сырья (потребность 10–30 порций в день) и сократить отходы.

•

Резервный план

: зарезервировать 10 % средств (около 10 000–20 000 юаней) на случай колебаний цен на сырье или ремонта оборудования. В межсезонье сократить ассортимент продукции (до 3–5 наименований) для снижения затрат.

•

Стратегия финансирования

: подать заявку на кредит для молодых предпринимателей, погашение в рассрочку снизит финансовую нагрузку. Провести переговоры с платформами доставки еды о снижении доли комиссии (например, при долгосрочном сотрудничестве до 15–20 %).

Операционные меры:

•

Управление цепочкой поставок

: сотрудничество с 2–3 поставщиками ингредиентов для выпечки, чтобы обеспечить стабильные поставки сливочного масла и шоколада. Заключение долгосрочных контрактов с фиксированными ценами (ежемесячные затраты — 15–25

тысяч).

- **Оптимизация персонала**

: использование электрических миксеров и форм для упрощения производственного процесса. Обучение персонала выполнению нескольких задач одновременно; при необходимости — найм внештатных курьеров для работы в пиковые периоды, связанные с праздниками.

- **Стандартизация процессов**

: разработать технологический процесс изготовления каждого десерта (макаруны — 30 минут на партию, торты — 2 часа), чтобы обеспечить быструю отгрузку в пиковые периоды и снизить риск задержек.

5. Обмен опытом и выводы

5.1 Примеры из практики

История успеха: «Sweetheart Workshop» в Гаосюне «Sweetheart Workshop» была основана в 2023 году командой из двух человек и специализируется на изготовлении макарон и баскских тортов на заказ. За полгода компания достигла ежемесячной чистой прибыли в 120 000 юаней. Ключевые факторы успеха следующие:

- **Ниша на рынке**

: ориентация на молодых женщин Гаосюна, выпуск макарон на заказ (с надписями и рисунками) и праздничных тор-

тов, что позволило удовлетворить местный спрос на десерты с ярким внешним оформлением.

- **Инновационное решение**

: демонстрация процесса приготовления в прямых эфирах в Instagram в сочетании с системой заказов через LINE, доставка в течение одного дня, стабильный ежедневный объем заказов — 20–40 штук. За полгода набрано 5 000 подписчиков.

- **Операционная стратегия**

: сотрудничество с поставщиками импортного сырья позволило удержать себестоимость на уровне 50–80 юаней за штуку при цене продажи 300–500 юаней, что обеспечило валовую прибыль в 80 %. Начальные инвестиции

составили 120 000 юаней, окупаемость достигнута за 2 месяца.

Факторы успеха:

- **Точное позиционирование**

: акцент на визуально привлекательные и индивидуализированные десерты, отвечающие потребностям молодежи.

- **Применение технологий**

: маркетинг в социальных сетях и онлайн-заказы повышают эффективность и узнаваемость бренда.

•

Контроль затрат

: стабильная цепочка поставок и упрощение ассортимента обеспечивают высокую валовую прибыль.

5.2 Выводы и рекомендации

На что следует сосредоточиться на начальном этапе предпринимательства:

•

Уделяйте особое внимание дизайну и качеству

: обеспечьте изысканный внешний вид и стабильный вкус десертов, чтобы завоевать доверие клиентов и получить высокие оценки.

•

Создание «эффекта инфлюенсера

»: быстрое повышение узнаваемости бренда с помощью визуального маркетинга (например, коротких видеороликов).

•

Гибкая адаптация

: корректировка ассортимента с учетом праздничного спроса (упрощение меню в будние дни, выпуск подарочных наборов к праздникам) для обеспечения стабильного дохода.

Учиться на ошибках:

•

Избегайте чрезмерной индивидуализации

: на начальном этапе слишком много индивидуальных за-

казов увеличивает время приготовления, поэтому следует установить стандартные варианты (например, 5 вкусов).

- **Уделяйте внимание рейтингу на платформе**

: низкий рейтинг (менее 4,5 звезд) влияет на количество заказов, поэтому необходимо оперативно улучшить упаковку или процесс доставки.

- **Финансовый менеджмент**

: ежедневно фиксируйте расходы и доходы, чтобы избежать убытков из-за растраты сырья или чрезмерных рекламных акций.

Психологическая готовность к преодолению трудностей:

- **Будьте креативны**

: даже при низком объеме заказов продолжайте разрабатывать инновационные дизайны, чтобы заработать хорошую репутацию.

- **Быстрое обучение**

: при появлении жалоб клиентов или проблем с поставками немедленно корректируйте процессы, повышая способность реагировать на изменения.

- **Командная работа**

: в небольшом коллективе необходимо эффективно распределять обязанности; руководитель должен подавать пример и мотивировать сотрудников к совместному росту.

Заключение Изготовление десертов на заказ для инфлюенсеров, благодаря низким затратам, высокой рентабельности и визуальной привлекательности, подходит для стартапа с небольшой командой. Благодаря уникальному дизайну, применению технологий и точному позиционированию предприниматели могут выделиться на фоне конкурентов. Строгий контроль затрат и стабильная цепочка поставок являются залогом долгосрочного успеха. В будущем сочетание подписочной модели и праздничных возможностей позволит еще больше увеличить доходы.

Глава 4. Мобильные кофейные фургоны — гибкие и маневренные возможности для бизнеса по продаже свежесмолотого кофе

1. Почему стоит выбрать эту отрасль?

1.1 Обзор отрасли

Мобильные кофейные фургоны, как новая модель предпринимательства в сфере общественного питания, благодаря гибкости в выборе места работы, высокой валовой прибыли и быстрому денежному потоку стали популярным выбором для стартапов с небольшой командой. Согласно рыночным данным за 2024 год, объем кофейного рынка Тайваня составляет около 40 млрд новых тайваньских долларов, а годовой темп роста — около 5–7 %, при этом спрос на свежемолотый кофе и мобильные кофейные фургоны быстро растет. По мере роста предпочтений городских офисных работников к кофе высокого качества мобильные кофейные фургоны, специализирующиеся на обслуживании офисных районов, университетских кампусов и мест проведения мероприятий, предлагают удобный свежемолотый кофе, заполняя нишу, которую не могут покрыть традиционные кофейни.

Что касается конкуренции, рынок мобильных кофе-фургонов является относительно новым, и уровень конкуренции на нём ниже, чем у сетевых кофеен. Хотя рынок доминируют такие бренды, как Starbucks и Louisa, мобильные кофе-фургоны привлекают определённую целевую аудиторию благодаря низким затратам, гибкости и высокой цене за чашку (50–100 тайваньских юаней).Применение технологий (таких как мобильные платежи и маркетинг в социальных сетях) дополнительно повышает эффективность работы, что делает этот бизнес подходящим для стартапа с командой из 1–3 человек. К рискам относятся влияние погодных условий (снижение потока клиентов в дождливую погоду) и проблемы с получением разрешений на размещение, однако высокая валовая рентабельность (150–200 %) и низкая нагрузка на запасы обеспечивают потенциал для получения сверхприбыли.

1.2 Рыночный спрос

Анализ целевой аудитории: Основная целевая аудитория — городские офисные работники, студенты и участники мероприятий в возрасте от 20 до 40 лет с доходом среднего и высокого уровня (30 000–80 000 юаней в месяц). Они ценят высококачественный свежесмолотый кофе (например, латте, американо), придают большое значение быстрому обслуживанию и удобству, особенно в офисных районах или вблизи университетских кампусов. Неудовлетворенные потребности включают быструю выдачу заказа (в течение 5 минут) и кофейные новинки (например, холодный кофе, кофе с

азотом).Средний чек составляет 50–80 юаней; потребители готовы платить надбавку за высокое качество и уникальный опыт.

Почему выбирают именно ваш продукт или услугу? Ключевыми факторами, побуждающими клиентов выбирать ваш кофейный фургон, являются высокое качество кофе и удобство обслуживания. Предложение кофе свежего помола и фирменных напитков (например, сезонных вкусов) удовлетворяет стремление офисных работников к качеству. Мобильные платежи и быстрое обслуживание отвечают потребностям занятых клиентов. В социальных сетях демонстрируются уникальный дизайн кофейного фургона и взаимодействие с клиентами, что дополнительно привлекает молодежь к публикации фотографий и размещению заказов.

1.3 Преимущества предпринимателя

Преимущества в плане навыков: Для управления кофейным фургоном необходимы базовые навыки приготовления кофе, такие как ручная заварка, лате-арт и приготовление эспрессо. Если предприниматель имеет опыт работы бариста или разбирается в кофейной культуре, ему будет проще создавать продукцию высокого качества. Лица без опыта могут пройти краткосрочные курсы по приготовлению кофе (стоимостью около 10 000–20 000 юаней), чтобы быстро освоить навыки.

Преимущества в плане ресурсов: Мобильному кофейному фургону не требуется стационарное помещение, поэто-

му начальные вложения (200–350 тысяч) ниже, чем у традиционных кофеен (более 1 миллиона). Имеющийся транспорт (например, небольшой фургон) можно переоборудовать, что позволяет сэкономить средства. Мобильные платежи и социальные сети предоставляют недорогие каналы продвижения; если у предпринимателя есть связи (например, с администрацией офисных районов или организаторами мероприятий), он может получить выгодные места для стоянки. Платформы доставки или местные группы по совместным покупкам позволяют ещё больше расширить круг клиентов.

Мотивация: Энтузиазм по отношению к кофейной культуре или обслуживанию клиентов является ключом к успеху. Мобильные кофейные фургоны делают акцент на мобильности и взаимодействии; если предприниматель любит готовить кофе и общаться с клиентами, он сможет сформировать лояльность к бренду и привлечь постоянных клиентов.

1.4 Уникальное ценностное предложение

Как выделиться? Чтобы выделиться на рынке мобильных кофемашин, необходимо сосредоточиться на следующих стратегиях:

- **Уникальные продукты**: предлагайте эксклюзивные сорта кофе (например, холодный кофе с азотом, сезонные вкусы) или здоровые варианты (например, латте без сахара, овсяное молоко), чтобы удовлетворить разнообразные потребности.

•

Инновационные модели

: интегрировать мобильные платежи (LINE Pay, Jiekou Pay) и систему предварительного заказа, чтобы сократить время ожидания клиентов. Участие в мероприятиях (например, ярмарках, корпоративных презентациях) для повышения узнаваемости.

•

Имидж бренда

: создание визуально привлекательных кофейных фургонов (например, в ретро-стиле или с дизайном для интеллектуалов) в сочетании с изысканными чехлами для стаканов, чтобы привлечь пользователей социальных сетей к публикации фотографий.

•

Качество обслуживания

: быстрое обслуживание (приготовление одной чашки занимает 2–3 минуты) и дружелюбие персонала, что обеспечивает высокий уровень удовлетворённости и повторных покупок.

2. Как работать в этой отрасли?

2.1 Подготовительный этап

Навыки и знания:

•

Приготовление кофе

: освойте техники ручного заваривания, приготовления

эспрессо и латте-арта, пройдите краткосрочный курс по кофе (1 месяц, стоимость 10 000–20 000 юаней) или самостоятельно изучите профессиональные рецепты.

- **Безопасность пищевых продуктов**

: Получите сертификат по безопасности пищевых продуктов (HACCP, стоимость 3 000–5 000 юаней), чтобы обеспечить соответствие законодательству и требованиям платформ доставки.

- **Знания в области маркетинга**

: освойте ведение аккаунтов в социальных сетях (Instagram, Facebook), научитесь фотографировать кофейный фургон и снимать короткие видеоролики, чтобы привлекать онлайн-заказы.

- **Финансовый менеджмент**

: освойте ведение учета затрат (например, распределение затрат на кофейные зёрна) и управление заказами, чтобы обеспечить высокую валовую прибыль и стабильный денежный поток.

Исследование рынка:

- **Анализ конкурентов**

: изучите местные кофейные фургоны и сетевые кофейни, зафиксируйте цены (50–100 юаней за чашку), популярные

позиции (латте, американо) и модели обслуживания (уровень использования мобильных платежей). Проанализируйте сильные стороны конкурентов (например, быстрое обслуживание) и их слабые стороны (например, ограниченный ассортимент).

•

Предпочтения целевой аудитории

: с помощью опросов в социальных сетях или личных бесед выясняем предпочтения клиентов в отношении вкуса, цены и скорости обслуживания. Например, 70 % офисных работников предпочитают быстрое обслуживание, а 50 % ценят кофейные новинки.

Подготовка ресурсов:

•

Источники финансирования

: начальные вложения составляют примерно 200–350 тысяч юаней; источники включают личные сбережения, займы у родственников и друзей или кредиты для молодых предпринимателей (годовая процентная ставка 1–2 %).

Требования к оборудованию:

•

Переоборудование автомобиля (кофемашина, генератор, место для хранения): 100 000–150 000 юаней (при переоборудовании подержанного автомобиля стоимость может снизиться до 80 000–100 000 юаней).

•

Кофейное оборудование (эспрессо-машина, приспособления для ручной заварки): 50 000–80 000 юаней.

•

Упаковка и посуда (бумажные стаканчики, чехлы для стаканов): 10 000–20 000 юаней.

•

Система мобильных платежей: 5 000–8 000 юаней.

•

Персонал

: на начальном этапе команда из 1–2 человек: один отвечает за приготовление кофе и обслуживание, другой — за обработку заказов и уборку. В пик сезона можно нанять сотрудников на неполный рабочий день (почасовая оплата 160–200 юаней).

•

Навыки руководителя

: владелец должен обладать профессиональными знаниями в области кофе, умением управлять временем и чутьем при выборе места, а также способностью быстро обслуживать клиентов в часы пик.

2.2 Организация бизнеса

Модель ведения бизнеса:

•

Офлайн-модель

: мобильный кофейный фургон паркуется в офисных рай-

онах, на территории учебных заведений или на площадках проведения мероприятий; арендная плата низкая (100–500 юаней в день или бесплатно), стабильный поток посетителей.

- **Онлайн-режим**

: интеграция с платформами доставки (Uber Eats, foodpanda) и бронированием через социальные сети (группы в LINE) позволяет расширить круг клиентов, однако требует выплаты комиссии в размере 20–30 %.

Продукты или услуги:

- **Основной ассортимент**

: кофейные напитки с высокой рентабельностью, такие как латте (себестоимость 8–12 юаней, цена 50–70 юаней), американо и холодный кофе. Меню ограничено 6–8 позициями для обеспечения качества и скорости обслуживания.

- **Уникальные преимущества**

: предложение фирменных напитков (например, кофе с азотом, сезонные вкусы)

и быстрое обслуживание, отвечающее потребностям офисных работников.

- **Дополнительная ценность**

: введение карточки лояльности (10 покупок — 1 бесплатно) или корпоративной подписки (например, еженедельная

доставка кофе) для увеличения стабильного дохода.

Повседневная деятельность:

Привлечение клиентов:

•

Первые посетители

: публикация фотографий кофейного фургона и анонсов дегустаций в Instagram в сочетании с промоакциями (например, «вторая чашка за полцены») для привлечения внимания.

•

Постоянные клиенты

: обеспечение стабильного качества и быстрого обслуживания, рассылка купонов через группу в LINE для стимулирования повторных покупок.

Управление цепочкой поставок:

•

Стабильные поставки

: сотрудничество с поставщиками кофейных зерен и молочных продуктов для обеспечения стабильного качества; ежемесячные затраты составляют 20 000–30 000 юаней.

•

Управление запасами

: Ежедневный прогноз объема продаж (100–150 чашек), точные закупки, предотвращение потерь кофейных зерен и свежего молока.

Кадровое обеспечение:

•

На начальном этапе — 1–2 человека с распределением обязанностей; автоматизированное оборудование (например, кофемашина эспрессо) снижает потребность в персонале.

•

Распределение обязанностей: приготовление и обслуживание (1 человек), прием заказов и уборка (1 человек, при необходимости выполняет обе функции).

3. Стартовый бюджет и анализ затрат

3.1 Постоянные затраты

•

Аренда помещения

: нет постоянного помещения, аренда стоянки составляет 100–500 юаней в день, в среднем 2 000–10 000 юаней в месяц (в некоторых местах бесплатно).

Расходы на оборудование:

•

Переоборудование автомобиля (кофемашина, генератор): 100 000–150 000 юаней.

•

Кофейное оборудование (эспрессо-машина, приспособления для ручной заварки): 50 000–80 000 юаней.

•

Упаковка и посуда (бумажные стаканчики, чехлы для стаканов): 10 000–20 000 юаней.

- Система мобильных платежей: 5 000–8 000 юаней.

- **Расходы на оформление**: дизайн экстерьера кофейного фургона (роспись кузова, логотип): 10 000–20 000 юаней.

3.2 Переменные затраты

- **Затраты на сырье**: 20 000–30 000 юаней в месяц, в зависимости от объема продаж и колебаний цен на кофейные зёрна (цены на импортные зёрна зимой немного растут). Себестоимость одной чашки составляет 8–15 юаней (латте — 8–12 юаней, холодный кофе — 12–15 юаней).

- **Заработная плата сотрудников**: на начальном этапе 1–2 человека работают самостоятельно, затрат на заработную плату нет. В пик сезона нанимаются сотрудники на неполный рабочий день, почасовая оплата составляет 160–200 юаней, ежемесячные затраты — 5 000–12 000 юаней.

Коммунальные услуги и прочие расходы:

- Топливо для генератора, вода и электричество: 3 000–5 000 юаней в месяц.

-

Комиссия платформ доставки: 20–30 %, что составляет примерно 5 000–15 000 юаней от дохода от доставки.

-

Прочее (чистящие средства, расходы на маркетинг): 2 000–4 000 юаней в месяц.

3.3 Начальные вложения

Общая сумма инвестиций: 200 000–350 000 юаней, включая переоборудование автомобиля (100 000–150 000), оборудование (60 000–100 000), первую партию сырья (20 000–30 000) и дизайн и упаковку (20 000–30 000).

3.4 Ожидаемая прибыль

Источники дохода:

-

По консервативным оценкам

: 100–150 чашек в день, в среднем 60 юаней за чашку, дневной доход 6 000–9 000 юаней. За вычетом затрат (12 юаней за чашку, включая сырьё и накладные расходы) чистая дневная прибыль составляет 4 800–7 200 юаней.

-

Прочие доходы

: корпоративные подписки или партнерство в рамках мероприятий, дополнительный доход 5 000–15 000 юаней в месяц.

Срок окупаемости:

-

Работаем 25 дней в месяц, чистая прибыль составляет 120–180 тысяч юаней, начальные вложения — 200–350 тысяч юаней, окупаемость — 2–3 месяца. В низкий сезон (сезон дождей) срок окупаемости может увеличиться до 3–4 месяцев.

Анализ объемов продаж: Реалистичная цель — 150 чашек в день; на начальном этапе объем продаж может составлять всего 80–100 чашек, но по мере оптимизации местоположения и повышения узнаваемости бренда он может вырасти до 150–200 чашек. В дни проведения мероприятий или в пик сезона объем продаж может достигать 250 чашек, однако не следует рассматривать это как норму.

4. Вызовы и меры по их преодолению

4.1 Потенциальные вызовы

Рыночные вызовы:

•

Конкурентное давление

: в офисных районах может наблюдаться конкуренция со стороны сетевых кофеен или мини-маркетов; задача состоит в том, как выделиться на фоне конкурентов благодаря высокому качеству и быстрому обслуживанию.

•

Низкая лояльность потребителей

: офисные работники в основном совершают разовые покупки, поэтому необходимо проводить постоянные маркетинговые мероприятия для привлечения постоянных клиен-

тов.

- **Колебания объемов продаж**

: в дождливые дни или в низкий сезон (зимние и летние каникулы) посещаемость снижается на 20–30 %, что сказывается на стабильности доходов.

Финансовые проблемы:

- **Напряженность денежного потока**

: на начальном этапе объемы продаж низкие (80 чашек в день), и доходов может не хватить на покрытие расходов на техническое обслуживание автомобиля и сырье.

- **Скрытые затраты**

: колебания цен на кофейные зёрна (рост цен на импортные зёрна на 10–15 %) и повышение арендной платы за стояночные места могут снизить валовую прибыль.

Операционные проблемы:

- **Ограничения по местоположению**

: в некоторых офисных районах или на территории учебных заведений требуется разрешение; процедура подачи заявки может быть сложной, а арендная плата — подвержена временным изменениям.

- **Нагрузка в часы пик**

: резкий рост количества заказов утром и в обеденное время; команда из 1–2 человек может не успевать обслуживать клиентов, что приведет к их оттоку.

4.2 Решения

Реакция на рыночную ситуацию:

- **Дифференцированный ассортимент**

: запуск фирменных сортов кофе (например, холодный кофе с азотом, ограниченные серии), чтобы избежать конкуренции с сетевыми брендами. Предложение скидок для корпоративных заказов (например, 20 % на каждую чашку) для привлечения стабильного потока заказов.

- **Маркетинг в социальных сетях**

: публикация в Instagram и TikTok видео о повседневной жизни кофейного фургона и взаимодействии с клиентами для создания эффекта «инфлюенсера». Регулярное проведение дегустаций или программ накопления баллов для привлечения постоянных клиентов.

- **Клиентский опыт**

: обеспечить время приготовления каждой чашки в пределах 2–3 минут, дополнять напитки изящными чехлами для стаканов и дружелюбным обслуживанием, повышая удовлетворенность клиентов.

Управление финансами:

- **Контроль затрат**

: на начальном этапе использовать переоборудованный подержанный автомобиль (экономия 30–50 тысяч), точно рассчитывать закупки кофейных зерен (потребность 100–150 чашек в день), сокращая отходы.

- **Резервный план**

: зарезервировать 10 % средств (около 20 000–30 000) на случай ремонта автомобиля или колебаний цен на сырье. В межсезонье переориентироваться на проведение мероприятий на открытых площадках (например, ярмарки) для поддержания дохода.

- **Стратегия финансирования**

: подать заявку на кредит для молодых предпринимателей, погашение в рассрочку снизит финансовую нагрузку. Провести переговоры с администрацией места расположения о предоставлении разрешения на парковку бесплатно или по сниженной цене.

Операционные меры:

- **Управление локациями**

: заключение долгосрочных договоров на размещение с несколькими офисными комплексами или университетскими городками для обеспечения стабильного потока клиен-

тов. Резервирование 2–3 локаций на случай проблем с получением разрешений.

- **Оптимизация персонала**

: использование автоматических кофемашин эспрессо и мобильных платежей для сокращения потребности в персонале в часы пик. Обучение персонала выполнению нескольких задач одновременно, при необходимости — найм сотрудников на неполный рабочий день
для работы в пиковый сезон.

- **Стандартизация процессов**

: разработать стандартный процесс приготовления каждой чашки кофе (2–3 минуты), чтобы обеспечить быструю выдачу заказов в часы пик и сократить время ожидания клиентов.

5. Обмен опытом и выводы

5.1 Примеры из практики

История успеха: тайваньская «Roaming Coffee» «Man You Coffee» была основана в 2023 году командой из трёх человек и специализируется на свежесмолотом кофе для офисных районов; за полгода компания достигла ежемесячной чистой прибыли в 150 000 юаней. Ключевые факторы успеха следующие:

- **Рыночная ниша**

: ориентация на офисный район Нейке в Тайбэе, запуск

кофе, приготовленного методом холодного заваривания с азотом, и кофе со здоровым овсяным молоком, что позволило удовлетворить спрос на высококачественный свежемолотый кофе.

- **Инновационное решение потребностей**

: благодаря системе бронирования через LINE клиенты могут заказывать кофе заранее, что сокращает время ожидания; ежедневный объем продаж стабильно составляет 120–150 чашек. В Instagram публикуются фотографии ретро-дизайна кофейного фургона, что позволило за полгода набрать 4 000 подписчиков.

- **Операционная стратегия**

: сотрудничество с местными поставщиками кофейных зерен позволило удержать себестоимость на уровне 10–12 юаней за чашку при цене продажи 60–80 юаней, что обеспечило валовую прибыль в 80 %. Начальные вложения составили 250 000 юаней, окупаемость — 2,5 месяца.

Факторы успеха:

- **Точное позиционирование**

: ориентация на спрос на высококачественный кофе в офисных районах, что позволяет избежать конкуренции со стороны сетевых брендов.

-

Использование технологий

: мобильные платежи и маркетинг в социальных сетях повышают эффективность и узнаваемость.

•

Контроль затрат

: стабильная цепочка поставок и упрощенное меню обеспечивают высокую валовую прибыль.

5.2 Выводы и рекомендации

На что следует сосредоточиться на начальном этапе предпринимательства:

•

Сосредоточьтесь на качестве и скорости

: обеспечьте стабильный вкус кофе и быстрое обслуживание, чтобы завоевать доверие офисных работников

.

•

Формирование имиджа бренда

: быстрое повышение узнаваемости с помощью визуального маркетинга (например, дизайн кофейного фургона).

•

Гибкая адаптация

: корректировка бизнес-стратегии в зависимости от местоположения и сезона, переориентация на проведение мероприятий в низкий сезон.

Учиться на ошибках:

•

Избегайте зависимости от
одного
места
: работа в одном месте может быть прервана из-за проблем с разрешениями, поэтому следует иметь в запасе несколько точек остановки.

- **Прислушиваться к отзывам клиентов**
: если вкус кофе или качество обслуживания оставляют желать лучшего, немедленно корректируйте рецептуру или рабочие процессы.

- **Управление финансами**
: ежедневно фиксируйте расходы и доходы, чтобы избежать убытков из-за ремонта автомобиля или чрезмерных расходов на промоакции.

Психологическая готовность преодолевать трудности:

- **Соблюдайте высокие стандарты качества**
: даже при низких объемах продаж придерживайтесь высоких стандартов, чтобы заработать хорошую репутацию.

- **Быстрое обучение**
: при ограничениях по месту расположения или жалобах клиентов немедленно ищите альтернативные решения, по-

вышая способность адаптироваться к изменениям.

- **Командная работа**

: в небольшом коллективе необходимо эффективно распределять обязанности; владелец должен подавать пример и мотивировать сотрудников к совместному росту.

Заключение Мобильная кофейная машина, благодаря своей гибкости, высокой рентабельности и быстрой окупаемости, подходит для стартапа с небольшой командой. Благодаря уникальным сортам кофе, использованию технологий и тщательному выбору местоположения предприниматели могут выделиться на фоне конкурентов. Строгий контроль затрат и стабильная цепочка поставок являются залогом долгосрочного успеха. В будущем сочетание корпоративных подписок и сотрудничества в рамках мероприятий позволит ещё больше расширить бизнес-возможности.

Глава 5. Продажа замороженных готовых блюд — модель массового производства домашней еды без потерь

1. Почему стоит выбрать эту отрасль?

1.1 Обзор отрасли

Продажа замороженных готовых блюд — это модель предпринимательства в сфере общественного питания, которая стала популярной в последние годы. Благодаря массовому производству, низким потерям и высокой валовой прибыли она стала идеальным выбором для стартапов с небольшим штатом сотрудников. Согласно рыночным данным за 2024 год, объем рынка замороженных продуктов в Тайване составляет около 25 млрд новых тайваньских долларов, а годовой темп роста — около 7–9 %, причем спрос на готовые блюда домашней кухни растет особенно быстро. В связи с напряжённым ритмом городской жизни и ростом «экономики одиночек» растёт спрос потребителей на удобные, быстрые в приготовлении и высококачественные замороженные готовые наборы для приготовления блюд, особенно со стороны офисных работников и молодых семей.

Что касается конкуренции, рынок замороженных готовых

блюд относительно фрагментирован, а уровень конкуренции ниже, чем в сегменте традиционных ресторанов или доставки готовых обедов. Хотя крупные пищевые предприятия и сетевые бренды (такие как «Цюаньлюнь» и «Гуйгуан») занимают часть рынка, небольшие производители готовых блюд, благодаря местным особенностям и индивидуализированным продуктам, могут восполнить пробел на рынке высококачественных домашних блюд. Применение технологий (таких как электронные торговые платформы и логистика холодовой цепи) снижает барьеры для входа на рынок, что делает этот бизнес подходящим для стартапов с командой из 1–3 человек. Риски включают инвестиции в холодильное оборудование и логистические расходы, однако высокая валовая прибыль (60–80 %) и модель хранения с нулевыми потерями обеспечивают потенциал для получения сверхприбыли.

1.2 Рыночный спрос

Анализ целевой аудитории: Основная целевая аудитория — городские офисные работники, одинокие люди и молодые семьи в возрасте 25–45 лет с доходом среднего и высокого уровня (30 000–80 000 в месяц). Они ценят удобство и качество питания, предпочитая домашние блюда (например, тушеное мясо, карри) или здоровые варианты (например, блюда из куриной грудки с низким содержанием жира).Неудовлетворенные потребности включают готовые блюда с местными особенностями (например, блюда кухни хакка, тайваньские супы) и индивидуальные наборы (напри-

мер, комбинации с низким гликемическим индексом). Средний чек составляет 100–300 юаней; потребители готовы платить надбавку за высокое качество и удобство.

Почему стоит выбрать именно ваш продукт или услугу? Ключевыми факторами, побуждающими клиентов выбирать ваши замороженные готовые блюда, являются стабильное качество и удобство. Предложение блюд региональной кухни или здорового меню (например, тушеное мясо без добавок) позволяет удовлетворить потребность клиентов в домашнем вкусе. Быстрый заказ и доставка по холодовой цепи через электронные торговые платформы и групповые покупки в социальных сетях отвечают потребностям людей с насыщенным образом жизни. Изысканная упаковка и история бренда (например, «Секретные рецепты мамы») дополнительно повышают привлекательность.

1.3 Преимущества предпринимателя

Преимущества в плане навыков: Производство замороженных готовых блюд требует базовых навыков кулинарии и пищевой промышленности, особенно в области массового приготовления домашних блюд и технологий заморозки. Если предприниматель имеет опыт работы в сфере общественного питания или специализируется на местной кухне, ему будет проще создать уникальный продукт. Лица без опыта могут пройти краткосрочные курсы по пищевой промышленности (стоимостью около 10 000–20 000 юаней), чтобы быстро освоить эту сферу.

Преимущества в плане ресурсов : Для ведения бизнеса достаточно домашней кухни или небольшого цеха, а начальные вложения (150–250 тысяч) ниже, чем у традиционных ресторанов (более 1 миллиона). Имеющееся кухонное оборудование (например, холодильники, вакуумные упаковочные машины) можно использовать повторно, что снижает затраты. Электронные торговые платформы (например, Shopee, momo) и логистика с холодовой цепью обеспечивают недорогие каналы сбыта; если у предпринимателя есть связи (например, группы групповых покупок или местные поставщики), это может ускорить продвижение и снизить затраты на закупку товаров.

Мотивация: Энтузиазм в отношении кулинарии или переработки продуктов питания является ключом к успеху. Замороженные готовые блюда подчеркивают «домашний вкус» и удобство. Если предприниматель любит делиться вкусной едой и уделяет особое внимание качеству, он сможет сформировать узнаваемость бренда и привлечь лояльную клиентскую базу.

1.4 Уникальное ценностное предложение

Как выделиться? Чтобы выделиться на рынке замороженных готовых блюд, необходимо сосредоточиться на следующих стратегиях:

- **Уникальные продукты**
: выпуск блюд с местным колоритом (например, хак-

ка-свинина с маринованными сливами) или здоровых вариантов (комплекты с низким гликемическим индексом) для удовлетворения потребностей конкретной целевой аудитории.

- **Инновационные модели**

: предлагать через электронные торговые платформы подписку (например, 4 набора в месяц) или скидки при групповых заказах, чтобы обеспечить стабильный доход.

- **Имидж бренда**

: создание душевной истории бренда (например, «Наследие семейных рецептов

»), в сочетании с изысканной упаковкой, чтобы стимулировать эмоциональные покупки.

- **Качество обслуживания**

: обеспечение быстрой доставки с соблюдением холодовой цепи (доставка за 2–3 дня) и послепродажного обслуживания для гарантии свежести продукции и удовлетворенности клиентов.

2. Как работать в этой отрасли?

2.1 Подготовительный этап

Навыки и знания:

- **Кулинария и переработка**

: освойте технологии массового приготовления домашних блюд и их заморозки, пройдите курсы по переработке продуктов (1–2 месяца, стоимость 10 000–20 000 юаней) или самостоятельно изучите профессиональные рецепты.

•

Безопасность пищевых продуктов

: получение сертификата по безопасности пищевых продуктов (HACCP, стоимость 3 000–5 000 юаней) для обеспечения соответствия законодательным нормам и требованиям электронных торговых платформ.

•

Знания в области маркетинга

: освоить ведение бизнеса в электронной коммерции (Shopee, momo) и в социальных сетях (Instagram, LINE), научиться фотографировать продукцию и снимать короткие видеоролики для привлечения онлайн-заказов.

•

Финансовый менеджмент

: освоить учет затрат (например, распределение затрат на ингредиенты) и управление запасами, чтобы обеспечить высокую валовую прибыль и стабильный денежный поток.

Исследование рынка:

•

Анализ конкурентов

: изучение местных производителей замороженных готовых блюд, фиксация цен (50–150 юаней за упаковку), ас-

сортимента (домашние блюда, здоровое питание) и моделей продаж (интернет-торговля или групповые закупки). Анализ преимуществ конкурентов (например, быстрая доставка) и их слабых сторон (например, однообразие вкусов).

- **Предпочтения целевой аудитории**

: изучение предпочтений клиентов в отношении вкуса, упаковки и цены с помощью социальных сетей или отзывов в интернет-магазинах. Например, 60 % офисных работников предпочитают здоровые блюда, а 50 % придают большое значение быстрой доставке.

Подготовка ресурсов:

- **Источники финансирования**

: начальные вложения составляют примерно 150 000–250 000 юаней; источники включают личные сбережения, займы у родственников и друзей или кредиты для молодых предпринимателей (годовая процентная ставка 1–2 %).

Требования к оборудованию:

- Кухонное оборудование (кастрюли из нержавеющей стали, вакуумный упаковочный аппарат): 50 000–80 000 юаней.
- Холодильное оборудование (промышленные морозильные камеры): 50 000–70 000 юаней.
-

Упаковочные материалы (вакуумные пакеты, этикетки): 10 000–20 000 юаней.

- Система обработки заказов (планшет или мобильный телефон): 5 000–8 000 юаней.

- **Кадровые ресурсы**

: на начальном этапе команда из 1–2 человек: один отвечает за приготовление и обработку продуктов, другой — за обработку заказов и упаковку. В пик сезона можно нанять упаковщиков на неполный рабочий день (почасовая оплата 160–200 юаней).

- **Навыки руководителя**

: владелец должен обладать профессиональными навыками в области кулинарии, управления запасами и общения с клиентами, а также уметь оперативно реагировать на запросы по заказам.

2.2 Организация бизнеса

Модель ведения бизнеса:

- **Офлайн-модель**

: базируется на домашней кухне или небольшом производственном помещении, без затрат на аренду помещения, подходит для запуска с низким уровнем риска.

- **Онлайн-модель**

: опирается на электронные торговые платформы (Shopee, momo) и групповые покупки в социальных сетях (группы в LINE, сообщества в Facebook), в сочетании с доставкой по холодовой цепи, что позволяет расширить географию продаж.

Продукция или услуги:

- **Основная продукция**

: в ассортименте преобладают наборы для приготовления домашних блюд с высокой рентабельностью, такие как наборы для приготовления тушеного свинины (себестоимость 20–30 юаней, цена 80–120 юаней) и блюда из куриной грудки с низким гликемическим индексом. Ассортимент ограничивается 6–10 позициями для обеспечения стабильного качества.

- **Уникальные преимущества**

: предложение блюд местной кухни (например, кухни народности хакка) и здоровых вариантов питания,

для удовлетворения разнообразных потребностей.

- **Дополнительная ценность**

: введение системы подписки (например, 4 упаковки в месяц со скидкой 10%) или праздничных подарочных наборов

для увеличения стабильного дохода.

Повседневная деятельность:

Привлечение клиентов:

•

Первые клиенты

: привлечение заказов с помощью промоакций на электронных торговых платформах (скидка 20 % на первый заказ) и дегустационных мероприятий в социальных сетях.

•

Постоянные клиенты

: обеспечение стабильного качества и быстрой доставки, рассылка эксклюзивных скидок через группу в LINE для поощрения подписки.

Управление цепочкой поставок:

•

Стабильные поставки

: сотрудничество с местными рынками и поставщиками продуктов питания для обеспечения поставок свежего мяса и овощей; ежемесячные затраты составляют 20 000–30 000 юаней.

•

Управление запасами

: Производство в соответствии с объемом заказов (20–50 упаковок в день), хранение в замороженном виде для предотвращения порчи.

Кадровое обеспечение:

•

На начальном этапе — 1–2 человека с распределением обязанностей; автоматизированное оборудование (например, вакуумная упаковочная машина) снижает потребность в рабочей силе.

•

Распределение обязанностей: приготовление и переработка (1 человек), обработка заказов и упаковка (1 человек, при необходимости выполняет обе функции).

3. Стартовый бюджет и анализ затрат

3.1 Постоянные затраты

•

Аренда помещения

: использование домашней кухни или небольшого цеха, отсутствие затрат на аренду (аренда цеха составляет около 10 000–20 000 в месяц).

Расходы на оборудование:

•

Кухонное оборудование (кастрюли из нержавеющей стали, вакуумная упаковочная машина): 50 000–80 000 юаней.

•

Холодильное оборудование (промышленные морозильные камеры): 50 000–70 000 юаней.

•

Упаковочные материалы (вакуумные пакеты, этикетки): 10 000–20 000 юаней.

- Система обработки заказов (планшет или мобильный телефон): 5 000–8 000 юаней.

- **Расходы на ремонт**

: нет физического магазина, требуется только разработка бренда (логотип, этикетки для упаковки), примерно 5 000–10 000 юаней.

3.2 Переменные затраты

- **Затраты на сырье**

: 20 000–30 000 юаней в месяц, в зависимости от объема заказов и колебаний цен на продукты (зимой цены на мясо и овощи немного растут). Себестоимость одной упаковки составляет 20–30 юаней.

- **Заработная плата сотрудников**

: на начальном этапе 1–2 человека работают самостоятельно, затрат на заработную плату нет. В пик сезона нанимаются упаковщики на неполный рабочий день с почасовой оплатой 160–200 юаней, что составляет ежемесячные затраты в размере 5 000–10 000 юаней.

Коммунальные и прочие расходы:

- Расходы на электроэнергию для водоснабжения, электро-

снабжения и холодильного оборудования: 3 000–5 000 юаней в месяц.

- Комиссия электронной торговой платформы: 10–15 %, что составляет примерно 5 000–15 000 юаней от онлайн-дохода.
- Логистика холодовой цепи: 10–20 юаней за заказ, ежемесячные расходы 3 000–8 000 юаней.
- Прочее (чистящие средства, расходы на маркетинг): 2 000–4 000 юаней в месяц.

3.3 Начальные вложения

Общая сумма инвестиций: 150 000–250 000 юаней, включая оборудование (100 000–150 000), первую партию сырья (20 000–30 000) и разработку бренда и упаковки (10 000–20 000).

3.4 Ожидаемая прибыль

Источники дохода:

- **По консервативным оценкам**: 20–50 упаковок в день, в среднем 120 юаней за упаковку, дневной доход 2 400–6 000 юаней. За вычетом затрат (30 юаней за упаковку, включая сырьё и накладные расходы) чистая дневная прибыль составляет 1 800–4 500 юаней.
-

Прочие доходы

: подписка или праздничные подарочные наборы, дополнительный ежемесячный доход 5 000–15 000 юаней.

Срок окупаемости:

•

при 25 рабочих днях в месяце чистая прибыль составляет 45 000–112 500 юаней; начальные вложения — 150 000–250 000 юаней; окупаемость — 2–3 месяца. В низкий сезон (не в праздничные дни) срок окупаемости может увеличиться до 3–4 месяцев.

Анализ объема заказов: 50 упаковок в день — разумная цель; на начальном этапе количество заказов может составлять всего 20–30 упаковок, но по мере роста популярности в интернет-магазине и продвижения групповых покупок оно может увеличиться до 50–80 упаковок. В праздничные дни (например, во время китайского Нового года) количество заказов может достигать 100–150 упаковок, однако не следует рассматривать это как норму.

4. Вызовы и меры по их преодолению

4.1 Потенциальные вызовы

Рыночные вызовы:

•

Конкурентное давление

: на платформах электронной коммерции представлен широкий ассортимент готовых блюд, поэтому выделиться среди них благодаря уникальным вкусам и высокому качеству

является сложной задачей.

- **Низкая лояльность потребителей**

: клиенты в основном совершают разовые покупки, поэтому для привлечения постоянных покупателей требуется постоянный маркетинг, что приводит к увеличению затрат.

- **Колебания объема заказов**

: в обычные дни объем заказов низкий (20–30 упаковок), а в праздничные дни он может резко вырасти до 100–150 упаковок, что ставит под сомнение возможности массового производства и логистики.

Финансовые проблемы:

- **Напряженность денежного потока**

: на начальном этапе объем заказов низкий (20 упаковок в день), доходы могут оказаться недостаточными для покрытия затрат на холодильное оборудование и логистику.

- **Скрытые затраты**

: колебания цен на ингредиенты (рост на 10–15 % зимой) и комиссия электронной торговой платформы (10–15 %) могут снизить валовую прибыль.

Операционные проблемы:

- **Нестабильность цепочки поставок**

: свежие ингредиенты зависят от сезона, у поставщиков могут возникнуть перебои с поставками, что повлияет на качество продукции.

•

Нагрузка в пиковые периоды

: резкий рост количества заказов в праздничные дни; команда из 1–2 человек может оказаться неспособной справиться с массовым производством и упаковкой, что приведет к задержкам в доставке.

4.2 Решения

Реагирование на рыночную ситуацию:

•

Дифференциация продукции

: выпуск блюд с местным колоритом (например, хакка-свинина с маринованной сливой) или здоровых готовых наборов (комплекты с низким гликемическим индексом), чтобы избежать конкуренции с крупными брендами. Предложение праздничных подарочных наборов (например, новогодний ужин для всей семьи) для привлечения заказов с высокой средней стоимостью.

•

Маркетинг в социальных сетях

: публикация фотографий продуктов и отзывов о дегустации в Instagram и LINE для формирования положительной репутации. Регулярное проведение акций по групповым покупкам или предложений по подписке для привлечения но-

вых клиентов и повышения коэффициента повторных покупок.

- **Клиентский опыт**

: обеспечить герметичность упаковки и надежность доставки с соблюдением холодовой цепи, предоставлять консультации после продажи (например, рекомендации по подогреву), повысить рейтинг на платформе (цель — 4,8 звезды и выше).

Управление финансами:

- **Контроль затрат**

: на начальном этапе снизить вложения за счет использования бытового оборудования, точно рассчитывать закупки ингредиентов (потребность 20–50 упаковок в день) и сократить отходы.

- **Резервный план**

: зарезервировать 10 % средств (около 15 000–25 000 юаней) на случай колебаний цен на ингредиенты или ремонта оборудования. В межсезонье сократить ассортимент (до 3–5 позиций) для снижения затрат.

- **Стратегия финансирования**

: подать заявку на кредит для молодых предпринимателей, погашение в рассрочку снизит финансовую нагрузку. Прове-

сти переговоры с электронными торговыми платформами о снижении доли комиссии (например, при долгосрочном сотрудничестве до 8–10 %).

Операционные меры:

- **Управление цепочкой поставок**

: сотрудничать с 2–3 поставщиками продуктов, чтобы обеспечить стабильные поставки свежего мяса и овощей. Заключить долгосрочные контракты с фиксированными ценами (ежемесячные затраты — 20 000–30 000).

- **Оптимизация трудовых ресурсов**

: использование вакуумных упаковочных машин и морозильного оборудования для упрощения процессов обработки и хранения. Обучение персонала выполнению нескольких видов работ; при необходимости — найм упаковщиков на неполный рабочий день для работы в пиковые периоды, связанные с праздниками.

- **Стандартизация процессов**

: разработать технологический процесс изготовления каждого готового набора (20–30 минут), чтобы обеспечить быстрое массовое производство в пиковые периоды и снизить риск задержек.

5. Обмен опытом и выводы

5.1 Обмен опытом

История успеха: «Jiawei Suodong» из Тайчжуна Компания «Jiawei Suodong» была основана в 2023 году командой из двух человек и специализируется на производстве замороженных наборов для приготовления домашних блюд. За полгода ей удалось достичь ежемесячной чистой прибыли в 100 000 юаней. Ключ к успеху заключается в следующем:

- **Ниша на рынке**
: ориентация на офисных работников и молодые семьи в Тайчжуне, выпуск наборов блюд хакка и тайваньской кухни (например, свинина с маринованными сливами, тушеная свинина), что позволило удовлетворить спрос на высококачественные домашние блюда.

- **Инновационное решение**
: продажи через групповые покупки на Shopee и в LINE, а также подписка (4 набора в месяц), что обеспечивает стабильный ежедневный объем заказов в 30–50 наборов. Публикация историй о «маминых рецептах» в Instagram привела к росту числа подписчиков до 3 500 за полгода.

- **Операционная стратегия**
: сотрудничество с местными продуктовыми рынками позволило удержать себестоимость на уровне 20–25 юаней за упаковку, а розничную цену — 100–120 юаней, что обеспечило валовую прибыль в 75 %. Начальные вложения со-

ставили 180 000 юаней, окупаемость — 2,5 месяца.

Факторы успеха:

- **Точное позиционирование**

: акцент на местных особенностях и здоровых готовых наборах, удовлетворяющих потребности конкретной целевой аудитории.

- **Использование технологий**

: электронная торговая платформа и маркетинг в социальных сетях позволили увеличить количество заказов и повысить узнаваемость бренда.

- **Контроль затрат**

: стабильная цепочка поставок и упрощение ассортимента обеспечивают высокую валовую прибыль.

5.2 Выводы и рекомендации

На что следует обратить внимание на начальном этапе предпринимательства:

- **Уделяйте особое внимание качеству и стабильности**

: обеспечьте стабильный вкус готовых блюд и герметичность упаковки, чтобы завоевать доверие клиентов и получить высокие оценки.

- **Создание истории бренда**

: быстрое повышение узнаваемости бренда с помощью эмоционального маркетинга (например, семейные рецепты).

- **Гибкая адаптация**

: корректировка ассортимента с учетом праздничного спроса (упрощение меню в будние дни, выпуск подарочных наборов к праздникам) для обеспечения стабильного дохода.

Учиться на ошибках:

- **Избегайте чрезмерного количества позиций**

: на начальном этапе слишком большой ассортимент усложняет подготовку ингредиентов; количество позиций следует ограничить 6–10, сосредоточившись на основных продуктах.

- **Уделяйте внимание качеству логистики**

: задержки в доставке или размораживание негативно сказываются на оценках, поэтому необходимо выбирать надежную логистику с холодовой цепью.

- **Управление финансами**

: ежедневно фиксируйте затраты и доходы, чтобы избежать убытков из-за транспортных расходов или чрезмерных рекламных акций.

Психологическая готовность к преодолению трудностей:

- **Придерживайтесь высоких стандартов качества**
: даже при небольшом объеме заказов сохраняйте высокие стандарты, чтобы заработать хорошую репутацию.
- **Быстрое обучение**
: при появлении жалоб клиентов или проблем с поставками немедленно корректируйте процессы, повышая способность реагировать на изменения.
- **Командная работа**
: в небольшом коллективе необходимо эффективно распределять обязанности; руководитель должен подавать пример и мотивировать сотрудников к совместному росту.

Заключение Продажа замороженных готовых блюд, благодаря массовому производству, низким потерям и высокой валовой прибыли, подходит для стартапа с небольшой командой. Благодаря уникальному меню, электронным торговым платформам и точному позиционированию предприниматели могут выделиться на фоне конкурентов. Строгий контроль затрат и стабильная цепочка поставок являются залогом долгосрочного успеха. В будущем сочетание подписочной модели и праздничных акций позволит еще больше увеличить доходы.

Глава 6. Распродажа продуктов с истекающим сроком годности — низкие затраты и высокая доходность в сфере товаров повседневного спроса

1. Почему стоит выбрать эту отрасль?

1.1 Обзор отрасли

Распродажа продуктов с истекающим сроком годности — это модель розничного бизнеса с низкими затратами и высокой оборачиваемостью, которая позволяет получать высокую валовую прибыль за счёт закупки продуктов с истекающим сроком годности по крайне низким ценам (1–3 от первоначальной стоимости) и их последующей перепродажи по цене, превышающей закупочную, но ниже рыночной. Согласно рыночным данным за 2024 год, объем розничного рынка продуктов питания на Тайване составляет около 1,2 трлн новых тайваньских долларов, при этом рынок продуктов с истекающим сроком годности быстро растет: его годовой объем оценивается в 5 млрд, а годовой темп роста составляет около 10–12 %. По мере роста осведомленности потребителей о необходимости экономии и сокращения пищевых отходов распродажи продуктов с истекающим сроком

годности становятся все более популярными среди одиноких людей, офисных работников и небольших семей.

Что касается конкуренции, рынок продуктов с истекающим сроком годности является относительно новым, и уровень конкуренции на нём ниже, чем в традиционной розничной торговле или супермаркетах. Хотя крупные электронные торговые платформы (такие как «Цюаньлюнь» и «Шапи») время от времени проводят акции по продаже продуктов с истекающим сроком годности, небольшие компании, специализирующиеся на распродажах, благодаря низким закупочным ценам и быстрому обороту товаров могут найти свою нишу как на онлайн-, так и на офлайн-рынках. Применение технологий (таких как электронные торговые платформы и групповые покупки в социальных сетях) значительно снижает барьеры для входа на рынок, что делает этот бизнес подходящим для стартапов с командой из 1–3 человек. Риски включают убытки от просроченных запасов и логистические расходы, однако высокая валовая прибыль (70–90 %) и быстрый денежный поток обеспечивают потенциал для получения сверхприбыли.

1.2 Рыночный спрос

Анализ целевой аудитории: Основная целевая аудитория — одинокие люди, офисные работники и небольшие семьи в возрасте от 20 до 45 лет с уровнем дохода от средне-низкого до средне-высокого (месячный доход 20 000–60 000).Они ценят ценовые преимущества и удобство, готовы

покупать продукты с истекающим сроком годности (например, снеки, напитки, консервы) для экономии средств и в то же время поддерживают идею сокращения пищевых отходов. Неудовлетворенные потребности включают разнообразие ассортимента продуктов с истекающим сроком годности (например, импортные снеки, здоровые продукты) и быструю доставку (доставка в течение 1–2 дней). Средний чек составляет 100–300 юаней, потребители с высокой степенью готовности приобретать недорогие продукты высокого качества.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.