

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«Демонстрационный образец DIPLOM34»

Центр учебных материалов  
Демонстрационный отдел

# БИЗНЕС-ПРЕЗЕНТАЦИЯ

на тему:

**Запуск линейки готовых обедов для офисов**

Выполнил(а): студент(ка) направления Демонстрационный образец  
Иванова Анна Сергеевна, группа ДЕМО-01

Руководитель: руководитель демонстрационного проекта

Волгоград · 2026

## АННОТАЦИЯ

Демонстрационная бизнес-презентация описывает запуск линейки готовых обедов для офисных сотрудников. Представлены проблема, сегменты аудитории, продукт, оценка рынка, модель монетизации, план запуска и финансовые ориентиры. Материал оформлен как 8 слайдов с четырьмя таблицами и подходит как образец деловой структуры. Все данные условны и приведены для демонстрации логики выступления.

**Ключевые слова:** готовые обеды, офисный сегмент, запуск продукта, бизнес-презентация, юнит-экономика.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ ..... 4

1 Слайд 1. Проблема и возможность ..... 5

2 Слайд 2. Целевая аудитория и сегменты ..... 5

3 Слайд 3. Продукт и упаковка ..... 5

4 Слайд 4. Объём рынка и прогноз ..... 6

5 Слайд 5. Модель монетизации ..... 6

6 Слайд 6. План запуска на 6 месяцев ..... 7

7 Слайд 7. Финансовые ориентиры ..... 7

8 Слайд 8. Риски и решения ..... 8

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ..... 9

## ВВЕДЕНИЕ

Бизнес-презентация посвящена запуску линейки готовых обедов для офисов. В центре внимания — потребность сотрудников в быстром и предсказуемом питании, а также возможность организовать доставку в бизнес-центры. Все данные условны и приведены для демонстрации структуры.

Материал показывает последовательность делового выступления: от проблемы и аудитории к продукту, экономике и плану запуска. Такой формат удобен для обсуждения с инвесторами или руководителями, но не является финансовой моделью.

**Цель работы** — Показать структуру бизнес-презентации о запуске линейки готовых обедов.

### **Задачи работы:**

1. Описать проблему и целевую аудиторию.
2. Представить продуктовую линейку и упаковку.
3. Оценить рынок и модель монетизации.
4. Сформулировать план запуска и финансовые ориентиры.

**Объект исследования** — Проект запуска линейки готовых обедов для офисного сегмента.

**Предмет исследования** — Структура и ключевые показатели бизнес-презентации проекта.

**Методы исследования:** Анализ сегментов, Сравнение конкурентов, Юнит-экономика, Планирование.

**Практическая значимость.** Материал может использоваться как образец деловой презентации и основа для уточнения реальной финансовой модели.

## 1 Слайд 1. Проблема и возможность

Офисные сотрудники часто сталкиваются с ограниченным выбором обедов рядом с workplace. Кафе перегружены в пиковые часы, доставка требует времени, а домашняя еда не всегда удобна. В результате часть сотрудников отказывается от полноценного обеда или выбирает менее предсказуемые решения.

Возможность проекта — в организации регулярной доставки готовых обедов в бизнес-центры по предварительным заказам. Такой формат снижает нагрузку на точки питания и делает расходы предсказуемыми. В презентации проблема показана через поведение аудитории, а не через общие утверждения о рынке.

## 2 Слайд 2. Целевая аудитория и сегменты

Основной сегмент — сотрудники офисов численностью от 80 до 300 человек, расположенных в бизнес-центрах с ограниченным питанием. Внутри сегмента выделяются три группы: сотрудники с фиксированным обеденным перерывом, сотрудники на встречах и административный персонал, отвечающий за организацию питания.

Для запуска достаточно сфокусироваться на одном бизнес-центре и одном временном окне доставки. Это упрощает логистику и позволяет проверить спрос до масштабирования. Таблица показывает различия сегментов по размеру, частоте заказов и чувствительности к цене.

Таблица 1 – Сегменты целевой аудитории

| Сегмент                | Доля заказов, % | Средний чек, руб. | Ключевой фактор   |
|------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| Фиксированный обед     | 55              | 390               | Время доставки    |
| Встречи и переговоры   | 25              | 450               | Упаковка и состав |
| Административный заказ | 20              | 520               | Счёт и отчётность |

Источник: Демонстрационные допущения проекта

## 3 Слайд 3. Продукт и упаковка

Линейка включает три обеда с разным белковым компонентом и два варианта салата. Порции рассчитаны на один приём пищи, упаковка сохраняет

температуру и не требует дополнительной посуды. Меню меняется по недельному циклу, чтобы снизить утомляемость аудитории.

Для деловой презентации важно показать не только состав, но и операционные требования: время сборки, маркировку и способ доставки. В примере продукт описан как стандартизированный набор, который можно собрать заранее по предварительным заказам. Это снижает риск списаний.

#### 4 Слайд 4. Объём рынка и прогноз

Оценка рынка построена снизу вверх: один бизнес-центр, число сотрудников, доля заказывающих обед и средняя частота. В примере пилотный бизнес-центр имеет 240 сотрудников, из которых 35% могут заказывать обед два раза в неделю. При среднем чеке 410 руб. недельная выручка пилота составляет около 68,9 тыс. руб.

Такой расчёт не претендует на полноту, но показывает логику оценки. В презентации важно отделить пилотный объём от масштабирования: после проверки спроса можно добавлять новые бизнес-центры. Таблица фиксирует допущения и результат расчёта.

Таблица 2 – Оценка недельного объёма пилота

| Показатель                   | Значение    | Комментарий                |
|------------------------------|-------------|----------------------------|
| Сотрудники в бизнес-центре   | 240         | Пилотная локация           |
| Доля заказывающих            | 35%         | 84 человека                |
| Заказов в неделю на человека | 2           | Обед в будние дни          |
| Всего заказов в неделю       | 168         | Расчёт                     |
| Средний чек                  | 410 руб.    | Демонстрационное допущение |
| Выручка в неделю             | 68 880 руб. | $168 \times 410$           |

Источник: Расчёт по демонстрационным допущениям

#### 5 Слайд 5. Модель монетизации

Модель монетизации включает оплату заказа сотрудником и отдельный тариф для компаний, которые компенсируют питание. Для пилота достаточно предоплаты за неделю или оплаты по факту. Дополнительный источник — административный заказ на встречи с более высоким средним чеком.

Юнит-экономика в примере учитывает себестоимость продукта, упаковку, доставку и комиссию платформы. Валовая маржа пилота составляет около 34%,

что позволяет покрывать переменные расходы. В презентации модель показана через простые показатели, а не через сложную финансовую модель.

Таблица 3 – Юнит-экономика одного обеда

| Статья                 | Сумма, руб. | Доля от цены, % |
|------------------------|-------------|-----------------|
| Средний чек            | 410         | 100             |
| Себестоимость продукта | 205         | 50              |
| Упаковка               | 28          | 7               |
| Доставка               | 35          | 9               |
| Валовая маржа          | 142         | 34              |

Источник: Демонстрационная юнит-экономика

## 6 Слайд 6. План запуска на 6 месяцев

План запуска разбит на подготовку, пилот и масштабирование. В первые два месяца формируется меню, поставщики и упаковка; затем проводится восьминедельный пилот в одном бизнес-центре. После оценки заказов и повторных покупок принимается решение о подключении второй локации.

В презентации план показан как последовательность этапов с измеримыми точками контроля. Это помогает обсудить ресурсы и сроки без излишней детализации. Таблица отражает ключевые этапы и ожидаемые результаты.

Таблица 4 – План запуска на 6 месяцев

| Этап                          | Срок      | Результат                    |
|-------------------------------|-----------|------------------------------|
| Подготовка меню и поставщиков | 1–2 месяц | Три рецептуры и договоры     |
| Запуск пилота                 | 3 месяц   | Первые 100 заказов           |
| Стабилизация                  | 4–5 месяц | Повторные заказы не ниже 40% |
| Решение о масштабировании     | 6 месяц   | Вторая локация или доработка |

Источник: Демонстрационный план проекта

## 7 Слайд 7. Финансовые ориентиры

Финансовые ориентиры пилота включают выручку, переменные расходы и точку безубыточности. При 168 заказах в неделю и валовой марже 142 руб. маржинальная прибыль составляет около 23,9 тыс. руб. в неделю. Постоянные расходы пилота оцениваются в 18 тыс. руб. в неделю.

Разница покрывает постоянные расходы и формирует небольшой операционный запас. В презентации важно показать, что проект не требует завышенных допущений для выхода в плюс. Если средний чек снизится, точка безубыточности сместится, поэтому чувствительность обсуждается отдельно.

## **8 Слайд 8. Риски и решения**

Ключевые риски проекта — низкая повторяемость заказов, сбой доставки и рост себестоимости продуктов. Для каждого риска предусмотрено простое действие: предзаказ снижает списания, резервный курьер сокращает задержки, а недельное меню позволяет пересматривать закупки.

В деловой презентации риски показываются без избыточного перечисления. Достаточно выделить те, которые влияют на экономику пилота. Такой слайд завершает логику: после проблемы, аудитории, продукта и расчётов становится понятно, какие условия нужно контролировать.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Бизнес-презентация показывает последовательность от потребности офисных сотрудников к пилотному запуску готовых обедов. Четыре таблицы фиксируют сегменты, объём, юнит-экономику и план, что делает предложение проверяемым.

Все показатели условны, но связаны между собой: число заказов определяет выручку, а валовая маржа — операционный запас. Такой формат подходит для обсуждения проекта с руководителями и инвесторами как демонстрационный образец.