

УДК 725.711

Антикафе – новый формат малого бизнеса

***Вепринцев А.К.**, студент
Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Экономика и организация производства»*

*Научный руководитель: Клементьева С.В., к.э.н,
доцент кафедры «Предпринимательство и внешнеэкономическая деятельность»
Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана
klementeva@bmstu.ru*

Антикафе - (свободное пространство, тайм клуб, тайм кафе) — тип общественных заведений, основной характеристикой которых является поминутная оплата за проведенное время. В таких местах чаще всего спокойная, непринужденная обстановка, в которой вы можете расслабиться и отдохнуть со своими друзьями. К вашим услугам обычно предлагают мягкие диваны, множество различных игр, мастер классов. Другими словами, вы платите не за что-то конкретное, как еда, или напитки, а за время, в течение которого вы находитесь на территории заведения.

Заведения такого типа пережили свой пик популярности в 2012 году, но и сейчас остаются распространенным вариантом проведения досуга. Отличительной чертой антикафе традиционно являются бесплатные угощения, развлечения и различные мероприятия. В таких местах вы всегда можете выпить горячего чая или кофе с печеньями, поиграть в видеоигры с друзьями, или просто уединиться ото всех с любимой книгой. Некоторые антикафе даже предоставляют конференц-залы для проведения переговоров. Таким образом, сфера деятельности в тайм-клубах достаточно обширна.

Как говорилось выше, в 2012 году в Москве было открыто множество подобных заведений. Более того, именно в нашей стране родилась такая бизнес – идея, как антикафе. В 2011 году в Москве было открыто «свободное пространство (так называют его создатели) под названием «Циферблат». Создатели этого кафе установили фиксированную систему оплаты: одна минута равнялась одному рублю. Это заведение быстро обрело популярность и покорило москвичей. [2] Вскоре после этого в Москве стали открываться одно за другим новые антикафе. Так появился популярный по сей день новый формат малого бизнеса.

Чтобы выяснить, чем же обусловлена столь высокая заинтересованность населения в заведениях подобного рода, выясним кто в основном посещает такие места. В первую очередь, это люди, которых привлекает дешевизна такого досуга. Они ищут возможность собираться большими компаниями и проводить время в спокойной обстановке, не мешая остальным. Таким образом, посетители таймклубов — это преимущественно студенты. Им важна возможность собираться где-то подолгу, тратя при этом минимальное количество денег. Кроме студентов такие места предпочитают школьники, а также творческие личности, которых привлекают различные мастер классы и спокойная непринужденная обстановка.

В целом концепция антикафе, на первый взгляд, значительно привлекательнее концепции традиционных кафе и ресторанов. Для открытия антикафе не нужны никакие справки и согласований, проверок Роспотребнадзора и других контролирующих органов. Затраты на открытие антикафе ниже в несколько раз, а сроки окупаемости, по сравнению с традиционными для общепита двумя-тремя годами, выглядят очень многообещающе — от нескольких месяцев до полугода. [1]

Анализ рынка

Для открытия любого бизнеса необходимо четко понимать, чем создаваемый бизнес будет отличаться от своих конкурентов. Для этого делается анализ рынка. Схожие по направлению заведения – коворкинги и хакспейсы. Итак, опираясь на данные интернет-портала geektimes.com [6] по состоянию на декабрь 2014 года в России насчитывается 811 групп антикафе в социальных сетях, живых — более 300, из них 90 в Москве и 38 в Санкт-Петербурге. Коворкинги: 388 групп в соц.сетях, живых около 100, 20 в Москве, 8 в Санкт-Петербурге. Хакспейсы: Около 20 «мерцающих» групп, живых проектов — меньше десяти. Что выгодно отличает антикафе на их фоне? Универсальность. Хакспейсы и коворкинги ориентированы только на рабочую деятельность, а традиционное антикафе подходит как для работы, так и для отдыха. Разумеется, это и диктует определенный контингент посетителей подобных заведений. Если у коворкингов и хакспейсов это преимущественно занятые и современные люди возрастом 22-23 года и выше, то у антикафе это также молодежь от 15-16 лет. Таким образом, выявляется главное конкурентное преимущество антикафе перед остальными подобными заведениями — всенаправленность, т.е. универсальность заведения. Если рассматривать отличия между разными антикафе, то в целом они будут достаточно похожи. Как было написано выше, концепция антикафе постоянна и изменяются только

некоторые детали. К числу отличий относятся: интерьер, площадь, наличие кинозалов и различные дополнительные услуги.

А является ли такой бизнес выгодным? Для начала надо понять, в какую стоимость выльется открытие антикафе. Ниже приведен примерный расчет стоимости открытия крупного антикафе, рассчитанного на широкую аудиторию. Его отличительной чертой и одновременно конкурентным преимуществом является наличие в каждой зоне отдыха персональной мультимедийной системы. Благодаря этой инновации, такое заведение должно привлекать гораздо больше посетителей, нежели заведения основанные на традиционной концепции. Минусом такого типа заведения является чрезмерно высокая стоимость открытия, обуславливающаяся высокой стоимостью закупаемого оборудования.

Статьи расходов:

1. Аренда помещения + услуги ЖКХ
2. Расходные материалы (чай, кофе, печенье)
3. Мебель
4. Оборудование (приставки, телевизоры)
5. Настольные игры
6. Wi-Fi и интернет
7. Оплата труда
8. Аренда помещения

Арендуется помещение 120 м² в 10 минутах от метро. [3] В помещении предполагается стойка регистрации и 10 зон отдыха по 10м², в каждой из которых есть мягкая мебель и приставка с ТВ. Ежемесячная плата составляет 95 000 руб. В помещении сделан ремонт, проведен интернет. В стоимость аренды также включены услуги ЖКХ. Никаких дополнительных расходов нет.

Итого: 95 000 руб.

1. Расходные материалы

10 пачек печенья в день по 40 рублей каждая — 400 руб.; 2 упаковки чая по 100 пакетиков — 500 руб.; 3 пачки по 30 пакетиков растворимого кофе — 500 руб. Сюда же отнесем необходимую посуду (одноразовые стаканчики и тарелки) — 100 руб. в день. [5]

Итого: 1500 рублей расходных материалов в день, т.е. 46 500 руб. ежемесячно.

2. Мебель

Учитывая необходимость в обеспечении комфорта посетителей, антикафе должно обладать мягкой мебелью. Сюда относятся диваны, пуфы и т.д. Для 10 зон отдыха потребуется 10 диванов по цене 15 000 руб. за ед., а также 20 пуфов по цене 3 000 руб. за ед. и 10 журнальных столиков — 1 000 руб. Для стойки регистрации необходим 1 офисный стол и стул – 15 000 руб. [4]

Итого: 235 000 руб.

3. Оборудование

Для регистрации карточек посетителей необходимо иметь ПК — 30 000 руб.

Также необходимо установить как минимум один комплект ТВ и приставки для каждой зоны отдыха. Имея 10 зон отдыха потребуется соответственно 10 комплектов стоимостью 50 000 руб. каждый. Также, закупается 15 видеоигр стоимостью 2 500 руб. каждая.

Итого: 567 500 руб.

4. Настольные игры

Настольные игры являются отличительной чертой таймклубов. Для проектируемого заведения приобретаются различные игры, общей стоимостью 10 000 руб.

Итого: 10 000 руб.

5. Интернет

Для заведения подобного уровня необходимо обладать своей собственной Wi-Fi точкой. Ежемесячная стоимость аренды оборудования и оплаты высокоскоростного интернета приравнивается к 600 руб.

Итого: 600 руб.

6. Оплата труда

Обслуживающим персоналом для такого антикафе будет служить коллектив как минимум из 2 человек: регистратор, уборщик. При условии, что регистратор является и хозяином кафе, оплата труда производится только уборщику — 5 000 руб.

Итого: 5 000 руб.

Таким образом, можно составить примерную стоимость открытия и обслуживания первого месяца работы антикафе. Суммируя статьи расходов получим результат, равный 959 000 руб. Т.е. для старта работы заведения подобного типа потребуется чуть менее миллиона рублей. Как было сказано выше, высокая стоимость открытия и является основным минусом такой концепции антикафе.

Тем не менее, надо понимать, сколько будет приносить такое заведение, и во сколько будет обходиться его обслуживание. Ежемесячные расходы будут складываться лишь из арендной платы, расходников, оплаты интернета и оплаты труда. Зная эти статьи расходов, получим что ежемесячно затраты будут составлять 147 100.

А при условии, что на начальной стадии ежедневно это заведение будет посещать хотя бы 20 человек, и каждый будет находиться по 2 часа, то при условии, что 1 минута стоит 2 рубля получим ежемесячную выручку, равную 148 000. Таким образом, вышеописанная модель антикафе является крайне нерентабельным бизнесом. Но необходимо заметить, что аналогов такой концепции на рынке очень мало, а значит и конкурентов, обладающих схожими условиями почти нет. Благодаря этому можно выйти за рамки, установленные обычными антикафе и установить стоимость минуты равной хотя бы 2.5 рубля в минуту. Это инновация даст существенный прирост выручки и она составит уже 186 000 руб в месяц. Также, учитывая отличительную особенность такого антикафе (игровое оборудование в каждой зоне отдыха) и общую популярность подобных заведений, можно с уверенностью сказать, что посещаемость такого антикафе существенно вырастет. Учитывая, что в нем может разместиться до 50 человек одновременно, допустим что в течение дня будет занято 45 посадочных мест из 50, и суммарно посетители будут находиться в антикафе по 6 часов в день. Тогда выручка превысит отметку в 1 миллион рублей и будет равна 1 255 000 рублей. Необходимо понимать, что такой посещаемости и, следовательно, таких результатов добиться, если и можно, то крайне сложно. А значит самое сложное в таком бизнесе – пережить начальную стадию после открытия антикафе, когда выручка немногим больше расходов. «Антикафе, хоть и является популярным на данный момент форматом заведений, вскоре будут закрываться», считает Андрей Ромашков, член команды Циферблата. Он объясняет это тем, что с развитием инфраструктуры и культуры сервиса, их постепенно вытеснят коворкинги и традиционные кафе.

Также, необходимо описать способ продвижения заведений подобного рода. Как таковые расходы на рекламу в этом бизнесе не используются — посетители антикафе не попадают в целевую аудиторию традиционной рекламы по радио и ТВ. Более того, для

продвижения антикафе достаточно разместить контекстную рекламу в социальных сетях, что будет гораздо эффективнее, нежели реклама в СМИ. Это обуславливается несколькими факторами. Во-первых, выручка антикафе не позволяет обеспечить дорогостоящую рекламу на ТВ. А во-вторых, посетители тайм клубов больше проводят времени в социальных сетях, чем за просмотром телевизора, и для поисков антикафе используют именно социальные сети. Поэтому, расходы на рекламу чаще всего не применяются при ведении такого типа бизнеса.

Для удобства приведем данные в виде диаграммы.



Антикафе в условиях кризиса

В условиях финансового кризиса большинство компаний терпят серьезные убытки. Многие из них вообще разоряются. У заведений типа антикафе есть неоспоримое преимущество – они почти независимы от финансовых кризисов. Это объясняется несколькими факторами. Во-первых, во время кризиса стоимость аренды помещений зачастую снижается. Снижение цен на аренду помещений вызвано тем, что доходы населения упали, и многие арендаторы начали съезжать или просить о скидках, а собственники вынуждены идти им навстречу. Таким образом, основная доля затрат антикафе снижается. Во-вторых, т.к. среди расходных материалов антикафе нет импортных товаров, затраты на эту долю тоже не изменяются. Наконец, популярность таких заведений в период кризиса не падает. Это объясняется тем, что средний чек в антикафе обычно меньше, чем средний чек в традиционных кафе и ресторанах. Другими

словами, люди скорее откажутся от дорогостоящего похода в ресторан, нежели от посещения антикафе. В итоге, учитывая не уменьшающуюся популярность антикафе в кризис и ежемесячные затраты, которые даже уменьшаются, можно с уверенностью сказать, что финансовый кризис не является чем-то губительным для антикафе.

Выводы

На основании такого расчета можно сделать некоторые выводы об этом формате бизнеса. Учитывая все вышесказанное, стоит подметить, что антикафе далеко не идеальная бизнес модель. Если помещение не арендуется, а находится в собственности, то этот бизнес будет достаточно выгодным. Иначе, если помещение арендуется, то стоимость аренды будет составлять больше половины ежемесячных расходов, что негативно скажется на рентабельности данного типа бизнеса. Также, если учитывать обещанный спад интереса к таким заведениям, нужно быть особенно осторожным при запуске такого бизнеса. С другой стороны, этот формат бизнеса менее подвержен влиянию кризиса, что является большим плюсом.

Список литературы

1. Черкудинова Д. Антикафе: Как заработать на бесплатном чае и печенье. Блог The-Village. Режим доступа: <http://www.the-village.ru/village/business/management/146901-antikafe> (дата обращения 14.04.2015).
2. Интернет портал. Режим доступа: <http://habrahabr.ru/> (дата обращения 16.04.2015).
3. Сайт аренды недвижимости. Режим доступа: <http://www.cian.ru/> (дата обращения 30.04.2015).
4. Интернет-магазин мебели. Режим доступа: <http://www.ikea.com/ru> (дата обращения 30.04.2015).
5. Интернет-магазин продуктов. Режим доступа: <http://www.7cont.ru/> (дата обращения 30.04.2015).
6. Профессиональный интернет блог. Режим доступа: <http://geektimes.ru/> (дата обращения 26.04.2015).