

Молодая пара Анастасия и Игорь Мукачевы открыли в Феодосии детское кафе «Мама-пицца»

Идея

У Насти уже был опыт работы в сфере общественного питания. С детства увлекалась приготовлением пищи, после 9 класса она пошла учиться в общепит и получила образование пищевого технолога. После окончания института работала официанткой, закончила курсы в Барменской ассоциации.

Бизнес у ребят тоже имелся, но в далекой от питания области. Открытие собственного кафе было мечтой, которую решили осуществить после рождения ребенка.

По наблюдениям Насти, в семейных кафе комфортно находиться только детям. Взрослым нечем себя занять, и они хотят поскорее уйти и забрать детей. В 2015 пара накопила денег и открыла детское кафе «Мама-пицца». Выделиться решили за счет свежих и натуральных ингредиентов, и создания удобного пространства с едой и развлечениями для взрослых и детей.



Рекламный плакат, который ребята разместили на своей странице «ВКонтакте» перед запуском кафе

Поиск помещения. Ремонт и дизайн

В центре Феодосии аренда оказалась неподъемной: цены за квадратный метр начинались от 2 000 ₺ в месяц. Помещение нашли на первом этаже торгового центра Аквамарины. Цена оказалась в 2,5 раза меньше – 800 ₺ за квадратный метр. В квартале от торгового центра парк, вокруг спальный район с детскими садами и школами. В торговом центре рядом с кафе несколько детских магазинов, посетители которых – потенциальные клиенты «Мама-пицца».



Кафе расположилось на 1 этаже торгового центра недалеко от магазинов с детскими товарами

Помещение было просторным и светлым, в хорошем состоянии, поэтому не пришлось тратить на дорогой ремонт и оборудование для кухни.

Оставалось оформить игровую зону и зал с сидячими местами. За три месяца, не нанимая проектировщиков, дизайнеров и строителей, ребята сами придумали и оформили дизайн помещения. Делали, как говорит Настя, от всей души, чтобы посетители приходили и получали массу удовольствия.

Дизайн кафе изменился сильно. Насте хотелось оформить заведение, чтобы оно привлекало взрослых и детей всех возрастов. Интерьер решили сделать ярким и красочным, с воздушными шарами, фонариками и картинами. Получилось сделать так, что родители кушают и отдыхают в зале за столиками и одновременно наблюдают, как играют и веселятся их дети.

На дизайн и украшение кафе потратили 150 000 Р:

	Стоимость, Р
Покраска стен	20 000
Освещение	30 000
Покрытие пола	80 000
Картины, украшения	20 000
Итого	150 000



В интерьере кафе много ярких элементов, картин и игрушек

Мебель, оборудование, техника

Мебель для зала выбирали недорогую и безопасную для детей. Легкие стулья с мягким покрытием, прочные деревянные столешницы, которые сложно испортить или опрокинуть. Закупили детские стульчики для детей от 0 до 3 лет.

Больших усилий потребовало обустройство отдельной комнаты для детей. Для игровой закупили мягкие игрушки, конструктор, мячи, машинки и декоративные элементы. Для детей постарше поставили аэрохоккей и электрокачалку.

Игровая зона не приносит самостоятельного дохода, потому что она бесплатна для посетителей. Наоборот, в нее приходится регулярно вкладывать деньги: следить за безопасностью детей и обновлять оборудование и игрушки, потому что дети их постоянно ломают.

Игровую зону делали по строгим стандартам, мебель и оборудование подбирали так, чтобы дети не поранились и не ушиблись. Получилось красиво и функционально, дети любят проводить там время, радуются, когда родители разрешают поиграть лишние полчаса, их бывает тяжело забрать домой. Дети хотят играть каждый день, и родители, чтобы их порадовать, приходят в кафе чаще, кушают сами и кормят детей. Поэтому прибыль Насти и Игоря растет. Затраты на оснащение кафе стали одной из основных статей расхода.

На оборудование для кухни ребята потратили 370 000 Р:

Трата	Стоимость, Р
Холодильники	100 000
Плита и духовки	60 000
Разделочные столы	10 000
Мойки и сантехника	10 000
Полки для посуды	10 000
Бытовые приборы: микроволновка, чайник, миксер, кофеварка и др.	100 000
Посуда для кухни	80 000
Итого	370 000

За мебель заплатили 342 500 Р:

Трата	Стоимость, Р
Обеденные столы и стулья (20 комплектов)	200 000
Детские стулья (5 шт)	15 000
Мягкие диваны (6 шт)	60 000
Вешалки для одежды (15 шт)	7 500
Телевизоры (3 шт)	60 000
Итого	342 500

Закупка оборудования для игровой комнаты:

Трата	Стоимость, Р
Стеллажи для игрушек	40 000
Стол для аэрохоккея	50 000
Горки, лестницы и маты	200 000
Мячи и игрушки	80 000
Мягкая мебель: диваны и пуфы	50 000
Итого	420 000



На полу игровой расстелено специальное мягкое покрытие для безопасности детей

Персонал, сотрудники

На работу нанимали людей, в которых Настя и Игорь уверены. Главное требование к кандидатам - любовь к работе и детям, а не стремление заработать денег.

Коллектив небольшой, и изменения в составе происходят нечасто. Для детского меню наняли шеф-кондитера, который делает авторские десерты и торты. На кухне работают еще 2 повара, в зале – 4 официанта и администратор. В игровой зоне посменно работают 2 воспитателя. На детские праздники приглашают аниматоров. Закупкой и доставкой занимается Игорь, так выходит дешевле, и получается контролировать качество продуктов. Бухгалтерию Настя ведет сама. На зарплату персонала за месяц уходит 250 000 Р вместе с налогами:

Должность	Количество сотрудников	Зарплата одного сотрудника в месяц, ₽	Общая сумма зарплаты в месяц, ₽
Шеф-кондитер	1	25 000	25 000
Повара	2	20 000	40 000
Официанты	4	15 000	60 000
Администратор	1	20 000	20 000
Воспитатель в игровую зону	2	10 000	20 000
Аниматоры (только на праздники)	2	5 000	10 000
Уборщица	1	10 000	10 000
Мойщица посуды	1	10 000	10 000
Налоговые отчисления			50 000
Итого			250 000



Аниматор в костюме клоуна ведет детский праздник

Реклама

Прямая реклама оказалась дорогой и малоэффективной. Например, за баннеры заплатили 10 тысяч, а пришло по баннеру 10 человек. Получилось, что за одного человека, который поел в среднем на 300 ₽, заплатили 1000 ₽. Прибыль от такой рекламы превышала расходы только в том случае, когда один клиент приходил несколько раз.

Ребята решили сократить расходы на рекламу и воспользоваться бесплатными вариантами – продвижением страниц кафе в социальных сетях. За несколько

месяцев до открытия кафе Настя и Игорь запустили страницу заведения в Вконтакте и Инстаграм. В первом посте ребята написали, что открывают кафе для семей с детьми и хотят открыто освещать процесс создания. На странице публиковали ежедневные отчеты о ремонте и закупке оборудования, спрашивали мнение подписчиков о возможных вариантах мебели и игрушек. Такая реклама позволила привлечь поток посетителей в первые дни после открытия кафе. В первый месяц на рекламу потратили 20 000 Р:

Трата	Стоимость, Р
Баннеры	15 000
Продвижение в социальных сетях	5 000
Итого	20 000

Поиск клиентов

Пока искали помещение, ребята ожидали, что плюсов от ведения бизнеса в спальном районе будет больше: здесь много семей с детьми, которые ходят в кафе после школы, секций и кружков или после прогулки по магазинам торгового центра. В реальности первое время пришлось бороться со стереотипным мнением – люди считают, что за хорошим обслуживанием и вкусной едой нужно ехать в центр. Многие гости заходили и удивлялись, что в их районе есть хорошее семейное кафе.

Несмотря на проблемы, Насте и Игорю удалось привлечь клиентов и со второго месяца работы выйти на ежемесячную самоокупаемость. Это оказалось очень своевременно, так как к тому времени закончились заготовленные в качестве буфера 200 000 Р, и нужна была прибыль.

К клиентам отношение обоих владельцев одинаковое: гость всегда прав и обязан получить лучшее обслуживание, поэтому порядка 70 % посетителей «Мама-пиццы» являются постоянными клиентами кафе и приносят основной доход.

Ассортимент

К товарам и продуктам владельцы относятся серьезно. Закупкой занимается Игорь, и перед тем, как что-либо запускать в меню и производство, он самостоятельно пробует и проверяет качество блюд. Настя и Игорь делают ставку на использование свежих продуктов и натуральных ингредиентов, поставки ежедневные независимо от внешних условий.

Главные посетители кафе – дети, на них рассчитан основной ассортимент. Есть блюда для детей помладше: овсяные каши с фруктами, сырники, блинчики; и для детей постарше – шашлык, куриные наггетсы, бургеры с натуральной говяжьей котлетой, которую не закупают у поставщика, а делают самостоятельно.

Ассортимент пиццы состоит из 20 видов, из них три фирменные: «Мама-пицца», «Папа-пицца» и «Киндер-пицца».



Основное блюдо меню – пицца с фирменным соусом

Шеф-кондитер кафе делает десерты и торты ручной работы, с лепкой и мастикой, украшает их фигурками мультяшных персонажей, которые очень нравятся детям.



К чаю каждый посетитель получает печенье с предсказаниями

Для взрослых меню сделали стандартное, с небольшим количеством позиций, чтобы продукты «крутились» и не залеживались на полках. Ценник в меню средний по городу:

Салаты: от 280 ₽

Горячие блюда: от 300 ₽

Десерты: от 150 ₽

Напитки: от 70 ₽

Чтобы повысить прибыль кафе ребята задумались о диверсификации бизнеса. Торты и десерты стали готовить на заказ; большой доход появился от проведения детских праздников. Стоимость банкетов разная: некоторые посетители могут позволить потратить 1000 ₽ на одного человека, другие заказывают праздник на более крупные суммы.

Расчет затрат

На открытие кафе понадобилось 1 300 000 ₽:

1. Ремонт и дизайн – 150 000 ₽
 2. Кухонное оборудование – 370 000 ₽
 3. Мебель для зала – 342 500 ₽
 4. Оборудование для игровой зоны – 420 000 ₽
 5. Оформление юридического лица – 20 000 ₽
- За месяц работы кафе Игорь и Настя тратят 465 000 ₽
1. Аренда помещения – 100 000 ₽
 2. Зарплата персонала + налоги – 245 000 ₽
 3. Реклама – 20 000 ₽
 4. Закупка продуктов – 100 000 ₽

Расчет доходов

Кафе открылось в пик посещения – летом, поэтому выручку в первые месяцы получили больше, чем в зимний период.

Средний чек в кафе 800 ₽. В месяц в кафе приходит в среднем 170 человек в день по будням и 250 человек в день по выходным и праздникам. $170 \cdot 800 + 250 \cdot 800 = 336\,000$ ₽. Дни рождения и другие детские праздники приносят 170 000 ₽. Заказ тортов и десертов с доставкой – 50 000 ₽.

В первый месяц ребята заработали 460 000 ₽ и почти полностью окупили ежемесячные расходы. Спустя два месяца работы кафе прибыль от постоянных посетителей и от проведения детских праздников выросла на 20 %, потому что кафе приобрело узнаваемость и хорошую репутацию.

Потребовался год, чтобы окупить все вложения и получать ежемесячный доход 100 000 ₽.

Топ-5 советов от Насти

1. Любите детей, тогда кафе принесет доход и удовольствие. Если вы равнодушны к детям – подумайте об открытии бара или караоке, детский бизнес не для вас.
2. Обязательно подумайте над дизайном интерьера, кафе должно нравиться и детям, и родителям. Сделайте светлые стены, яркие элементы и украшения в виде любимых детских персонажей. Подумайте над зонированием – посетителям и персоналу должно быть не тесно. Располагайте обеденную зону так, чтобы взрослые видели детей, развлекающихся в игровой. Не забудьте о технике безопасности: не используйте хрупкую посуду, открытые розетки, острые углы мебели и мелкие детали; на полы выбирайте не скользкие покрытия, чтобы не допустить травмоопасных ситуаций.
3. Открывайте детское кафе недалеко от школ, гимназий, детских садов, секций и кружков для детей, магазинов с детскими товарами. Найдите максимальную концентрацию детских мест и расположите кафе в центре. Так вы получите 100% охват, все дети придут к вам.
4. Подготовьте много игрушек и развлечений для детей разных возрастов: от года до 12-15 лет. Наймите аниматоров и проводите детские праздники и мастер-классы.
5. Подбирайте персонал, который любит детей. Хорошо, если у аниматоров и воспитателей в игровой зоне будет педагогическое образование. Когда детей развлекают профессионалы, они обязательно захотят вернуться.

Франшиза

Первая сложность, с которой столкнулись ребята – поиск помещения. Цена в центре города не соответствовала качеству, а на окраинах было сложно оценить проходимость и посещаемость. Чтобы найти место, не требующее дорогого ремонта и с хорошим охватом, потратили 2 месяца. Еще месяц оформляли документы на аренду. При покупке франшизы предприниматель избегает таких проблем. Он получает профессиональную помощь в подборе помещения – франчайзер на месте или по интернету предоставляет 10-15 вариантов размещения кафе, из которых предприниматель выбирает оптимальный. Оформлением документов также помогает заниматься специалист от франчайзера.

В первые месяцы у «Мама-пицца» было низкая посещаемость, так как мало кто знал об открытии нового кафе. Соглашение, которое заключает предприниматель с франчайзером, разрешает использовать товарный знак известной фирмы. Франчайзи не нужно заниматься раскруткой бизнеса и поиском клиентов, он получает готовые рекламные материалы, информационную поддержку по всей стране, а также репутацию бренда.

Еще одной проблемой стал поиск хорошего детского повара. Без опыта работы в сфере детского общепита было сложно найти профессионала, который знает кухню и имеет свой подход к приготовлению и подаче блюд. Если купить франшизу, то поиском клиентов будет заниматься специалист, который сам проведет собеседования и направит кандидатов на место работы.

Цены на франшизу не отличаются от затрат на открытие собственного бизнеса. Но предприниматель экономит много сил и денег, открывает кафе в короткие сроки и с меньшими рисками выходит на самоокупаемость и получает прибыль.