Интернет-кафе не утратили своей популярности. Несмотря на то что интернет есть дома у каждого, многие подобные заведения забиты клиентами. Почему этот бизнес не потерял актуальность в эпоху общедоступности интернета и как на этом заработать? Бизнес-план интернет кафе поможет предпринимателю разобраться в этом вопросе и организовать свое дело.



## Описание заведения

Интернет-кафе – это общественное заведение, которое предоставляет посетителям доступ в интернет.

СПРАВКА: первые интернет-кафе в России появились вначале 2000-х – на заре развития интернета. Прототипом для организации таких заведений послужили обычные кофейни. В них люди собирались для общения, деловых встреч и обмена информацией. Появление Всемирной сети все изменило – часть этих заведений трансформировалась в интернет-кафе.

### Цели

Главная задача такого заведения – предоставление посетителям доступа в интернет. Все это сопровождается организацией комфортного отдыха клиентов. Для этого в заведении должно быть все необходимое – удобная мебель, современные ПК, чай, кофе и другие напитки.

### Список предоставляемых услуг

Такие заведения предоставляют следующие услуги:

* доступ в интернет;
* компьютерные игры;
* использование программ;
* распечатка текста;
* сканер;
* перепечатка текста;
* монтаж видео;
* чай, кофе, фаст-фуд.

Этот список неполон. У каждого интернет-кафе своя специфика, как и комплекс предоставляемых услуг. Его можно как увеличить, так и сократить.

### Целевая аудитория



Основная часть посетителей – школьники и студенты. Школьники приходят поиграть, студенты – сделать реферат, исправить его, распечатать, либо отсканировать.

Отдельная категория – люди за 40 и пенсионеры. Если раньше в интернет-кафе приходили только поиграть или пообщаться в сети, то сегодня среди посетителей немало пенсионеров, которые либо освоили компьютер, либо только осваивают его.

Количество посетителей всегда стабильно. Небольшой прирост наблюдается из-за повышения компьютерной грамотности населения.

## Анализ рынка и конкурентов

актуальные данные предоставляются после заказа БП

Спрос на услуги интернет-кафе остается стабильным, наблюдается небольшой рост. Но в крупных городах эта ниша занята полностью.

Отдельного анализа требует этот бизнес в небольших городах, районных центрах. К примеру, в некоторых городках интернет-кафе нет и вовсе, в то время как спрос на рынке присутствует.

Анализ рынка включат:

* изучение спроса и предложения;
* изучения конкурентов;
* прогнозирование развития этого сегмента рынка.

Конкуренция в провинциях либо небольшая, либо она полностью отсутствует. Небольшой город – лучшее место для реализации этого бизнес-плана.

## Оценка рисков

Входить в этот бизнес рискованно, особенно в крупном городе. Это объясняется тем, что большинство таких кафе – это старожилы на рынке. Почти все они были открыты в начале-середине 2000-х и с тех пор продолжают работать.

Возможные риски:

1. Долгая окупаемость. Этот бизнес требует немалых вложений. Рассчитать отдачу непросто.
2. Не будет посетителей. Люди консервативны, они привыкли ходить в старые кафе. Переманить их будет непросто.
3. Кафе не окупит себя.

## Организационные вопросы



### Регистрация предпринимательской деятельности, документы

Первым делом бизнес нужно зарегистрировать.

Вариант регистрации:

* юридическое лицо;
* индивидуальный предприниматель.

Как зарегистрировать ИП:

1. Выбор способа регистрации – по месту жительства или онлайн.
2. Выбор кода ОКВЭД. Код сообщает органам власти о том, какой бизнес регистрируется. Можно выбирать сразу несколько кодов.
3. Заявление по форме Р21001.
*ВАЖНО: с 29 апреля 2018 года обязательно нужно указывать адрес электронной почты – на него придут документы о регистрации ИП. По почте их отправлять не будут.*
4. Оплата госпошлины. Сумма пошлины – 800 рублей.
5. Регистрация в налоговой службе. Она включает выбор системы налогообложения. Предпринимателям-новичкам рекомендуется использовать упрощенную схему.

Список документов:

1. Заявление по форме Р21001.
2. Копия паспорта.
3. Квитанция об уплате государственной пошлины.
4. Заявление в налоговую о переходе на УСН.

После того, как все документы на руках, они подаются в регистрирующий орган и налоговую инспекцию.

### Поиск подходящего помещения



Необходимая площадь – 100 кв. м. В помещении должна быть исправной система вентиляции, оно должно соответствовать всем правилам противопожарной безопасности.

Важно и место будущего заведения. Оно должно быть заметным потенциальному посетителю.

Лучшие места:

* центральные районы города;
* возле ВУЗов и школ;
* возле крупных бизнес-центров.

### Оборудование зала

Чтобы оборудовать зал понадобится от 15 до 30 мощных компьютеров. Покупать слабенькие ПК нет смысла. Школьники приходят в интернет-кафе поиграть в мощные игры, которые не тянут их домашние компьютеры. Поэтому оборудование должно соответствовать спросу клиентов. Если этого не будет, посетители отдадут предпочтение конкуренту.

Мебель нужно выбирать комфортную – чтобы у клиента было желание прийти снова.

Дополнительно понадобится кофемашина и холодильник – для напитков.

### Подбор персонала



Для организации бизнеса понадобится штат сотрудников:

* администраторы;
* ИТ-специалисты;
* обслуживающий персонал – бармены или официанты;
* охранник.

Обычно все эти функции берут на себя один или несколько человек. Необязательно нанимать отдельно администраторов, айтишников и охранников. В классическом интернет-клубе работает один администратор – он же бармен, официант и охранник. Это позволяет экономить на сотрудниках.

### Выбор провайдера

В большом городе найти провайдера несложно. Высокая конкуренция на рынке дает потребителю право выбора.

В небольшом городе выбор невелик. Обычно на рынке интернет-коммуникаций присутствует несколько мелких провайдеров. Предприниматель вынужден выбирать между ними.



Для интернет-клуба важны:

* стабильность – связь не должна пропадать или обрываться;
* высокая скорость интернет-соединения;
* приемлемые цены;
* лояльная техническая поддержка.

## Рекламная кампания

Чтобы привлечь посетителей, понадобится мощная рекламная кампания. Без маркетинговой составляющей открывать интернет-кафе нет смысла – о нем никто не узнает.

Варианты продвижения:

1. Реклама в местных СМИ. Новости читают представители разных возрастных категорий, такая реклама приведет клиентов.
2. Наружная реклама. Лучше всего размещать ее поблизости от конкурентов, возле школ и университетов.
3. СММ. Социальные сети – мощный инструмент для продвижения. Например, ВКонтакте можно настроить таргетинг на разные сегменты ЦА и показывать им рекламу.
4. Реклама в общественном транспорте. Ее увидит большая часть горожан.

Рекламные приемы, которые позволят завоевать лояльность клиентов и удержать их:

1. Конкурсы. Победитель получает бесплатный вход или абонемент на месяц.
2. Бонусная программа. У постоянных посетителей есть карточки, на которых накапливаются бонусы. К примеру, 10 бонусов – час бесплатного пользования ПК.
3. Проведение турниров. Некоторые интернет-клубы проводят регулярные турниры по компьютерным играм. Победителям – призы и абонементы на бесплатное посещение.

Чтобы получить максимальную отдачу от рекламы, необходимо задействовать как можно больше источников трафика.

## Финансовый план

### Капиталовложения на старте

Начальные вложения:

* покупка компьютеров и комплектующих – от 3 млн. рублей;
* покупка мебели – от 150 тыс. рублей;
* оформление документов – 5 тыс. рублей;
* уплата госпошлины – 800 рублей;
* рекламная кампания – 70 тыс. рублей.

### Текущие статьи расходов

Ежемесячно придется тратить на:

* аренду – от 30 тыс. рублей;
* коммунальные услуги – 20 тыс. рублей;
* зарплаты сотрудников – 150 тыс. рублей;
* налоги.

### Доходы интернет кафе

Доходность готового бизнеса зависит от ряда факторов:

* количества посетителей;
* ценовой политики;
* успеха рекламной кампании;
* предоставления других услуг – печать, скан, ксерокс.

### Расчёт прибыли заведения



Средняя стоимость 1 часа пользования компьютером – 50 рублей.

Средний суточный доход – 20 тыс. рублей. Дополнительная прибыль – продажа еды, напитков, оказание услуг печати.

Месячный заработок – 500 тыс. рублей.

## Рентабельность и срок окупаемости

Каждый месяц интернет-клуб приносит 500 тыс. рублей. От этой суммы вычитается оплата аренды, коммуналки, интернета, заработная плата сотрудников и налоги.

Чистая прибыль – 250 тыс. рублей. При условии стабильного спроса на услуги интернет-кафе, этот бизнес можно считать рентабельным.

Средняя окупаемость – 2-3 года. Только после этого заведение начнет приносить чистую прибыль.

Несмотря на распространенное убеждение интернет-кафе – по-прежнему рентабельный бизнес. Один из его минусов – долгая окупаемость. Поэтому предприниматель должен рассчитать все возможные риски подготовиться к тому, что его бизнес окупит себя только спустя 2-3 года, и это при условии стабильного спроса среди клиентов.