
HOOKAH LOUNGE
SMOKE HOUSE
МЯТА LOUNGE

ПОДГОТОВИЛИ:

МАРК ВДОВИН

ИЛЬЯ ОПРЫШКО

ПЕРФИЛЬЕВА ЕЛЕНА

2 ФПЭК КОНЦЕРН 2 И 3 АКАДЕМИЧЕСКОЙ ГРУППЫ

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Цель исследования – изучить выбор франшизы в сфере оказания услуг курения кальяна в Москве и Подмосковье
- Задачи при выборе франшизы:
 1. Иметь гарантированный регулярный доход
 2. Работать под известным брендом

СОСТОЯНИЕ РЫНКА

- Кальянный рынок в России начал только зарождаться в 2008-2010 годах. В 2013 году развитие кальянной индустрии резко пошло вверх. В нашу страну все больше начали поступать различные виды табака, стало приезжать еще больше моделей кальянов, что повлекло за собой небольшую волну открытия специализированных «кальянных». Появился спрос, бурный рост которого пришелся на конец 2014 года. Именно тогда в России был принят законопроект, в соответствии с которым гражданам нашего государства запрещалось курить в общественных местах.
- Чтобы не терять клиентов, более 30% торговых точек включили в список своих услуг кальяны. Однако назвать такой подход оптимальным было нельзя.
- Основной рост количества полноценных заведений формата кальянных пришелся на 2015-2016 год.
- **2016-17 год. Стабилизация рынка.**
- За последние полгода тенденция открытия кальянных спадает не сильно, а мода на кальян только возрастает. Однако стоит заметить качество вновь открывающихся заведений. В игру вступают крупные игроки с большими бюджетами, и современная кальянная в настоящее время выглядит уже совершенно по-другому.
- Кальянный рынок в России активно растет, это и способствует росту количества производителей самих кальянов и комплектующих

ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ – ПРАКТИКА И ОЖИДАНИЯ НА 2019 ГОД

Популярность кальяна еще будет точно расти, так как этот сегмент рынка еще имеет большой и нераскрытый потенциал. Соответственно, учитывая потенциал кальянного бизнеса, снижение объемов продаж не ожидается, но есть вероятность ужесточения развития данного сегмента.

- Министерство здравоохранения предложило запретить использование кальянов в местах общественного питания — ресторанах, кафе и барах — с 1 января 2019 года. Соответствующий законопроект опубликован на федеральном портале нормативных правовых актов.
- Изменения в закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» предлагается внести с целью сокращения спроса на табак, говорится в пояснительной записке к законопроекту. Документ предполагает расширение перечня мест, где запрещено курение, с июня 2018 года.

Представленные проекты могут значительно подорвать рост кальянного бизнеса в связи с ограничением мест для реализации продаж.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

- Поведение потребителей – понятие широкое и включает в себя не только процесс покупки продукта (услуги, работы), но и также поведение потребителей до покупки и после ее осуществления.
- Конечно, учитывая различные факторы, такие как маркетинг или факторы среды, можно утверждать, что кальянная индустрия имеет широкую популярность в нашей стране.
- В первую очередь, большую роль играет реклама, а соответственно ее широкое применение в наши дни, использование различных интернет платформ, сайтов, а также создание приложений, специализирующихся в продвижение данной сферы услуг.
- Важно отметить влияние других государств на культуру нашей страны. По некоторым данным известно, что зарождение кальянной индустрии произошло ни только в одной определенной стране. Примерами являются Турция, Америка, Южная Африка, а также Индия.
- Однако, снижение покупательской способности в первую очередь спровоцировано падением доходов в государстве, вызванное экономическим кризисом в стране. Не маловажную роль играет влияние государства на данную сферу услуг. Как уже говорилось, государством принимаются законопроекты об охране здоровья граждан, а также о запрете использования кальянов в местах общественного питания, что может достаточно сильно повлиять, как на поведение потребителя, так и на объемы продаж самой сферы услуг.

СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ

- Распределение потребителей в этой нише рынка торговли значительно стабильно из года в год, разве, что со смещением к той или иной возрастной категории.
- Целевой аудиторией данного направления является молодёжь, старше 18 лет, а так же люди среднего возраста до 40 лет. В настоящее время кальянная индустрия очень бурно развивается и целевая аудитория постоянно расширяется.
- Динамику распределения целевой аудитории мы можем рассмотреть на круговой диаграмме.
- Как мы можем видеть, большой популярностью кальянная сфера пользуются у категории людей в возрасте от 18 до 25 лет, и меньше всего тем кому от 40 лет и выше.



СТРУКТУРА РИТЕЙЛА И ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СТРАТЕГИИ

- Лидирующее положение на рынке в данной сфере услуг занимает Россия. В Европе кальянная индустрия плохо развита и отличается высоким уровнем цен, а также некачественным производством.
- В Америке кальян не пользуется широкой популярностью.
- Распространены кальяны также в: Турции, Азербайджане, Иране, Ливане, Израиле, Саудовской Аравии, Узбекистане.
- К числу ритейлеров активно присоединяются компании, которые запускаются на основе франчайзинга.
- Примеров достаточно много, хорошим тоном для каждой сети сегодня является наличие правильно подобранного помещения, хороший дизайн, качественная продукция, а также поддержка интернет площадок: хорошая реклама, создание своего сайта, а также ведение Instagram- страницы.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ, НОВЫЕ ТРЕНДЫ В МИРЕ

- Кальянная сфера растет и развивается. Производители выпускают новую продукцию практически каждую неделю. Приобретаются франшизы, открываются новые сети, предоставляющие кальянные услуги. Очень сложно удерживать лидирующие позиции, постоянно нужно развиваться, а также отличаться уникальностью и креативностью для привлечения большего количества потребителей.
- Для того, чтобы обеспечить поток клиентов с самого начала работы, следует организовать отдельное мероприятие, посвященное официальному открытию кальянной.
- Также очень действенным инструментом для раскрутки кальянной является использования событийного маркетинга или проведения различных тематических вечеров.
- Самым основным всегда является наличие своей индивидуальности и собственного вкуса.
- Главное не отставать от всех новых тенденций развития индустрии!

СЕГМЕНТАЦИЯ

- В 2019 году нижний ценовой сегмент будет занимать верхние позиции по объемам продаж. Это почти 65% всего рынка. Товары среднего класса будут предпочтительны не более чем для 25% потребителей. Остальные 10% будут принадлежать верхнему ценовому сегменту.
- Рынок кальянов, как и остальные, испытывает давление кризиса. Сокращение продаж не входит в стратегию профильных компаний, поэтому на 2019 год будет ярко выражено сокращение издержек.

ОБРАТНАЯ СТОРОНА БИЗНЕСА

- Несмотря на достаточно большое развитие в кальянной сфере, большое количество заведений, а также высокий уровень оказания услуг, имеются некоторые проблемы.
- Проблемами кальянного рынка в России можно считать следующие:
 - 1. Не существуют устойчивые бренды.
 - 2. Нет отечественных предприятий, которые бы производили кальяны.
 - 3. Плохо развита сфера продаж в регионах

ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- В последние два года многие из предпринимателей и бизнесменов решаются на важный шаг – открытие кальянных. Вложения в бизнес такого рода могут быть сравнительно не большими, но зато в быстрые сроки дают уже видимый результат и вполне обоснованную выручку. При этом, что в заведении такого рода не будут необходимы повара или же огромная кipa какой-то профессиональной посуды наряду с оборудованием.
- Более того, подобные кальянные на сегодняшний день являются «модным веянием», потому что многие молодые люди любят курить там и, следовательно, расслабляться.

ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- Уникальность подобных заведений — прежде всего, в атмосфере. А для того, чтобы её создать, нужно хорошенько постараться: разработать дизайн, оборудовать красивой мягкой мебелью, предоставить гостям заведения качественный кальян. Тем более что сегодня прийти и покурить кальян — это просто идеальный вариант с учетом того, что курение в общественных местах запрещено.
- Кроме того, немаловажно подобрать такое помещение, которое бы отвечало нормативам. Открывать или нет свою собственную кальянную — каждый из предпринимателей, бесспорно, решает сам.

ПРИМЕРЫ КАЛЬЯННЫХ ФРАНШИЗ

- Франшиза Hookah place
- Франшиза Smoke House
- Франшиза МЯТА Lounge

Далее



ФРАНШИЗА HOOKAH PLACE

- Бесспорно, это касается атмосферности заведений и их брендирования — над этими двумя пунктами поработал Антон Гайворонский с Русланом Закировым. Такие заведения напрочь лишены какой-нибудь вычурности. Здесь проработан отличный эксклюзивный дизайн, как внутренний, так и внешний.
- Сама же ценовая политика строится на временном факторе. Клиент производит оплату лишь за то, сколько по факту он провел времени в заведении. Обычно час посиделок обходится в тысячу рублей — в эту стоимость входят два кальяна и некоторые из напитков.
- **Hookah Place** — именно то место, где дым приобретает необыкновенный и уникальный вкус. Да и сама франшиза может быть реализована без каких-либо особых проблем, самым главным фактором в которой, помимо самого здания и наличия юридического лица для запуска проекта, являются люди.
- **Инвестиции** в неё составят порядка от 1 100 000 рублей; паушальный взнос — от 200 000 рублей; окупаемость произойдет спустя 3–12 месяцев с момента открытия кальянной. Роялти отсутствуют, сумма минимальных инвестиций — 1 100 000 рублей.
- **Требования к размеру площади заведения** — от 100 квадратных метров. Среди иных требований есть и такие:
 - необходимость знать кальянное дело;
 - умение различать нюансы табаков и чаши;
 - наличие протяжно-вытяжной вентиляции;
 - желание совершенствоваться в данной сфере.

Вернуться обратно

ФРАНШИЗА SMOKE HOUSE

- Smoke House — это еще один вариант кальянной, который также пользуется успехом среди молодежной аудитории. В стенах этого новомодного заведения посетителям предоставляется возможность покурить отменный кальян, спокойно провести время и выпить вкуснейший чай с печеньем. При желании можно свободно поиграть в настольные игры.
- Отзывчивые сотрудники, чарующая обстановка уюта, а также мягкие диваны призваны создать великолепную атмосферу и скрасить как будний вечер, так и выходной. И к тому же по стоимости всё будет не очень дорого, а взамен вы получите радушную альтернативу домашним посиделкам.
- Сколько стоит открыть с нуля кальянную Smoke House по франшизе?
- **Стартовые инвестиции** — от 800 000 тысячи рублей до 2 000 000 рублей. Срок окупаемости составляет четыре месяца.
- **Требования:**
 - заведение площадью от 100 квадратных метров
 - приточно-вытяжная вентиляция, чтобы избежать задымленности кальянной
 - санузел наряду с канализацией

Вернуться обратно

ФРАНШИЗА МЯТА LOUNGE

- Сочетание этих двух слов уже навевает на какие-то мысли о расслаблении, уход от мирской суеты и просто размеренное курение кальяна в стенах красивого заведения. Кальянные этого типа помогут найти утраченное спокойствие и умиротворение.
- Стоит учесть, что Мята Lounge является сетью кальянных закрытого типа. Таким образом, отличное переплетение и соединение уюта и стиля, отлично обученного обслуживающего персонала, а также величественной атмосферы расслабления давно сделали Мята Lounge достойным представителем кальянных.
- Стоимость франшизы кальянной Мята Lounge составляет 1 000 000 руб.
- Если говорить о франшизе кальянной Мята Lounge, то здесь отсутствует роялти — таким образом, у вас будет отличная возможность зарабатывать еще больше на вашем бизнесе. Полная окупаемость наступает примерно спустя полгода с момента открытия заведения.
- Среди требований к покупателям данной франшизы значатся всего лишь два пункта: адекватность и желание.
- Что касается **требований** в отношении помещения, то здесь дело обстоит несколько серьезнее:
 - размер помещения должен быть от 100 до 300 квадратов
 - обязательно должны присутствовать водоснабжение и вентиляция
 - очень желателен ремонт
- **Инвестиции** составят около 800 000-1 200 000 рублей; паушальный взнос — 20 тысяч рублей; вступительный взнос — 300 тысяч рублей.
- После покупки франшизы предприниматель получит всю ему необходимую **помощь**. А именно:
 - онлайн-консультации по текущим вопросам
 - очень успешный и актуальный проект
 - хорошую маркетинговую поддержку

Вернуться обратно

СРАВНЕНИЕ ФРАНШИЗ

Франшизы	Hookah place	Smoke house	МЯТА Lounge
Цена за покупку франшизу	+ -	+	+
Окупаемость вложений	++	++	+ -
Популярность заведения	+++	+	++
Дизайн заведений	+	+ -	+
Отзыв клиентов	++	+ -	++
Качество продукции	++	+	+
Дополнительные услуги	++	+	+ -

++ = Очень хорошо

+ = Хорошо

+ - = Средне

- = Плохо

-- = Очень плохо

ВЫВОД

- Лучшая франшизаальянных из вышеприведённых является Hookah place. С данным видом франшизы инвестор хоть и не получит мгновенную окупаемость, но она будет. Судя по статистике, окупаемость франшизы МЯТА Lounge за пять лет превышает окупаемость других предприятий в два раза. Также, политика заведения однократно лучше своих конкурентов, что дает возможность инвестору пользоваться большим клиентским спросом на услуги купленной франшизы.

