



Столыпинский  
вестник

Научная статья

Original article

УДК 339.13.017

## ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ФРАНШИЗ СПА-САЛОНОВ

### RESEARCH OF THE RUSSIAN MARKET OF SPA FRANCHISES

**Кульчицкая Елена Валерьевна**, Кандидат экономических наук, доцент кафедры управления и планирования социально-экономических процессов, «Санкт-Петербургский государственный университет», тел. +7 (812) 363-67-85, e.kulchitskaya@spbu.ru

**Григорян Анаит Вардановна**, студентка 4 курса бакалавриата, «Санкт-Петербургский государственный университет», Россия, г. Санкт-Петербург

**Багрова Ирина Ильинична**, студентка 4 курса бакалавриата, «Санкт-Петербургский государственный университет», Россия, г. Санкт-Петербург

**Ралдугина Надежда Сергеевна**, студентка 4 курса бакалавриата, «Санкт-Петербургский государственный университет», Россия, г. Санкт-Петербург

**Kulchitskaya Elena Valeryevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management and Planning of Socio-Economic Processes, St. Petersburg State University, tel. +7 (812) 363-67-85, e.kulchitskaya@spbu.ru

**Grigoryan Anahit Vardanovna**, 4th year undergraduate student, St. Petersburg State University, Russia, St. Petersburg

**Bagrova Irina Plynichna**, 4th year undergraduate student, St. Petersburg State University, Russia, St. Petersburg

**Raldugina Nadezhda Sergeevna**, 4th year undergraduate student, St. Petersburg State University, Russia, St. Petersburg

**Аннотация.** В России недавно зародился франчайзинг. Активное развитие франчайзинга напрямую связано с его привлекательностью, а именно - интерес приобрести франшизу состоит в возможности ведения стабильного прибыльного бизнеса при минимальных рисках. Именно поэтому данное направление актуально. Целью исследования явилось изучение системы франчайзинга и исследование российского рынка франшиз спа-салонов. В данной статье рассматривается сущность и история развития франчайзинга в России, как именно начало развиваться данное направление. Отмечено, откуда данная индустрия взяла своё развитие и как прижилась в России. Приведены цифры, подтверждающие, почему данное направление актуально для населения как никогда. Также рассмотрены факторы, влияющие на развитие франчайзинга в России. В ходе исследования авторами выявлены самые популярные сферы для франшизы, среди которых выделили активно развивающиеся в последнее время сферы- красота и здоровье. Отмечены главные отличия СПА-салонов от других объектов СПА-индустрии. Представлены причины, привлекающие влияние покупателей в этой сфере. В научной статье авторами проведен анализ рынка франшиз в СПА индустрии и на основании полученных данных проведено аналитическое исследование, вследствие которого удалось выделить более успешные франшизы спа-салонов. В результате детального анализа авторы выявили недостатки представленных франшиз СПА-салонов, а также выделили рекомендации компаниям, которые позволят улучшить условия франшизы и привлечь новых франчайзи. Сделан вывод, что для дальнейшего улучшения франшиз компаний необходимо наладить процесс коммуникации с франчайзи, делать более выгодные предложения и регулярно поддерживать франчайзи в ведении бизнеса.

**Abstract.** Franchising has recently been born in Russia. The active development of franchising is directly related to its attractiveness, namely, the interest in acquiring a franchise consists in the possibility of conducting a stable profitable business with minimal risks. That is why this direction is relevant. The purpose of the study was to study the franchising system and study the Russian market of spa franchises. This article examines the essence and history of the development of franchising in Russia, how exactly this direction began to develop. It is noted where this industry took its development from and how it took root in Russia. The figures are given, confirming why this direction is more relevant for the population than ever. The factors influencing the development of franchising in Russia are also considered. In the course of the study, the authors identified the most popular areas for the franchise, among which they highlighted the areas that have been actively developing recently - beauty and health. The main differences of SPA salons from other objects of the SPA industry are noted. The reasons that attract the influence of buyers in this area are presented. In the scientific article, the authors analyzed the franchise market in the SPA industry and, based on the data obtained, conducted an analytical study, as a result of which it was possible to identify more successful franchises of spa salons. As a result of a detailed analysis, the authors identified the shortcomings of the presented franchises of SPA salons, and also highlighted recommendations to companies that will improve the conditions of the franchise and attract new franchisees. It is concluded that in order to further improve the franchises of companies, it is necessary to establish a process of communication with franchisees, make more profitable offers and regularly support franchisees in doing business.

**Ключевые слова:** *франчайзинг, СПА-индустрия, франшизы СПА-салонов, развитие франчайзинга, анализ франшиз, СПА-индустрия, СПА-салоны в России.*

**Keywords:** *franchising, SPA industry, SPA franchises, franchise development, franchise analysis, SPA industry, SPA salons in Russia.*

В наши дни большинство предпринимателей хотят выйти на рынок более безопасным способом с получением стабильной прибыли. Самый надежный способ для таких бизнесменов - франчайзинг. Этот способ считается разумным и современным. Также забота о себе, ответственность за свое здоровье и красоту становится на первом месте у каждого человека в наши дни. Именно поэтому спрос на услуги СПА-салонов увеличивается. Франчайзинг в СПА-индустрии тоже набирает популярность, основываясь на высоком спросе и безопасном варианте открытия бизнеса.

Франчайзинг - определенный тип организации, который подразумевает создание широкой сети однородных предприятий, которые имеют единый товарный знак, соблюдающих одинаковые условия, стиль, методы, формы продаж товаров или оказания услуг, наиболее важными из которых являются единые требования к качеству товаров или услуг, которые регулируются централизованно.[7]

Франчайзинг подразумевает под собой систему взаимоотношений двух сторон: франчайзер и франчайзи. Франчайзер-компания, которая предоставляет другой стороне на определенных условиях использовать торговую марку, технологии ведения бизнеса при сохранении независимости. Франчайзи-фирма или индивидуальный предприниматель, который приобретает франшизу. Эффективность франчайзинга зависит от тиражирования по заданной схеме концепций бизнеса, которые проверены опытом.

### **История развития франчайзинга**

Во времена средневековья король предоставлял своим баронам определенные права, давал им полномочия в обмен на определённые условия, что и было началом формирования признаком франчайзинга.

Затем в Оксфордском словаре появилось определение «franchising»- все права и свободы епископатов, пожалованные короной в 1559 г. «franchises»- места для торговли. Гражданам города была выдана франшиза, то есть разрешение продавать свои товары в пределах города. Это была основа франчайзинга.[8]

В более современном виде франчайзинг зародился в британских пивоварнях, когда появилась необходимость поддержания объема продаж. Система «связанных домов» оказалась эффективным механизмом, который приносил регулярно прибыль и существует по наши дни.

Впервые, в современном понимании, франшиза была применена в 1851 году. Компания Зингер, которая производила швейные машины, стала продавать права на продажу и ремонт швейных машин от ее имени. Одна из самых известных компаний в современности “McDonalds” запустила не только продажу франшиз в 1950-х годах, но и целую систему ведения бизнеса.[4]

В России франчайзинг начал развиваться с 1992 года в научно-производственной компании «ДОКА». Компании специализировались на производстве продукции из картофеля и хлебобулочных изделиях. Но вскоре компания потерпела неудачи в виде ухудшения качества товара, что подорвало доверие клиентов, и система прекратила существование. Следующий проект франчайзинга возник в 1993 году «Baskin Robbins». Компания продала владельцу права на торговую марку в Москве.

Система рыночных отношений франчайзинга активно формируется в России: развиваются Ассоциации и Федерации, которые защищают франшизные компании.

Факторы, влияющие на развитие франчайзинга в России:

1. Необходимость продвижения отечественных компаний на рынке внутри страны и на международном рынке.
2. Формируется малое предпринимательство, которые нуждаются в материальной поддержке, поддержке в организации бизнеса, информационном обеспечении, маркетинговых исследованиях.

Если рассматривать самые популярные сферы для франшизы, то к ним относятся:

1. Сети розничных супермаркетов и торговых точек (бизнес-ритейл).
2. Общественное питание (открытие кафе, ресторанов и прочих заведений под известными торговыми марками).

3. Производство продуктов: открытие хлебопекарни, цехов по изготовлению мороженого, чипсов, сухариков, пива и т.д.
4. Красота и здоровье: открытие фитнес-залов, СПА-салонов, точек продажи спортивного питания.
5. Открытие микрофинансовых компаний и ломбардов по франшизе.
6. Организация строительного бизнеса.
7. Открытие региональных филиалов и отделений раскрученных интернет-магазинов.

Одна из самых популярных сфер: красоты и здоровье.

Индустрия красоты — отрасль, занимающаяся косметическим обслуживанием. Речь идет о салонах красоты, к которым также относятся парикмахерские, спа-салоны и другие, также включает производства косметических и уходовых средств. Салоны красоты активно развиваются в последнее время из-за роста технологий, желания потребителей следовать моде.[6]

СПА-индустрия начала свое развитие в США в конце 50-х годов. Сегодня СПА-индустрия представляет собой динамично развивающуюся отрасль, которая представлена практически на всех международных и национальных рынках оздоровительных услуг, включает в себя огромное разнообразие компаний, разрабатывающих, производящих, поставляющих СПА-технологии, СПА оборудование и СПА-косметику и оказывающих разнообразные СПА-услуги на их основе.

В широком смысле «СПА» можно рассматривать как концепцию оздоровления, комплекс оздоровительных процедур, направленных на восстановление физического и эмоционального здоровья человека. СПА-предприятия могут предлагать услуги массажа, фитотерапии, ароматерапии, гидротерапии, бальнеотерапии, талассотерапия и др.

На данный момент на мировом рынке существуют следующие категории объектов СПА-индустрии: СПА-салоны, СПА в отелях, СПА на курортах,

СПА-дестинации, СПА на минеральных источниках, клубные СПА, медицинские СПА и круизные СПА.

В данной статье в большей степени будут рассматриваться СПА-объекты в виде СПА-салонов.

Стоит отметить главные отличия СПА-салонов от других объектов СПА-индустрии. Согласно классификации Global Wellness Institute (GWI), отличия заключаются в том, что в них:[1]

1. Осуществляются услуги квалифицированными специалистами на ежедневной основе
2. Находятся в черте города
3. Оказываются услуги в течение одного или нескольких часов
4. Уделяются особое внимание эстетическому аспекту проведения процедур
5. Предполагаются разнообразные СПА-услуги (массаж, уход за лицом, процедуры для тела и др.)

По проведенной оценке Global Wellness Institute в 2021 году, США, безусловно, являются крупнейшим рынком с объемом 1,2 триллиона долларов, что почти вдвое превышает размер второго по величине рынка Китая с его объемом 683 миллиарда долларов. Фактически, на долю США приходится 28% всего мирового рынка оздоровительных услуг, в то время как на первую десятку рынков приходится 71% мирового рынка. Россия занимает 13 место, и её объем составляет 71,4 миллиарда долларов на 2020 год.[1]

По данным ПКР, на рынке СПА-услуг в России существует около 30 000 предприятий и салонов, предоставляющих СПА-услуги. [9] Однако самостоятельные СПА-комплексы полного профиля на данный момент занимают лишь 10% от всего рынка. К ним относятся сауны, термальные и минеральные источники, косметические СПА-салоны и др. Согласно данным Статистика, 8% россиян целью своей туристической поездки называют Medical и Wellness-туризм.[1]

Индустрия СПА пришла в Россию с запада. Сейчас она довольно быстро развивается, так как ей удалось приспособиться в соответствии с местным менталитетом и национальными особенностями. С каждым годом этот рынок увеличивается и набирает обороты, что привлекает людей открывать бизнес в этой сфере и развивать её.

Люди в своей жизни постоянно сталкиваются со стрессовыми ситуациями, особенно в настоящее время люди всё больше и больше подвержены стрессу. Исследовательский центр Romir, демонстрируя результаты исследования, повествует о том, что «95% россиян испытывают стресс, а чуть более трети опрошенных (34%) испытывают его постоянно».[2] Это говорит о том, что большая часть населения нуждается в специальных процедурах, которые помогают восстановить силы и вернуть жизненный тонус. И чаще всего стресс связано со следующими причинами: беспокойством по поводу угрозы собственному здоровью (79%), угрозы здоровью близких людей (70%), семейные проблемы (73%). Выше приведенные данные подтверждают то, что СПА-индустрия в России будет актуальной как никогда, так как СПА-салоны помогают справиться со стрессом, снижают напряжение в теле человека и тогда человек приходит в спокойное, расслабленное состояние.

Существует ряд причин, которые привлекают внимание покупателей. Во-первых, это возрастание внутреннего потока туристов. Граждане России, в последнее время, всё больше изучают страну. Для бизнеса это дополнительный поток клиентов. Таким образом, возрастает количество туристов, которые передвигаются внутри страны, с целью отдохнуть, восстановить своё здоровье. Во-вторых, сейчас присутствует тенденция здорового образа жизни, которая позволила людям выдвинуть сферу здоровья в приоритет. Люди подходят более ответственно к этому вопросу и уделяют уходу за своим здоровьем больше времени и внимания. Также растёт внимание со стороны населения к понятию отдыха, который является необходимостью, однако не все успевают отдыхать в связи с большим количеством задач. Население старается внедрить именно СПА отдых в свою жизнь, чтобы пытаться вести сбалансированную жизнь, не



сильно уставать и чувствовать удовлетворенность от жизни. Во время COVID-19 люди поняли как дорого для них здоровье и стали уделять внимание физическому и ментальному здоровью. Поэтому СПА-индустрия может предложить услуги, позволяющие удовлетворить потребности, которые возникли во время пандемии. Всё это открывает новые возможности для СПА-индустрии.

Запросы клиентов с эволюционированием самой СПА-индустрии, также эволюционируют и приобретают более требовательный характер с их стороны. Поэтому важно исследовать желания и потребности клиентов для последующего улучшения и развития СПА-индустрии.

Таким образом, в России СПА-индустрия развивается довольно стремительно и имеет хорошие перспективы для развития, особенно в связи с последними событиями. СПА-индустрии есть куда стремиться, и она идёт в правильном, многообещающем направлении, основываясь на национальных особенностях России.

### **Анализ рынка франшиз в СПА-индустрии**

Было проведено исследование по анализу рынка франшиз СПА-салонов в мае 2022 года. Использовался метод тайного покупателя, сравнительный анализ, изучение отзывов франчайзи. В ходе исследования была составлена и проанализирована таблица в которой были выбраны 10 компаний СПА-услуг и критерии, по которым происходило сравнение. Более подробно можете рассмотреть таблицу в Приложении 1. В исследование участвовали компании СПА-услуг: Bountу, Вай тай, Рельсы-рельсы, ROYAL THAI, Мечта Бьюти, Тайрай, Алтайская здравница, Thai way, Ледибосс, Сибирское спа.

Были выделены следующие критерии, по которым проводился анализ:

1. Известность бренда
2. Услуги, которые предоставляет компания-франчайзер
3. Стоимость франшизы
4. Срок окупаемости франшизы
5. Роялти

6. Первоначальные вложения
7. Как давно продается франшиза
8. Система поддержки со стороны франчайзера
9. Впечатления от первых контактов с франчайзером
10. Пакет франшизы
11. Уникальность

Продажа франшиз СПА-салонов в России начала развиваться относительно недавно - с 2010 года. При этом, наблюдалась негативная тенденция, что во время пандемии некоторые салоны были закрыты из-за отсутствия потока клиентов, также в маленьких городах франчайзи тоже не окупались.

СПА-салоны, участвующие в исследовании, имели практически одинаковый список предоставляемых услуг: хаммам, сауна, соляная комната, услуги массажа, стоунтерапия.

Однако были и СПА-салоны предоставляющие другие виды услуг, например: фитнес, кальянные, барбершопы, парикмахерские, лазерная косметология, солярий не сильно увеличивают поток клиентов, требуют больших первоначальных вложений, требуют предоставления большого количества документации для правоохранительных органов. Также в СПА-салонах пользуются спросом подарочные сертификаты, а также продукция, продаваемая в СПА-салонах.

В среднем, количество проданных франшиз у каждого из рассмотренных СПА-салонов от 3-х до 16-ти франчайзи.

В ходе исследования выяснилось, что компании Тай Рай, Thai way и Сибирское СПА не продают или приостановили продажу франшизы в связи с ситуацией в мире и отказами по оформлению рабочих виз для сотрудников из Таиланда.

Франшизами, которые, по мнению авторов, менее привлекательные, были выделены следующие: Thai way и Тайрай. Прежде всего, потому, что у них

множество негативных отзывов, есть проблемы с мастерами и данные франшизы являются неактуальными.

Особо привлекательными были выделены следующие франшизы: Рельсы-рельсы и Алтайская здравница. Среди них выделены следующие преимущества: подробность предоставляемой информации и её доступность, расширенный пакет помощи, качественный сайт, высокие требования к франчайзи, более реальный срок окупаемости и доступность реальных отзывов и историй.

В ходе исследования, на основе проанализированных недостатков были выделены следующие рекомендации компаниям по улучшению их франшиз:

1. Налаживание системы обратной связи с потенциальным покупателем франшизы. Оперативно перенаправлять потенциального покупателя на руководство или менеджера по продаже франшизы.
2. Поработать над web-дизайном сайтов франчайзи: наличие нескольких сайтов, что доставляет неудобство покупателю, вводит в заблуждение. Удобнее наличие единого сайта, чтобы ознакомиться полной информацией о салоне, адресах. Переход с официального сайта салона на сайт франшиз по ссылке.
3. Более тщательно выбирать франчайзеров для поддержания своей репутации.
4. Расписывать роялти в зависимости от получаемого дохода.
5. Размещение информации о компании в различных рейтингах о франшизах.
6. Предоставление видео от руководителей компании, чтобы у потенциального покупателя франшиз возникало доверие, быстрое знакомство со сферой, услугами.
7. Не давать ложных надежд по окупаемости и инвестиций, что впоследствии влияет на репутацию компаний.

Таким образом, франчайзинг в СПА-индустрии довольно развивающееся и перспективное направление в России, несмотря на то, что оно появилось

относительно недавно. Авторы рассмотрели СПА-салоны и провели сравнительный анализ. Было выявлено множество упущений со стороны франчайзи, которые тормозят процесс продажи франшиз. Такие недостатки необходимо рассматривать в совокупности, так как они оказывают существенное влияние друг на друга. Благодаря сравнительному анализу СПА-салонов, которые пользуются успехом в продаже франшиз, были предложены рекомендации, которых не хватает другим СПА-салонам. Данное исследование поможет улучшить оказание услуг СПА-салонов и масштабировать успешную продажу франшиз.

### Литература

1. Global Wellness Institute URL:<https://globalwellnessinstitute.org/> (дата обращения: 20.12.2022)
2. ROYAL THAI СПА салон тайского массажа <https://royalthai.ru/>
3. Алтайская здравница <https://altayspa.ru/catalog/>
4. Бабаев Арген Почему франшиза так популярна и востребована? // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pochemu-franshiza-tak-populyarna-i-vostrebovana> (дата обращения: 24.12.2022).
5. Вай Тай СПА <https://waithaispa.ru/>
6. Дохолова А.С. Российский рынок салонов красоты // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-rynok-salonov-krasoty> (дата обращения: 24.12.2022).
7. Зимина Л.Ю. Организация бизнеса на основе франчайзинга: Учебное пособие. – Ульяновск: УлГУ, 2009. – 67с
8. Орлова О.А. Место и роль договора коммерческой концессии в системе гражданско-правовых договоров//«Законодательство и экономика», июнь 2003, N 6.-С.-33
9. ПКР// [prcs.ru](http://prcs.ru)

10. Подавляющее большинство россиян испытывает стресс // <https://romir.ru/studies/podavlyayushchee-bolshinstvo-rossiyan-ispytyvaet-stress> (Дата обращения: 23.10.2022)
11. Рельсы-рельсы шпалы-шпалы массажный салон <https://rely-rely-shpaly-shpaly.clients.site/>
12. Сеть салонов тайского массажа и СПА Тай рай <https://tairai.ru/>
13. Сибирское СПА <https://siberianspa.ru/>
14. СПА салон тайского массажа Thai way <http://thaiwayspa.ru/>
15. Тайская СПА деревня Baunty <https://baunty.spb.ru/>
16. Федеральная сеть массажных салонов Мечта Бьюти <https://mechtabeauty.ru/>

### References

1. Global Wellness Institute URL:<https://globalwellnessinstitute.org> / (accessed: 12/20/2022)
2. ROYAL THAI THAI Massage SPA <https://royalthai.ru/>
3. Altai health resort <https://altayspa.ru/catalog/>
4. Babaev Argen Why is the franchise so popular and in demand? // International Journal of Applied Sciences and Technologies "Integral". 2018. No.2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pochemu-franshiza-tak-populyarna-i-vostrebovana> (accessed: 12/24/2022).
5. Wi-Tai Spa <https://waithaispa.ru/>
6. Doholova A.S. The Russian market of beauty salons // International Journal of Applied Sciences and Technologies "Integral". 2019. No.3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-rynok-salonov-krasoty> (date of reference: 12/24/2022).
8. Zimina L.Y. Organization of business on the basis of franchising: Textbook. – Ulyanovsk: UISU, 2009. – 67с
9. Orlova O.A. The place and role of the commercial concession agreement in the system of civil law contracts// "Legislation and economics", June 2003, N 6.-P.-33
10. PKR// [prcs.ru](http://prcs.ru)

11. The vast majority of Russians experience stress // <https://romir.ru/studies/podavlyayushchee-bolshinstvo-rossiyan-ispytyvaet-stress> (Date of application: 10/23/2022)
12. Rails-rails sleepers-sleepers massage parlor <https://rely-rely-shpaly-shpaly.clients.site/>
13. Network of Thai massage salons and Thai Rai SPA <https://tairai.ru/>
14. Siberian Spa <https://siberianspa.ru/>
15. Thai way Thai massage SPA [http://thaiwayspa.ru /](http://thaiwayspa.ru/)
16. Baunty Thai SPA Village <https://baunty.spb>

© Кульчицкая Е.В., Григорян А.В., Багрова И. И., Ралдугина Н.С., 2023 *Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №1/2023.*

**Для цитирования:** Кульчицкая Е.В., Багрова И. И., Григорян А.В., Ралдугина Н.С. ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ФРАНШИЗ СПА-САЛОНОВ// Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №1/2023.

Таблица 1. Часть 1. Сравнительный анализ франшиз СПА-салонов

Критерии	Bounty	Вай тай
Известность бренда	Тайланд, Россия (12 городов), Беларусь (2 салона: Минск с 2017г)	8 городов: Москва и МО, Екатеринбург, Иркутск, Казань, Евпатория, Улан-Удэ, Симферополь, Санкт-Петербург, Чита. 65 салонов. 1 место в России по количеству салонов.
Услуги	Хаммам, финская сауна, паровая сауна, инфракрасная сауна, фитобочка, арома-сауна, соляная комната, тропический душ, массаж, медовое обёртывание, аппликации, талассотерапия обёртывание с ламинарией, массаж бамбуковой палочкой, стоун терапия, фитнес, кальянные, парикмахерские, барбершопы, лазерная косметология, солярий	22 вида массажа, программы по омоложению фигуры, программы для двоих
Цена франшизы	Паушальный взнос: 500 000 инвестиции 8-10 млн . В стоимость входит: анализ местности, помещение существующего или подбор нового, зонирование, закупки, консультации, дизайн, выезд специалиста, который контролирует процесс, обучение	Паушальный взнос: 900 000 рублей
Срок окупаемости	1-1,5 г	2,5 года; выручка с одного мастера в месяц 350-500тыс р
Роялти	3% от оборота или 30 тыс руб	60тыс.р или 15тыс за мастера
Первоначальные вложения	не рекомендуют открывать салон больше 150м2. 1м2=60-70тыс р за общий бизнес( туда входят расходы на мастеров, дизайн, аренду и тд) . В среднем, на помещение 150м2 потребуется 8-10 млн. Открытие салона занимает от 3х месяцев	6-7 млн. В них входит: 1,5-2 млн на ремонт, 800тыс-декор, 1млн- на 2х мастеров(док-ты, разрешения, регистрация, билеты)
Как давно продается франшиза	с 2011 г. Не их инициатива была продавать франшизы. Предложение поступило от клиентов, что говорит о заинтересованности и обожании данного спа. Говорят, что салоны открытые по франшизе- это их дети	с 2010; франшизу подают не всем желающим, т.е. для компании это не только источник дохода, но и репутация компании
Система поддержки со стороны франчайзера	Есть единый номер колл-центра, которые принимают звонки от клиентов	поддержка в подборе и оформлении успешную работу бизнеса персонала, консалтинге, проверенные методы и приемы ,которые обеспечат успех бизнеса

Впечатления от первых контактов с франчайзером	Очень приветливая женщина, звонок длился 1 час 7 минут, она готова была еще дольше рассказывать, хотя знала изначально, что я не собираюсь покупать именно их франшизу, а пока что просто провожу анализ рынка	Ждала ответа 4 дня. Позвонила в итоге сама, менеджер по продажам очень приветливая, ответила на все интересующие вопросы
Пакет франшизы	Предварительный этап: договор, анализ местности, помещения существующего или подбор нового, выезд специалиста, зонирование, дизайн, выезд специалиста	Долгосрочный договор (5 лет) на право использования зарегистрированной торговой марки Wai Thai (Вай Тай) и зарегистрированного логотипа. Доступ к клиентской базе. Оценку месторасположения будущего салона. Закрепление за франчайзи определенного эксклюзивного района. Закрепление за вашим салоном менеджеров и специалистов. Обучение вашего бухгалтера, юридическое сопровождение. Рекомендации по возможностям получения лицензии на медицинскую деятельность. Бренд-бук. План-график открытия салона. Подробное руководство по ремонту и созданию внутреннего оформления и стиля салона в соответствии со стандартами. Помощь в покупке декора и оборудования для салона «Вай Тай». Дизайн-проект салона. Предоставление полного перечня покупок мебели и декора для оформления всех помещений салона. Предоставление надежных подрядчиков по приобретению расходных материалов и оборудования.
Уникальность	УТП: фитнес, кальянные, парикмахерские, барбершопы, лазерная косметология, солярий. <b>Акцент</b> на дизайн: в стиле тайской деревни (не только залы для массажа, музыка и приглушенный свет, как в других салонах)	Вай Тай не использует демпинг в завоевании клиентов.

**Таблица 1. Часть 2. Сравнительный анализ франшиз СПА-салонов**

Критерии	Рельсы-рельсы	ROYAL THAI
Известность бренда	Федеральная сеть (3 своих студии и более 30 партнеров)	26 салонов в 4 городах России
Услуги	Классические сеансы массажа, СПА- плюшки, натуральная косметика и подарочные сертификаты	Кроме массажа и СПА программ, в ассортименте салона есть эксклюзивная косметика, а так же подарочные сертификаты



Цена франшизы	Паушальный взнос: 450 000 рублей В паушальный взнос входит: использование бренда, подключение и настройка CRM-системы, маркетинг-план под ваш город, предварительное оформление соц. сетей, постоянная поддержка персональным менеджером.	Салон формата «Standart»/«Optim» Площадь салона 110/160 кв.м Количество рабочих комнат: 5/8 Маркетинговый взнос 2% от выручки Доля прибыли в обороте 14%/23% Средняя выручка салона: 1,650/ 2,550 млн руб. в месяц
Срок окупаемости	11 месяцев	Выход на самоокупаемость 3 - 6мес. Полная окупаемость проекта 20мес./37мес.
Роялти	7% от выручки	5% от выручки
Первоначальные вложения	Стартовые инвестиции: от 900 000 рублей на открытие Строительные работы и материалы: 325 000 Р, Аренда: 50 000 Р, Мебель: 280 000 Р, Орг. техника: 75 500 Р, Инвентарь, расходники: 102 000 Р, CRM-система: 18 000 Р, Видеонаблюдение: 3 000 Р, Маркетинг: 88 500 Р, Униформа: 6 000 Р, Закуп косметики: 17 000 Р Итого: менее 3 млн	Паушальный взнос 400 000/450 000тыс. Р Средний объем инвестиций 7, 65млн. Р/10млн. Р
Как давно продается франшиза	с 2020 года франшиза. Год основания 2018.	с 2014
Система поддержки со стороны франчайзера	Помогают отбирать и утверждать помещение по специальному чек-листу отбора. Делают дизайн-проект студии со сметой и дают ассортиментную матрицу с ТОПовыми позициями косметики для продажи. Предварительно наполняют социальные сети и подключают CRM-систему. Предоставляют контент-план под ваш город, чтобы в первые 3 дня работы уже заработали 200 000 рублей. Перед открытием возможен выезд их специалистов для обучения администраторов и мастеров. Говорят, что открытие нового бизнеса будет спокойным и комфортным."	Сопровождение на весь срок сотрудничества: Подключение к колл-центру Предоставление программного обеспечения; Маркетинговая поддержка: разработка рекламной кампании, разработка отдельной страницы на сайте сети, размещение рекламы и продвижения в интернете, разработка всех необходимых Pos-материалов; Постоянное сопровождение работы салона на протяжении всего срока сотрудничества, предоставление постоянных консультаций по ведению бизнеса.
Впечатления от первых контактов с франчайзером	Отзывы положительные	-

<p>Пакет франшизы</p>	<p>В пакет франшизы входят все документы и инструменты для успешного запуска вашей студии:  Юридические, бухгалтерские и кадровые документы  Чек-лист по поиску и отбору помещения  Смета для оснащения студии со всеми поставщиками  Уникальная методика поиска и найма персонала  Обучающие материалы для новых сотрудников  Сопровождение на этапе запуска и дальнейшая поддержка после открытия студии  Бренд-бук и макеты всех рекламных материалов  SMM-стратегия, контент-план на 3 мес, шаблоны для постов  План по открытию и дальнейшему продвижению  Обучение и внедрение ERP-системы</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проектирование салона;</li> <li>• Технологический план и спецификация оборудования;</li> <li>• Подбор мастеров в Таиланде, Индии;</li> <li>• Сбор образовательных и медицинских документов в Таиланде;</li> <li>• Помощь в оформлении визы в Бангкоке и легализации контракта в Консульстве Таиланда;</li> <li>• Консультирование по алгоритму приезда;</li> <li>• Обучение администраторов и управляющего в действующих салонах ROYAL THAI;</li> <li>• Помощь в лицензировании салонов;</li> <li>• Выездная работа корпоративного управляющего ROYAL THAI в момент запуска салона для внедрения корпоративных стандартов работы и сервиса;</li> <li>• Готовая матрица услуг и косметики;</li> <li>• Продвижение салона в интернет пространстве</li> <li>• Подключение к колл – центру;</li> <li>• Интеграция с CRM, система on-line бронирования;</li> <li>• Постоянное сопровождение работы салона</li> </ul>
<p>Уникальность</p>	<p>Уникальная система набора персонала разработанная владельцами студии. Своя методика найма сотрудников.  Обеспечивают поток клиентов.  Запускают рекламную кампанию, которая дает загрузку студии на ближайшие несколько недель.  Online-вебинары. Вебинары от действующих бизнесменов, коучей и психологов, которые помогают с вопросами управления персонала, финансов и процессов в студии, личного роста.  Ниша с низкой конкуренцией  Растущий рынок по исследованиям РБК + минимальное количество прямых конкурентов дает отличные возможности занять лидерские позиции в своем городе и хорошо зарабатывать</p>	<p>Пишут так; "Откройте свой собственный уголок Тайланда!" и так "Красивый бизнес со стабильным доходом - ROYAL THAI"  Предоставляют опыт подбора персонала  Под ключ от экономики до дизайна помещения  - Эксклюзив на город; Расчет экономики проекта; Готовая матрица услуг и косметики; Консультирование по подбору помещения;  Консультирование по проектированию салона и дизайну;  В начале указаны множество цифр, они вызывают доверие  В сети работают только опытные мастера из Королевства Таиланд, Индонезии и Индии.  "Техника тайского массажа неповторима, что делает салон уникальным, по сравнению с другими массажными салонами."</p>

**Таблица 1. Часть 3. Сравнительный анализ франшиз СПА-салонов**

Критерии	Мечта Бьюти	Алтайская здравница	Ледибосс
Известность бренда	18 салонов по России. 3 собственных в Ижевске	Межрегиональный уровень: 12 салонов - из них 5 собственных. 10 городов: Спб, Абакан, Тюмень, Екб, Новосиб, Новокузнецк, Калининград, Кемерово, Севастополь, Липецк	Пенза, Краснодар, Тольятти, Барнаул, Казань, Бишкек, Днепр
Услуги	Лечебный массаж, различные массажи по коррекции фигуры, В- FLEXY, ИК-сауна, компрессионная терапия, STARVAC	СПА-релакс; СПА с общим массажем; СПА для мужчин; СПА для двоих; Массаж; Программы скульпторы	Брови, массаж, уход за лицом, мезотерапия, ход за волосами, эпиляция, услуги для беременных, аппаратная косметология
Цена франшизы	Площадь от 40 кв. м Количество рабочих кабинетов (от 1, но рекомендуют настоячиво 2) Паушальный взнос 420 000 тыс. руб Роялти фиксированный 15000-20000 рублей Маркетинговый взнос 30000 руб в месяц Объем инвестиций от 1 млн. Окупаемость по разному, в основном 7 мес.	600 000	Паушальный- 350000
Срок окупаемости	7 месяцев	от 12 месяцев	от 5 (рентабельность 52%)
Роялти	15000-20000 рублей	Зависит от выручки: до 300 000 - 5%; 300 - 500к - 20 000; 500 - 1 000к - 30к; более 1млн - 40к	4% оборот
Первоначальные вложения	от 1 млн	2510000	1070000
Как давно продается франшиза	с 2017 года первые партнеры, но ещё не франшиза с 2019 года уже полноценная франшиза	с 2017 года	2020

<p>Система поддержки со стороны франчайзера</p>	<p>Помогают на старте с выбором помещения. Помощь в поиске кадров ПО маркетинг (настройка рекламы, подключение к общему сайту, создание аккаунтов везде) консультации контакты поставщиков</p>	<p>Франчайзер помогает команде со следующим: 1. предоставляет авторские методики более 40 SPA-процедур (аутентичные); 2. поставка косметики собственного производства для работы SPA-процедур; 3. поставка линейки косметики "домашний уход" для реализации в салоне; 4. "сильную" рекламную кампанию; 5. поддержка всех направлений маркетинга на техническом уровне; 6. поддержка рекламными материалами</p>	<p>Отсутствует</p>
<p>Впечатления от первых контактов с франчайзером</p>	<p>Хорошо. Очень оперативно отвечают на вопросы и на связи с будущим франчайзи постоянно</p>	<p>Нашла презентацию на сайте, они ответили на следующий день. Сам франчайзер ответил оперативно</p>	<p>Отрицательные отзывы</p>
<p>Пакет франшизы</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проектирование салона;</li> <li>• Технологический план и спецификация оборудования;</li> <li>• Подбор мастеров</li> <li>• Получение медицинской лицензии</li> <li>• Выход на работу с организациями благодаря полисам ДМС</li> <li>• Обучение администраторов и массажистов</li> <li>• Участие в различных мероприятиях со спикерами с целью обучения и выявления трендов</li> <li>• Составленный пакет услуг</li> <li>• Продвижение салона в интернет пространстве</li> <li>• Подключение к колл – центру;</li> <li>• Интеграция с CRM, система on-line бронирования;</li> <li>• Постоянное</li> </ul>	<p>Стартап полностью берет на себя команда профессионалов во главе с основателем проекта: помощь в подборе помещения и персонала, работа с экстерьером и интерьером объекта, полное маркетинговое сопровождение в онлайн и оффлайн форматах, чек-листы и инструкции. Присутствие и помощь команды в день открытия и последующие несколько дней, обучение персонала. Команда SMM-специалистов продвигает проект в соц. сетях (instagram, VK). Контент, фото, видео съемка, проведение розыгрышей, подбор блогеров, размещение информации в пабликах. Маркетинговые консультации на всех этапах работы, разработка рекламных кампаний, стратегии продвижения филиала. Консультации по</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Помощь в подборе помещения и его дизайн-проект.</li> <li>2. Помощь в поиске и найме сотрудников. Их обучение собственным программам коррекции фигуры, включающие в себя разноплановость аппаратных и ручных методик. Обучение работы с аппаратами коррекции фигуры.</li> <li>3. Настройка таргетированной рекламы, предоставление инструментов для привлечения стабильного потока клиентов.</li> <li>4. SMM-сопровождение.</li> <li>5. Юридическое сопровождение.</li> <li>6. Дальнейшее обучение новым разработанным методикам.</li> </ol> <p>Головной офис</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Консультация по подбору помещения</li> <li>• Поставки оборудования и материалов</li> <li>• Алгоритм в поиске и</li> </ul>

	<p>сопровождение работы салона на протяжении всего срока сотрудничества;</p>	<p>юридическим, бухгалтерским вопросам (предоставляем шаблоны всех необходимых документов).          Дизайнер в штате оперативно корректирует имиджевые и рекламные макеты под филиал,          Видео-материалы для обучения новых сотрудников.          Учебный центр от «Алтайской здравницы» проводит обучения для мастеров, администраторов и управляющих собственной сети у самых лучших преподавателей страны, являющихся членами национальной федерации массажистов.          Товарный знак, брендбук, обновление программ согласно аналитике продаж каждый квартал.</p>	<p>подборе персонала</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Обучение техническим процессам</li> <li>• Создание и настройка соц. сетей</li> <li>• Настройка рекламной компании</li> <li>• Проведение мастер-классов для нового оборудования</li> <li>• Поддержка 24/7</li> <li>• Инструкции по работе с оборудованием</li> </ul> <p><i>Франчайзи</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Регистрация бизнеса</li> <li>• Ремонт помещения</li> <li>• Поиск помещения</li> <li>• Поиск и найм персонала</li> <li>• Предоставление качественных услуг</li> </ul>
<p>Уникальность</p>	<p>Уникальность в контрактах с организациями и работе с клиентами, имеющими ДМС</p>	<p>Собственно разработанные программы массажей, основанные на традиционной сибирской медицине</p>	<p>нет</p>