В XVIII веке фунт чая (примерно 330 грамм), привезенного из Китая, стоил примерно столько же, как 50 килограмм икры. В наше время цены, естественно уже не те. И все равно, продажа элитных и дорогих сортов чая на развес – стабильное и прибыльное дело. Ведь чай в России пользуется огромным спросом, и его будут пить всегда – и в хорошие времена, и в кризис.

В старые добрые совковые времена, когда на прилавках магазинов красовались безвкусные опилки под видом чая, предприимчивые люди тихо приторговывали качественным индийским чаем - «тот, что со слоном». После начала первых экономических «реформ» опустевшие прилавки занял непонятный, слегка отдающий рыбой продукт под названием «Чайкур».

Полученный в результате его заваривания состав напоминал чай довольно отдаленно. В то смутное время на рынках и толкучках мгновенно разметали даже «Грузинский». И по ценам, мягко говоря, завышенным.

В наши дни с выбором чая проблем нет. Практически в любом магазине весьма достойный выбор, не говоря о больших супермаркетах. Но это никоим образом не помешает заработать людям, которые решат заняться реализацией по-настоящему качественного чая на развес.

«Красный», «Зеленый», «Шарик невесты», «Гапаудер» - все эти названия прочно вошли в лексикон миллионов «чаеманов», Тех, кто предпочитает раскрученной и разрекламированной марке качество и вкус.

Предприниматели подтверждают тот факт, что торговать чаем в России становится все проще. Люди нынче грамотные, и знают, за чем они идут в чайную лавку, где пятьдесят-сто граммов чая стоят больше, чем большая пачка в супермаркете.

Если вы собрались покорять чайный бизнес, главное – четко продуманная концепция. Возможно даже на начальном этапе сотрудничество с известной торговой маркой. Требующиеся начальные вложения в этот бизнес пока невелики 30-40 тысяч долларов в одну торговую точку. Срок окупаемости – от 6 месяцев до полутора лет.

Если вы случаем гуляете по центру Златоглавой, сделайте вот что. Сверните с Тверской в Камергерский, ближе к МХАТу, откройте тяжелую дверь и вдохните смесь непередаваемых ароматов. Здесь продают чай. Настоящий, с большой буквы.

И пока ваш центр обоняния безуспешно пытается разобраться в феерии запахов, глаза разбегаются по полках и полочках, уставленных сотнями и тысячами банок, пачек и прочей тары разных калибров. А ведь здесь не только чай. Есть еще чайнички, чайники, разнообразные сервизы, вплоть до набора для сакэ. Да, здесь торгуют хорошим чаем.

Но оставим лирику и взглянем на факты. Россия – страна, пьющая чай. Много чая. Это неоспоримый факт. Доля чая премиум - класса в общем объеме продаж выросла менее чем за год с 24 до 30%. Это тоже факт, подтвержденный авторитетными исследованиями.

Основная масса покупателей - средний класс – утверждает директор торгового дома «Чай, кофе и другие колониальные товары» Мария Клюса. И нет никаких оснований не верить этому утверждению – аналитики подтверждают, что на данный момент уже более 30% россиян могут позволить себе купить дорогой развесной чай. Так что недостатка в клиентуре нет. Подтверждение тому – три специализированных магазина, работающих в районе Охотного ряда. И никому пока не тесно!

«Свято место пусто не бывает» - это можно сказать и про рынок элитного чая. Уж его-то пустым назвать трудно. Одно только «Товарищество Чаеторговцев» покрывает географию в 40 городов России. Но, несмотря ни на что, все возрастающее потребление дорогих сортов чая делает этот бизнес весьма привлекательным.

Изначальные вложения – в пределах 50-ти тысяч долларов. Впрочем, это не категорично – некоторые специалисты озвучивают сумму в 40 тысяч как «потолок». Рентабельность – в пределах 30%. Но Мария Клюса, занятая в чайном бизнесе уже более 10-ти лет, предупреждает начинающих предпринимателей: - Этот вид бизнеса не из легких.

Хотя количество потребления чая постоянно растет, емкость рынка просчитать очень трудно. Обслуживание покупателей должно быть на высочайшем уровне. А торговую точку нужно расположить в месте с максимальной «проходимостью». Кроме всего прочего, нужно тщательно спланировать ассортимент, продумать упаковку, антураж, наладить поставки. Но! Так или иначе, при правильном подходе к делу, владелец чайного магазина имеет все основания рассчитывать на успех.

Кстати, чайная лавка «Чай, кофе и другие колониальные товары», о которой здесь идет речь, работает уже больше 11-ти лет.

Рассказывает директор магазина Мария Клюса: - Название заведения – отнюдь не случайность. В XIX-м веке в городе Таганрог благополучно существовал магазин, владельцем которого был Павел Егорович Чехов, отец великого русского писателя и драматурга.

Над магазином, на втором этаже жила семья Чеховых. И над входом висела вывеска : «Чай, сахар, кофе, и другие колониальные товары». Вот мы и постарались максимально восстановить антураж позапрошлого века, поработали над особым стилем вывески, тщательно подумали концепцию.

Результат, как говорится, налицо. Чарующие ароматы двухсот сортов отменного чая в совокупности с неповторимым театральным духом создают совершенно особую атмосферу в магазине, так привлекающую покупателей. Скажете – здесь поработали специалисты? Не только.

Скорее люди, которые действительно влюблены в чай. Ведь директор магазина – в прошлом филолог. Перемены в стране заставили ее, как и многих других, искать для себя новое применение. И чайное дело оказалось интеллигентным, нескучным, и приносящим прибыль.

Это мнение вполне разделяют предприниматели из Питера, Алексей Асварищ и Сергей Николаев. Ими было потрачено почти два года на освоение премудростей чайной торговли. Как итог их усилий – питерская сеть чайных магазинов «Унция». Чай в магазинах сети ставят на прилавки только в стеклянной посуде, весят, само собой, в унциях, а упаковку продавец подписывает вручную, чернилами. Все эти «фишки» делают процесс покупки запоминающимся надолго.

Дорогой чай – это не только продукт для столицы. В Нижнем Новгороде, например, очень успешно работает сеть из пяти точек под одним брэндом. В Калуге есть несколько специализированных магазинов. Что касается питерской «Унции», то она уверенно продвигается со своей партнерской программой все дальше в регионы.

Чайный бизнес, как и многие другие, подвержен «сезонности». В хорошем смысле этого слова. Это значит, что продажи стабильны, но в праздники спрос существенно возрастает, особенно перед Новым годом. Опытные предприниматели советуют подготовиться заранее и не забыть о подарочной упаковке – дорогой чай как подарок весьма популярен.

Нельзя не учесть и особенности употребления напитка. Например, в Сибири традиционно отдают предпочтение крепким сортам чая. Летом большим спросом пользуются фруктовые смеси. Зимой больше покупают пряный, густой чай. Относительно поставок чая – тут никак не обойтись без дистрибьюторов, если только вы не воротила чайного бизнеса, и можете позволить себе крупные прямые поставки из Китая или Цейлона.

И самое главное. Грамотная кадровая политика. Без нее никак. Какой бы качественный товар вы бы не предлагали, одним этим покупателя не завоюешь. В девяти случаях из десяти покупатель не знает, какой сорт чая он хочет купить. И как здесь обойтись без деликатного, ненавязчивого продавца-консультанта, который поможет клиенту с выбором. И ведь даже в совсем небольшом зале один продавец может не справиться.

В данное время покупатель готов платить. Но покупателю нужен не только чай. Он хочет связанного с ним уюта домашней обстановки. Ведь именно покой, уют и тепло ассоциируется у нас со словом «чай».

Итак, подведем итоги всему вышесказанному:

1. Начальные вложения в чайный магазин – 30- 40 тысяч долларов.
2. Рентабельность – от 12 до 30%.
3. Срок окупаемости- от полугода до полутора лет.

Требующиеся сертификаты и лицензии.

* Лицензия на торговлю.
* Сертификаты продукции – обеспечиваются поставщиком.

Покупатели – представители среднего класса.

Маркетинг и реклама – вывеска, реклама на радио, внешняя навигация.

Помещение.

* Соответствующее стандартным требованиям. Полки для товара.
* Отдельный вопрос – оформление. Главная задача дизайнера – создать соответствующую атмосферу.

Персонал. Подготовка квалифицированного продавца-консультанта займет от нескольких месяцев до полутора лет. Осуществляется или в процессе работы или в специальных школах.