№1.1

**«**Если ты такой же сладкий , как чак чак, то заходи к нам!**»**

№1.2

**ООО «Чак-Чак»**

ООО «Чак-Чак» зарегистрировано как общество с ограниченной ответственностью в Российской Федерации. Юридический адрес компании: г. Казань, ул. Баумана, д. 7/10, помещение 5. Данная компания официально зарегистрирована в ЕГРЮЛ, что подтверждает факт ее существования.

ООО «Чак-Чак» было основано в 15 мая 2012 году и специализируется на предоставлении услуг в индустрии общественного питания и досуга. Основное направление деятельности компании — это создание уютных лаунж-заведений, где посетители могут насладиться кальянами премиального качества, а также блюдами восточной кухни. Первое заведение открылось в Казани и быстро стало популярным местом отдыха для молодежи и ценителей релакса в спокойной обстановке. С течением времени сеть кальянных расширилась и приобрела известность благодаря уникальному сочетанию восточной эстетики и высокого уровня обслуживания.

Главным конкурентным преимуществом ООО «Чак-Чак» является умение создать атмосферу уюта и расслабления, что привлекает постоянных клиентов. Важной чертой успеха также является использование только качественных табаков и кальянов, что гарантирует превосходный вкус и безопасность. Кроме того, индивидуальный подход к каждому клиенту и внимание к деталям делают ООО «Чак-Чак» узнаваемым брендом в своем сегменте.

№1.3

**SWOT анализ ООО «Чак-Чак»**

**Сильные стороны**

* Уникальная концепция: включение в меню блюд из традиционного чак-чака вместе с кальянами и восточной кухней может привлечь любителей необычных вкусов и аутентичных традиций, а также классических посидельцев кальянных и кафе.
* Атмосфера: восточная тематика будет создавать уютную и расслабляющую атмосферу Востока.
* Тренд на кальяны: курение кальяна популярно среди молодежи и студентов, что может способствовать привлечению определенной целевой аудитории.
* Широкий ассортимент: восточная кухня нравится многим посетителям, а десерты из чак чака будут вишенкой на торте.

**Слабые стороны**

* Узкая целевая аудитория: концепция кальянов и чак-чака может быть менее привлекательна для людей, которые не интересуются подобным досугом или восточной кухней, чем обычные рестораны.
* Высокая конкуренция в сегменте кальянов: в больших городах может существовать множество кафе и лаунжей, предлагающих кальяны, что усложнит поиск посетителей

**Возможности**

* Рост интереса к восточной кухне: из за санкций Запада люди все больше знакомятся с Восточными традициями и Восточными блюдами. Данное направление возможно будет крайне популярным.
* Мероприятия и вечеринки: возможность проведения восточных тематических вечеров, мастер-классов по приготовлению чак-чака, кальяна или дегустаций может привлечь новую аудиторию.
* Развитие сети кафе: если бизнес будет успешным, можно рассмотреть возможность расширения сети и открытия дополнительных филиалов в других районах или городах.
* Доставка и еда на вынос: в условиях развития рынка доставки еды можно активно развивать это направление для увеличения продаж, особенно для популярного чак-чака и других сладостей.

**Угрозы**

* Сезонные колебания спроса: летний спад спроса на кальяны из-за жары или сезонность посещаемости кафе может сказаться на доходах.
* Конкуренция с другими ресторанами: другие рестораны восточной кухни могут копировать наши идеи или придумывать свои, так как они не являются сложными в повторении.
* Юридическая угроза: государство может предпринять шаги направленные против курения и тд.