

Президент группы компаний
«Evolution – спортивный консалтинг»
Беставишвили Т.Г.

*Панельная дискуссия
«Индустрия здоровья и спорта», 27 апреля, 14:00*

Тезисы доклада

«Развитие фитнес-индустрии в России, барьеры и возможности»

Как известно, «свято место пусто не бывает», особенно в бизнесе, где господствует простое правило: деньги текут туда, где есть бизнес-ниша, то есть неосвоенный рынок товаров и услуг, которые можно продать. Интернет – самый полный на сегодняшний день источник информации (впрочем, и дезинформации – тоже). В Интернете без труда можно найти ссылки на «маркетинговые исследования фитнес-бизнеса в России», о которых мы ещё не раз скажем всякие недобрые слова. В этих «исследованиях» можно встретить данные о количестве занимающихся оздоровительным спортом. Интересно, что, в зависимости от близости «источника» к государственным структурам статистики, количество людей, которые регулярно самостоятельно занимаются оздоровительным спортом, увеличивается в разы, от 1 до 30%! По коммерческому фитнесу результаты тоже варьируются. Однажды наша компания сделала такие исследования для себя, по локальному рынку фитнеса Санкт-Петербурга. Результаты маркетинговых исследований, даже добросовестных, собственных, имеют один недостаток: они могут быть, как говорил Вольтер, только первой свежести, и никакой больше. То есть они быстро устаревают, и опираться на них нельзя. Однако есть такой математический приём – экстраполяция, то есть оценочное прогнозирование на основе полученных данных. Так вот, мы оцениваем общее количество людей, занимающихся фитнесом в России, куда пессимистичнее. У нас занимается не более 1% городского населения, а в крупных городах – 2-2,5%. Как вам такая разница? Согласно некоторым «исследованиям» оценки общего объёма денежной массы, которая обращается в области продаж фитнес- и смежных услуг расходятся даже не в разы, а на порядки, поэтому веры им тоже никакой нет. Достоверные результаты в принципе не могут различаться настолько сильно! Впрочем, есть ещё одно соображение, которое наводит на сомнение: уважаемый владелец клуба, читающий эти строки, вы платите все налоги? Вы не выдумываете всевозможных «схем оптимизации налогообложения»? Винюсь, эти схемы, кстати, я скромно предлагаю к рассмотрению своим студентам на лекциях. Думаю, что вы хорошо понимаете, о чём я говорю, поэтому не питаете иллюзий по поводу того, насколько соответствует реальности то, что вы показываете налоговому инспектору ежеквартально. И ваш конкурент – тоже, и все ваши коллеги – без сомнения. А почему вы не хотите, как в известном слогане «платить налоги

и спать спокойно»? Да потому что на сегодняшний день ни о каких реальных налогах в фитнес-бизнесе говорить не приходится по причине его низкой рентабельности. После уплаты налогов ничего не останется. Впрочем, я знаю массу клубов, в которых получают деньги все, кроме собственников. Мазохизм? За последние пару лет я побывал во многих регионах, от Калининграда до Петропавловска-Камчатского, от Черноземья до Приморья. Везде я с большим интересом и очень внимательно знакомился с состоянием фитнес-бизнеса на местах. Самым простым образом – посещал все фитнес-клубы, которые удавалось. И большие, и маленькие, и принадлежащие к известным сетям, и те, которые клубами-то можно назвать с известной натяжкой. Так вот, у меня всё сильнее крепнут подозрения в том, что подавляющее большинство клубов в стране годами балансируют на грани убыточности. Какие уж тут налоги и «официальная статистика»?! Вы можете возразить, что для таких радикальных заявлений нужно залезть в кассу клуба. Так ли это? Неужели нельзя судить по косвенным признакам? Ну, о них – ниже, а сейчас о том, что знает каждый руководитель клуба. Правда, мало кто находит в себе смелость говорить такое о своём клубе.

Не могут быть прибыльными клубы, в которых фонд заработной платы, даже «светлосерый», составляет от 40 до 70%! И только потому, что каждый тренер клуба – уникальный специалист, владеющий только одной методикой, которую он может предъявить миру в лучшем случае в течение пары уроков в сутки. Других методик он знать не знает, а предложение научиться ещё чему-то гордо и с презрением отвергает. Он и так «всё умеет»! Только вот платят мало, но это клиенты виноваты и начальство!

Не могут быть прибыльными клубы, в которых тренеры до сих пор в массе своей думают, что они должны «правильно тренировать», а не продавать услуги.

Не могут быть прибыльными клубы, где тренеров на копеечной почасовой зарплате – чуть ли не больше, чем клиентов, потому что все они – почасовики, готовые в любой момент уйти. А почему, кстати, копеечная? Да потому, что они не умеют продавать, а вы не умеете их научить. Или, что ещё занятнее, думаете, что их научит дядя или тётя из столиц по переводной американской методичке, которая в России, точнее, в вашем небольшом городке, даёт нулевой эффект. За ваши деньги, между прочим.

Не могут быть прибыльными клубы, где тренеры до сих пор занимаются с клиентами так, как делали это 10 лет назад, не видя, что клиенты стали другими, и ждут от клуба не той единственной методики, которой владеет тренер, а другого. Ну не хотят наши тренеры меняться в массе своей, не хотят, считая, что они могут убедить клиентов в чём угодно. И все при этом дружно жалуются на низкие зарплаты! А показатели лояльности клиентов при этом приводят просто фантастические, даже не замечая противоречия!

Не могут быть прибыльными клубы, которые работают в очень узком сегменте потребительского рынка. Перевод этих почти неприличных слов означает, что в наших клубах вся работа нацелена на тех, кто уже и так ходит – относительно молодых клиентов. Других мы просто не замечаем, коллеги, но дружно сетуем по поводу неизбежности «мертвых» дневных часов в наших клубах. Вы уверены в том, что они могут быть только таковыми? А в Европе-Америке вы в фитнес-клубы никогда не заходили? И не видели там основной

массы клиентов – людей «в возрасте»? А, ну конечно, вы будете оправдываться глубокомысленными рассуждениями на тему различий в менталитетах европейцев и русских. Тогда зайдите там же в любой бар – и вы поймёте, что остальное прогрессивное человечество имеет такой же менталитет, что и россияне.

Не могут быть прибыльными клубы, где персонал не мотивирован на работу, потому что не видит ни целей, ни перспектив, считая работу в клубе просто временным прибежищем.

Не могут быть прибыльными клубы, которые строят своё сомнительное по эффективности продвижение только на поливании грязью конкурентов и переманивании у них специалистов.

Не могут быть прибыльными сети клубов, которые раздуваются настолько быстро, что наводит на размышления о том, что перед вами раздувают пузырь. А качество при этом не просто снижается, оно падает с ускорением свободного падения. И этот пузырь нужен только для того, чтобы тешить собственные комплексы и... показывать банку, что «всё у нас хорошо, пора перекредитовываться». Ну, это не так уж и глупо в стране, где самый прибыльные виды деятельности – возврат НДС и «обналичка». Но вечно этого делать нельзя.

Вот и ответ на вопрос, почему в бизнес, имеющий семикратный резерв – мечту для инвестирования, не идут деньги. Потенциальный инвестор, если он заработал столько, что деньги уже жгут ему карманы, и он мечтает об инвестировании, априори – не идиот, поэтому даже в незнакомом ему бизнесе он старается почувствовать бизнес-смысл. И он понимает, что в фитнес-бизнесе что-то не так. Вроде и бизнеса никакого нет. Поэтому и осторожничает. Хотя, справедливости ради нужно отметить, что есть примеры того, как разумные, в общем-то, на первый взгляд, люди настолько уверуют в свои бизнес-таланты, что начинают «разбираться» во всём. И в фитнес-бизнесе – тоже. С известным результатом.

А теперь читателю предоставляется возможность самому ответить на вопрос, поставленный в качестве заголовка раздела. Мы можем сколько угодно говорить на конвенциях о том, как у нас всё замечательно, мы можем писать велеречивые статьи в красивых гляцевых журналах, мы можем хвастаться дутыми показателями. Мы можем даже понастроить «псевдосетей» и развесить на фасадах красивые вывески с гордыми именами. Однако сейчас фитнес-бизнес России напоминает денди полусвета начала XX века: во фраке, с крахмальной манишкой, надетой на грязноватое голое тело.

Есть ещё одна, и очень серьёзная проблема. Это – полный юридический беспредел. Именно этим термином можно характеризовать «бумажную оболочку» деятельности практически любого российского клуба. И это – тоже показатель нашего умения «делать бизнес».

Как я говорил, и ещё скажу не раз, главным методом организации наших клубов пока остаётся слепое копирование, от строительства до содержания основных юридических документов. Почему слепое? Да потому что почти никто не удосуживается взглянуть на то, что копирует хотя бы с точки зрения элементарного здравого смысла. Все только втайне изумляются тому, что копируют с «лучших» добросовестно, а продажи не увеличиваются. Например, «методики продаж». Или «методики тренировок». И все дружно

ругают своих специалистов, которые, несмотря на обучение, не способствуют притоку денег в кассу. И в собственные карманы – тоже. Но, может быть, не они виноваты? А уж когда речь заходит о юридических документах, то их копируют особенно виртуозно! Правда, виртуозность заключается в совершенно безграмотном и наивном нарушении существующего законодательства. Примеры? Извольте, милостивые государи.

Когда я просматриваю различные юридические документы, которые регламентируют работу клуба, естественно, обращаю особое внимание на документы, связанные с работой персонала (должностные инструкции, приказы, правила внутреннего распорядка, договоры и прочее) и документы, устанавливающие отношения с клиентом (договоры и Правила клуба).

Главное, что бросается в глаза – все эти документы в большинстве клубов подозрительно похожи. Знаете, как опытный преподаватель определяет, что ученики или студенты списывают? Он обращает внимание, прежде всего, на ошибки. Это умные мысли могут быть разными, а ошибки – вряд ли. Если ошибки одинаковые – списано. Так вот в перечисленных документах характерны одинаковые ошибки. Ладно, я ещё могу понять, если вы не держите в клубе юриста. Это – лишняя ставка, хотя проконсультироваться вы всегда можете. Но когда речь идёт о сетях, то возникает вопрос: а не работает ли ваш юрист на конкурентов или рейдеров? Ибо результаты его «деятельности» могут поставить клуб на грань полного краха. Если ваш юрист не в состоянии заглянуть в статьи законодательства, хотя бы Закона о защите прав потребителя или в Гражданский кодекс, или не в состоянии понять их смысл, зачем он вам нужен? Скорее всего, он вообще никуда не заглядывает. Он просто списывает документы у других клубов. При этом даже не представляет, что эти документы сотворены тоже безграмотно. В клубах массово нарушается Закон о защите прав потребителей, и масса статей Гражданского кодекса. И эти нарушения добросовестно переписываются. Я не буду здесь рассматривать ошибки подробно. Рекомендую обратиться к моей книге «Разумный фитнес. Книга руководителя» Там есть раздел «Возврат карты фитнес-клуба», где ситуация по очень популярному «удержанию 30% неустойки при преждевременном прекращении членства» рассмотрены очень подробно. И красочно описаны возможные последствия для клуба. Что касается документов по персоналу, то остаётся только удивляться относительно малому количеству судебных исков, которые сопровождают приём на работу и увольнения тренеров и других специалистов клуба. Очевидно, только такая же юридическая неграмотность мешает им в массовом порядке подавать в суд по поводу вопиющего беззакония. Ведь мы же живем в демократической стране, если вы не знали!!! Но наши коллеги способны к очень быстрому обучению, и скоро могут завалить суды исками о нарушениях КЗоТ.