

Тимур Бестаишвили

РАЗУМНЫЙ ФИТНЕС



Ошибки и законы

Тимур Беставишвили

Разумный фитнес.

Ошибки и законы

<https://litres.ru/74349247>

SelfPub; 2026

Аннотация

В фитнес-индустрия много говорят о вдохновении, но под эти красивые разговоры совершается привычное хождение по граблям.

Эта книга построена на банальной идее: в фитнес-бизнесе есть законы. Они не обсуждаются и не зависят от настроения собственника. Их можно не знать, но тогда вы просто узнаете их через убытки.

Если есть законы, значит есть и ошибки. Ошибка — это не случайность, а нарушение закона. Например, если вы делаете огромный клуб «на вырост», закон смотрит на вас укоризненно и начинает считать ваши деньги. Обычно в обратную сторону.

Законы и ошибки собраны в книге вместе, потому что отдельно они бесполезны. Законы без ошибок — это теория для скачающих. Ошибки без законов — это чужие несчастья, которые все повторяют.

Обычно в книгах по фитнес-бизнесу (не принадлежащих перу автора!) рассказывают о красивых кейсах и победах.

В этой книге собраны ... механизмы провалов. Это не сборник советов. Скорее, это попытка сэкономить вам деньги, нервы и несколько лет жизни.

Содержание

Конец ознакомительного фрагмента.

51

Тимур Беставишвили
Разумный фитнес.
Ошибки и законы



Разумный фитнес. Ошибки и законы

Санкт-Петербург

2026 год

Секрет успеха состоит из четырёх частей: удачи, времени, того, о чём вам не рассказывали и чего вы не знаете

Введение

Первая часть этой книги, посвящённая ошибкам, — своеобразная выжимка информации, подробно представленной в других книгах серии «Разумный фитнес».

В книгах серии все явления и процессы, связанные с фитнес-бизнесом, рассматриваются подробно, иногда даже чрезмерно, но при этом я придерживаюсь строгого алгоритма:

сначала формулирую вопрос или проблему;

затем указываю причины, по которым считаю этот вопрос важным для бизнеса;

анализирую эти причины с точки зрения целесообразности;

привожу примеры неправильных решений в фитнесе;

анализирую, к каким последствиям они приводят;

привожу примеры правильных решений;
даю примеры из других видов бизнеса;
привожу аналогии из иных сфер, иногда достаточно отдалённых;

выполняю расчёты и обосновываю правильное решение;
указываю на последствия правильного или неправильного выбора.

Не всегда алгоритм столь развёрнут: иногда он сокращается, но я использую его всегда. Понимаю, что мне не всегда удастся быть убедительным на сто процентов, но я к этому стремлюсь.

Для многих современных читателей такая манера кажется избыточно тяжеловесной. О причинах сейчас говорить не будем, они подробно разобраны в других моих книгах, но факт остаётся фактом.

Я не пытаюсь переучивать или перевоспитывать читателей, настойчиво навязывая им классическую логику, последовательность и глубину рассуждений. Это неблагодарная и, по сути, ненужная задача. Если сегодня людям больше нравятся короткие, пусть и не всегда убедительные ответы, — это данность, с которой бессмысленно бороться. В конце концов, я сам придерживаюсь принципа: рынку нужно давать не то, что продавец считает хорошим, а то, что рынок считает нужным. А рынок всегда подстраивается под менталитет покупателя — это базовый закон его существования.

Впрочем, в этом рассуждении есть противоречие. Мои

книги — не рыночный продукт: я на них не зарабатываю и не стремлюсь к этому. Они нишевые, поскольку по содержанию могут заинтересовать лишь ограниченный круг читателей. Изначально это были учебники для курса по управлению, запущенного в 2012 году, то есть рассчитаны на конкретную аудиторию, за подготовку которой я нёс ответственность. За всё время через курс прошло около 400 человек — вот и весь реальный рынок.

Конечно, книги могут быть полезны не только студентам, но и всем, кто так или иначе связан с фитнесом как бизнесом: и тем, кто уже работает в отрасли, и тем, кто только задумывается о входе в неё. Да, я не страдаю избыточной скромностью, поэтому скажу прямо: потенциальная аудитория — десятки тысяч людей. Но это моя оценка. Рынок в лице усреднённого представителя думает иначе.

Во-первых, многие люди избыточно уверены в своих знаниях. Вопрос «откуда вы их взяли?» они просто не слышат. Парадоксально, но такая уверенность характерна даже для тех, кто только собирается войти в фитнес-бизнес и не имеет никакого опыта. Им знания не нужны — своих «выше крыши». *Видимо, получены напрямую из космоса.*

Во-вторых, даже те, кто ищет знания, находят их в виде суррогатов. Интернет, который стал основным источником информации, давно превратился в гигантскую свалку: крупницы достоверных данных погребены под слоями дезинформации, передёргиваний и откровенной лжи.

Есть и характерный нюанс: объективная информация обычно не бросается в глаза, а ложь — яркая и привлекательная. Поэтому человек сталкивается с ней раньше — и часто принимает за истину.

Так происходит по любой теме, и фитнес-бизнес не исключение: поток информации в сети огромен, но значительная его часть — откровенный мусор, который, тем не менее, активно потребляется.

В-третьих, дезинформацией перегружена именно самая активная аудитория — управленцы и владельцы фитнес-клубов. По идее, именно им нужна качественная и оперативная информация. Однако они часто находятся в плену заблуждения: достаточно регулярно встречаться с коллегами и обсуждать вопросы. Для этого существуют форумы и различные мероприятия.

Первая часть утверждения верна — встречаться действительно нужно. Вторая — сомнительна. Да, площадки есть, но дают ли они знания или лишь создают их иллюзию?

Увы...

Когда-то, в начале века, фитнес-форумы действительно были источником информации — хотя бы потому, что знаний почти не существовало, и любая нетривиальная мысль воспринималась как открытие. Даже идея о том, что фитнес — это не только тренировки, но и деньги, продажи и клиенты, казалась революционной.

Постепенно отрасль развивалась, но затем начался обрат-

ный процесс: стагнация и деградация. Форумы превратились в закрытые тусовки «для своих».

Достаточно посмотреть программы мероприятий за последние десять лет — одни и те же спикеры, одни и те же темы: «отделы продаж», «атмосфера», «премиальный формат», «персональные тренировки», «скрипты», «вера в себя». Содержание практически не меняется, только презентации становятся ярче.

Круглые столы часто превращаются в формальность: знакомые между собой участники поддерживают друг друга, повторяя одни и те же идеи. Конкретики нет — да и откуда ей взяться, если у выступающих нет практического опыта?

В результате аудитория делится на две группы. Первая — новички, которым всё это кажется новым и полезным. Вторая — «старички», для которых мероприятия превращаются в социальные встречи без практической ценности.

В итоге одни получают искажённую картину, а другие уже не ищут знаний.

Так кому нужны мои книги? Объективно — немногим. По сути, они остаются формой моего профессионального самовыражения. Раньше это меня немного задевало, сейчас — нет и главная причина прозаическая: в моём возрасте уже стоит подумать, что ты оставишь после себя. Да, несколько десятков работающих проектов — это прекрасно, но книги — это несколько другое. Если бы я не был агностиком, то сказал бы, что в книгах говорит душа.

И тогда тем более хочется быть понятым читателем.

Именно поэтому я делаю то, на что раньше не согласился бы: упрощаю и сокращаю тексты.

Эта книга — компиляция фактов и наблюдений, изложенных в предыдущих работах, с учётом изменений, которые произошли в бизнесе и в людях. А изменения существенные.

Книга посвящена ошибкам: их сути, причинам и способам предотвращения. Да, в ней неизбежны повторы — это осознанный выбор.

Материал выстроен логически: от ошибок на этапе замысла проекта до ошибок в текущей коммерческой деятельности — от рождения бизнеса до его возможного конца.

Есть ещё один важный момент. Сама идея «а не открыть ли фитнес-клуб?» уже требует серьёзного анализа.

Фитнес-бизнес не уникален в этом смысле — в любом деле сначала стоит думать, а потом действовать. Но у него есть специфические особенности.

Представьте: «я люблю выпечку — не построить ли мне хлебозавод?» Звучит абсурдно.

Но фраза «я люблю спорт — не открыть ли фитнес-клуб?» почему-то кажется нормальной, хотя логики в ней ещё меньше.

Спорт и фитнес — разные, а порой и противоположные явления. Фитнес-клуб и стадион — это разные объекты с разными экономиками.

И ещё один момент: создать и управлять фитнес-клубом

сложнее, чем промышленным предприятием.

В этой книге я не обсуждаю, стоит ли вообще начинать. Предположим, решение уже принято. Тогда возникает следующий вопрос: как сделать это без ошибок?

И ещё один — более важный: какие ошибки вы даже не видите и как их избежать?

Об этом и пойдёт речь.

Первая часть - не книга об ошибках. Это путеводитель по ним.

Но есть и вторая часть, которая по духу и букве разительно отличается от первой. Своего рода мажор после минора. Хотя это как посмотреть.

Понятно, что по прочтении первой части читатель погрузится в меланхолию от осознания промахов и недоработок там, где их можно было легко избежать, поэтому я решил слегка подсластить пилюлю толикой саркастического юмора. Правда, не знаю, что там больше – сарказма или всё-таки юмора.

В 1977 году писатель Артур Блох выпустил книгу «Полное собрание законов Мёрфи», где собрал разные вариации и следствия из правил, начало которым положил вполне реальный человек – инженер Эдвард Алоизиус Мёрфи-младший. В 1949 году он работал на базе ВВС США «Эдвардс». Команда изучала, какие перегрузки способен выдержать человек. Во время испытаний один из техников неправильно подключил датчики — из-за этого эксперимент провалил-

ся. Разгневанный Мёрфи сказал примерно так: «Если есть хоть один способ сделать что-то неправильно — он это сделает». Фразу подхватили коллеги, и она трансформировалась в более общую: «Если что-то может пойти не так, оно пойдёт не так». Позже руководитель проекта полковник Джон Стэпп на пресс-конференции отметил: команда добилась безопасности именно потому, что исходила из худших сценариев. Так выражение вышло за пределы лаборатории.

Законы Мёрфи, и следствия из них Артура Блоха— шуточные, но ... не шуточные, а отражающие некоторые стороны реальности любой практической деятельности. Ну, разве не мудрость - фраза «если что-то плохое может произойти, оно непременно произойдёт» или «любое дело занимает больше времени, чем вы думали»? А как вам такой шедевр: «То, что вы храните достаточно долго, можно выбросить. Как только вы это выбросите, оно вам позарез понадобится»? *Жиза! Буквально вчера яростно искал выброшенный месяц назад старый кабель питания.*

В общем, я в приступе самонадеянности решил уподобиться Мёрфи и Блоху и придумать какие-то в меру шуточные, но и в меру серьёзные законы фитнеса. Не знаю, как это получилось, судить вам.

Наверное, было бы логичнее сначала поведать о законах, а потом об их нарушениях — ошибках, но я решил поступить иначе. Сначала я разберу основные ошибки, и тогда пони-

мание законов, которые призваны им противостоять, будет глубже и основательнее.

Если мой опечаленный читатель доберётся до второй части, то может даже улыбнуться. Во всяком случае, я на это надеюсь.

Преамбула: про подводную лодку

Санкт-Петербург — морской город, и в нём живёт масса людей, так или иначе связанных с военно-морским флотом.

Мой отец был офицером флота. Детство и юность прошли в «военно-морском» антураже, половина моих друзей и знакомых стали офицерами и прослужили на флоте до пенсии.

Многие из них были подводниками и рассказывали множество интересных историй об этой части флота.

Одна из историй меня поразила. Оказывается, в Советском Союзе существовала любопытная традиция: подводные лодки «строили» ... экипажи.

Разумеется, сами лодки создавали специалисты и рабочие на верфях, но экипажи, в первую очередь офицеры, на время строительства включались в их состав.

Причина была вполне прозаической.

Подводная лодка — крайне сложное и не слишком надёжное устройство. Под водой даже мелкая ошибка или незначительный брак может стоить жизни экипажу, и таких случаев, увы, немало.

Лучший «приёмщик» лодки — тот, кто уйдёт на ней в поход.

Если включить его в состав строителей, он проползёт все отсеки и тоннели, проверит все кабели, винтики, болтики, заглушки и шнорхели.

Спускная система галюна с четырьмя последовательными клапанами будет сниться ему ночами.

Он будет гладить сальник перископа, как любимую женщину.

Он даст имена (женские, между прочим, по Фрейду) каждой торпеде в укладке.

Он научится «чувствовать» реактор, словно считая нейтроны шестым чувством, без счётчика Гейгера.

Он будет улавливать носом отклонения уровня кислорода на 0,001%, а углекислого газа — на 0,000001%.

Он научится определять глубину погружения ушами, не глядя на глубиномер центрального поста.

Он будет знать абсолютно всё, чтобы быть уверенным в надёжности и, в случае «не дай бог чего», мгновенно выполнить единственно верные действия на уровне рефлексов, не листая в панике инструкции и руководства.

Потому что качество устройства, которое уходит на глубину до километра, должно быть выше ста процентов.

И только узнав все нюансы на стадии постройки, он сможет по-настоящему правильно управлять лодкой.

Эту историю я рассказываю слушателям курса по управ-

лению в первый день обучения — сразу после настоящей рекомендации «убить в себе тренера» в течение ближайших двух дней.

Цель проста: показать, как мы будем «плыть» на подводной лодке под названием «фитнес-клуб» в бурном море практической работы — через рифы конкуренции, водовороты законодательства и мели слабого персонала.

И убедить: хорошо управлять можно только тогда, когда понимаешь все тонкости создания системы и все ошибки, которых необходимо избежать.

В первой части курса (три блока) мы учимся правильно строить клуб, а затем (ещё три блока) — правильно «вести» его по бурному морю бизнеса¹.

По тому же принципу построена и эта книга: в строгой последовательности разбора ошибок — от замысла до управления.

А законы, напротив, вразброс.

Часть I. Ошибки до открытия

Принципиальная идея открыть фитнес-клуб для дилетанта представляется легко реализуемой.

Информационная среда, в которой мы живём, формирует общее впечатление: фитнес-клуб — не самый сложный биз-

¹ Российского разлива, что делает это море ещё и абсолютно непредсказуемым: никогда не знаешь, когда и откуда налетит очередной тайфун.

нес, не производство, не высокие технологии.

Кажется, что при достаточных вложениях и аккуратной реализации проект должен окупиться.

К тому же сегодня легко найти подтверждение этим ожиданиям: «типовые бизнес-планы», обучающие ролики, советы «экспертов» — всё это создаёт ощущение понятности и доступности задачи.

Именно здесь и возникает ключевая ошибка: внешняя простота процессов маскирует сложность самой системы.

В одной из ранних моих книг для удобства понимания я ввёл понятие «генотипа клуба».

В биологии генотип — это совокупность всех генов организма, включая разные формы одного и того же гена, полученные от каждого из родителей. Проще говоря, это ваш генетический «код»: набор инструкций, по которым строится весь организм.

Клуб как организм тоже строится на остоле своеобразного «генотипа» — набора конструкций. Но эти конструкции — плод размышлений, а нередко и фантазий, а иногда и галлюцинаций того, кто проект задумал. Он создаёт не фитнес-клуб, а своё представление о нём, то есть переводит мысли в вещественную форму.

Это нормально, правда, есть нюанс: мысли далеко не всегда являются продуктом развитого ума, наполненного знаниями. Часто они отражают ограниченность этого самого ума. Строго говоря, это не мысли, а иллюзии и даже галлюцина-

ции.

Если перевести на язык биологии, это нечто вроде дефектных генов. Такие гены не позволяют родиться полноценному, здоровому организму. Точно так же искажённое незнанием сознание не способно создать экономически здоровое коммерческое предприятие.

Генотип клуба — это здоровая ментальная основа, база для создания не просто здания с табличкой «фитнес-клуб», а экономически устойчивого бизнеса

Отсюда следует простой вывод: если ум искажён, результат положительным не будет.

И не надо обижаться: я вовсе не утверждаю, что дурацкий проект получается из затеи дурака.

Парадокс в том, что такие проекты часто затевают умные люди. Проблема в другом: их компетенции лежат в иной области, но они автоматически переносят их туда, где не разбираются. Это не дефект ума как такового, а особенность поведения и отношения к миру. На основе искажённых представлений нельзя создать ничего — любое искажение сознания, как дефектный ген, порождает экономического уродца.

Ситуацию усугубляет то, что многие считают фитнес-бизнес примитивным — и по замыслу, и по организации, и по управлению. Отсюда и уверенность в успехе на 100%.

Но и это ещё не всё. Часто к реализации замысла привлекаются такие же некомпетентные люди, но объявляющие себя специалистами.

Причём делают они это с полной уверенностью. Например, почти не встретишь тренера, который не считал бы себя экспертом по созданию фитнес-клубов. Точно так же и поставщики оборудования уверены, что знают о фитнес-бизнесе всё. *А что сложного? Купить побольше тренажёров, правильно расставить — и деньги потекут рекой.*

Подобные «консультанты» напоминают мне персонажа из «Истории одного города» М. Е. Салтыкова-Щедрина — Анелю Алоизиевну Лядоховскую, которая «хотя не имела никаких прав на название градоначальнической помпадурши, но тоже была как-то однажды призываема к градоначальнику. Этого последнего обстоятельства совершенно достаточно было, чтобы выставить новую претендентшу и сплести новую польскую интригу».

В итоге проект создаётся как суперпозиция галлюцинаций вдохновителя и советчиков. Результат — не просто уродец, а полноценное экономическое чудовище. Ниже я приведу примеры.

Половина проектов нашей компании — аудиторские: анализ работы и последующая переделка убыточных фитнес-предприятий (и не только их).

В ходе аудита вскрываются ошибки замысла — «генотипа». Их уже не исправить: всё построено и стоит. Перестроить нельзя, а даже косметические корректировки требуют серьёзных инвестиций. А клуб, напомним, уже в убытке — какие тут дополнительные расходы?

Одной из частей аудита является анализ проектных решений, оснащения, оборудования — всего «вещественного».

Когда владелец внимательно читает отчёт, он видит эти ошибки и их последствия — часто именно те причины, которые привели клуб к экономической немощи. Это его расстраивает. Но особенно показательно трагическое выражение лица в момент, когда он понимает, насколько легко этого можно было избежать. И насколько дешевле. Эсхил с Софоклом отдыхают!

По сути, требовалось немного: получить базовые знания, или хотя бы слегка поучиться, собрать информацию, почитать, подумать, но не бросаться с шашкой наголо и не собирать вокруг себя команду «советчиков», которые, откровенно говоря, иногда даже не в состоянии самостоятельно застегнуть штаны.

В итоге самоуверенность инвестора с одной стороны и детское доверие «не тем» людям — с другой — и рожают фитнес-инвалида.

Если среди читателей есть те, кто совершил подобную ошибку, я им по-человечески сочувствую. Представляю, как неприятно будет читать некоторые страницы. Кому приятно, когда тебя носом тыкают в ошибки, стоившие дорого? Тут уже не до дискуссий и уверений, что всё отлично. Да, в России есть традиция объявлять поражения победами, но здесь деньги потеряны.

Значит, придётся читать, думать и искать решения, кото-

рые хотя бы частично позволят скорректировать врождённую экономическую «инвалидность».

Решения будут. Это я обещаю.

Ошибка непризнания ошибок

Никто не любит признавать ошибки. Думаете, я люблю? Ненавижу. Особенно в периоды обострения приступов профессионального кретинизма, когда уверенность в собственных компетенциях высшей пробы буквально зашкаливает.

Думаете, речь идёт только о фитнесе, в котором я работаю почти полвека и начал, когда и слова-то этого ещё не слышали? Нет. Есть ещё пара сфер деятельности, в которых я подвигаюсь настолько давно, что тоже иногда впадаю в профессиональный кретинизм. Но не будем о них.

С годами такие приступы случаются реже, но всё равно бывают.

Скромный жизненный опыт давно и недвусмысленно указал мне на главное позитивное свойство любой ошибки: если её осознать, пережить, оценить, а затем оценить ещё раз — уже не эмоционально, а трезво, — случается почти чудо: ты вдруг видишь, что это не яма, а трамплин для прыжка.

Эволюция живого мира — это череда случайных генетических ошибок, которые через ту же генетику трансформировались в более совершенные формы. Использовать недостаток для совершенствования и роста — закон живого ми-

ра.

Точно так же ошибки, которые мы совершаем, заставляют нас их исправлять. И часто удаётся увидеть не просто компенсацию неудачи, а возможность её «перепрыгнуть» — иногда очень далеко и высоко.

Но самое важное — осознание ошибок позволяет избегать их в аналогичных ситуациях. Это и есть опыт — профессиональный и жизненный. Подчеркну: опыт — это не последовательный набор знаний, умений и навыков. Можно обладать колоссальными запасами всего этого — и не иметь никакого опыта.

Приведу характерный пример.

В жизни я встречал чрезвычайно умных людей: начитанных, высокообразованных, эрудированных, буквально напичканных знаниями и фактами. Но в практической деятельности — даже в тех сферах, о которых они знали очень много, — такие люди вели себя не лучше детей.

Причина простая: много теории, но полное отсутствие опыта, который нарабатывается практикой. Только практика моментально выявляет ограниченность или ошибки теорий, заставляя их корректировать или обходить. Но, увы...

Я заметил, что подобные люди часто бессознательно уклоняются от практической деятельности, инстинктивно чувствуя, что не смогут ничего сделать. Это теоретики по убеждению, а не по случаю.

Иногда в дискуссиях такие специалисты, столкнувшись с апелляцией собеседника к опыту, активно её отталкивают — причём с таким возмущением, как будто кто-то начал публично ругаться или совершать асоциальные поступки, оскорбляющие нравственность.

Чем убедительнее практические аргументы их визави, тем больше негатива в реакции «специалиста-теоретика». Складывается впечатление, что они подвержены самой настоящей аллергии — вплоть до выраженных физиологических симптомов: покраснения кожи, изменения тембра и громкости голоса, усиления жестикуляции, закатывания глаз и появления на лице снисходительной улыбки в стиле «ну что вам объяснять, неучи».

Я заметил, что в фитнес-бизнесе этим особенно страдают «специалисты по экономике» и «бизнес-тренеры» всех калибров и мастей.

У них есть два видовых признака.

Первый: колоссальный запас экономических терминов и аббревиатур, которыми они обильно украшают любой разговор, быстро доводя собеседника до полного непонимания, о чём вообще идёт речь.

Второй: любимая фраза «согласно общепринятым нормам и критериям».

И ещё один признак: они не начинают рефлексивно смеяться, когда слышат слова «бизнес-план для банка».

Столкнётесь с этими видовыми признаками — держитесь

от таких специалистов подальше. Деньги целее будут.

Опыт достигается только практикой — и обязательно с негативной составляющей. Поговорка «за одного битого двух небитых дают» — точное отражение этой логики. Только осознание ошибок и попытки их преодоления дают человеку бесценный, реальный опыт.

Не бойтесь ошибаться — всё равно ошибётесь, как бы ни осторожничали. Парадокс в том, что страх совершить ошибку иногда делает её более вероятной.

Типичный пример: неопытный водитель так боится неправильно повернуть руль, что не замечает препятствий и опасностей.

Страх лишает человека широты восприятия. Но это не значит, что можно игнорировать вероятность ошибки. Бояться не надо — забывать о ней тоже.

Главный деструктивный фактор — не сама боязнь ошибки, а страх её осознания и действий по корректировке. В психологии это называют вытеснением — когда человек настолько избегает проблемы, что перестаёт её осознавать.

Думаю, прочитав этот текст, вы сделали выводы. Не бойтесь — идите вперёд: думайте, анализируйте, делайте, корректируйте и снова идите. Только в таком порядке.

Практический совет по преодолению приступов профессионального кретинизма или вытеснения ошибок: подойдите к зеркалу, посмотрите на своё отражение, прямо в глаза и громко произнесите:

«А не идиот ли я сейчас?»

Очень помогает. Уверяю.

Ошибка «своей головы»

В создании фитнес-клуба как коммерческого предприятия действительно помогают практический опыт и здравый смысл.

Думаю, с этим никто спорить не будет.

Есть лишь небольшое уточнение: речь идёт не об «опыте вообще», а исключительно об опыте создания фитнес-клуба.

Если у вас его нет — здравый смысл не поможет.

Но почему?

Вы же любите спорт. Вы же бывали в фитнес-клубах и, возможно, даже долго там занимались. Что вам стоит создать свой клуб?

Вот вход, вот раздевалка, вот зал, вот тренажёры — всё вроде бы понятно.

Главное — залы побольше, да и весь клуб тоже. Оборудование — только от лучших мировых производителей, и побольше. Дизайн — покрасивее. Деньги пойдут.

И зон побольше: бассейн, бани, единоборства, пилатесы, йоги... Детей не забываем — цветы жизни, пусть по залам бегают, настроение повышают.

Чем больше клуб — тем больше помещений, больше услуг, больше людей. Деньги пойдут.

Вон тренер на скамейке сидит, рядом клиент с гантелями. Тренер считает: «раз, два, три» — работает.

Тоже всё ясно: набрать таких тренеров побольше — и они так же будут работать на вас. Брать, конечно, лучших — действующих спортсменов. Деньги пойдут.

Девушка на рецепции сидит — красавица, прямо королева: ни на кого не смотрит, ни слова не говорит. Вот оно, лицо клуба. Даже подойти страшно.

Надо бы таких побольше нанять — и пусть так же сидят. Деньги пойдут.

А вон там — стеклянный аквариум, отдел продаж. Тоже одна краше другой: сидят, каждая за своим столом, беседуют друг с другом, клиентов ждут.

Вот таких и надо набрать побольше — они много продадут. Деньги пойдут.

Про конкурентов что-то говорят... Да это пустые разговоры. Если я сделаю клуб, он будет лучшим. Народ сам перейдёт ко мне. Деньги пойдут.

Я ещё и рекламу сделаю лучше всех, денег не пожалею. У меня будет больше всех этих... как их... а, лидов.

Надо просто собрать побольше лидов — и я соберу. Найму сборщиков. Деньги пойдут.

Ну, фитнес и фитнес. Чего сложного? Это же не завод. Через год окупится.

Я уже и бизнес-план в интернете скачал. И специалиста на «трубе» посмотрел — целых полчаса объяснял, как со-

здать фитнес-клуб. Удивительно: всё подтвердил. Ничего сложного. Главное — вложить побольше денег и не экономить по мелочам.

У меня же предпринимательское чутьё.

Практический совет: если у вас появилась хотя бы одна подобная мысль — забудьте о фитнес-клубе.

А деньги, которые собирались вложить, лучше потратьте на лотерейные билеты. Тогда у вас появится хотя бы какой-то шанс. Понимаю, что мизерный, но это всё равно лучше, чем нулевой.

Ошибка выжившего

Я не раз, и даже не два в своих работах и выступлениях рассказывал о психологическом феномене под названием «ошибка выжившего», а также настоятельно предостерегал от него читателей и слушателей. Не буду снова погружаться в подробные объяснения, но воспользуюсь распространённым толкованием термина.

Ошибка выжившего (англ. survivorship bias) — это когнитивное искажение, при котором человек делает выводы, опираясь только на успешные примеры («выживших»), игнорируя неудачные случаи. В результате формируется искажённая картина реальности, где риски кажутся ниже, а успех — проще, чем на самом деле.

Ошибка выжившего — это учёт известного и игнориро-

вание неизвестного, но существующего.

В очередной раз повторяю: победы могут быть и случайными, но поражения — закономерны и обусловлены рядом причин — всегда, везде и в любом деле. Поэтому для понимания процессов и ухода от ошибок полезно ориентироваться на опыт проигравших, а не победителей.

Причина склонности человека к этой когнитивной ошибке кроется в глубине подсознания: нас привлекает чужой позитивный опыт, но мы игнорируем негативный, как бы отталкиваясь от него из-за страха повторения. Неудачный проект психологически воспринимается как «печать проказы», и мы стараемся держаться от него подальше даже в мыслях.

Но по логике и здравому смыслу лучший способ избежать опасности — это изучить её, преодолев инстинктивный страх и неприязнь. Это необходимо, в противном случае не было бы важнейших профессий в медицине — патологоанатома и вирусолога.

Копаться в телах и разводить вирусы — малоприятные занятия. Лучше смотреть на здоровых людей и радоваться. Однако если поддаться этим влечениям, то здоровые скоро закончатся.

По логике получается, что изучение «болезней и смертей» полезнее, чем «здоровья». Подчеркну: это ещё и счастливая возможность спокойного анализа чужих ошибок, а не нервного — своих.

Ошибка выжившего — это когда тишина кладбища вос-

принимается как отсутствие проблем. Как говорил одноногий пират Джон Флинт – «мертвецы не рассказывают сказок».

Есть ещё один важный момент: часто то, что выглядит со стороны красиво или внушительно, в реальности только выглядит, но не является чем-то толковым с точки зрения практической деятельности.

Пирамида Хеопса красива и внушительна? Кто бы сомневался! Тогда задам простой вопрос: какую практическую пользу она принесла за примерно 4 500 лет со дня постройки? Она вернула хотя бы малую толику тех титанических средств, которые были потрачены на строительство в течение 30 лет? Если не считать заработка «водителей» верблюдов, которые веками разводят на деньги наивных туристов, то ничего она не вернула: ни в мерах проса, ни в золотых талантах, ни в мамелюкских дирхамах, ни в долларах.

Стоит, есть не просит, но и не приносит ничего. Очень похоже на титанические «премиальные» клубы, которых в России больше, чем долларовых миллиардеров (тоже приличное количество!) Впрочем, это неудачное сравнение: клубы-то как раз есть просят, и немало.

Многие фитнес-клубы, которые нам кажутся вполне успешными, таковыми не являются, но увидеть это можно лишь, забравшись в их бухгалтерию. Но кто же вас туда пустит? Вашего покорного слугу пускали, и вы уж мне поверьте: у меня не случайно выработалась аллергия на слова

«большой», «премиальный», «формата бизнес», с плюсами и без оных, «премиум-престиж» и прочие продукты воспалённого сознания.

А что же они не закрываются?

Это рациональный вопрос, но ответ на него – иррациональный: потому что в России важно не как работает, а как стоит. *На всякий случай: дамы пардон, вы не о том подумали.* Часто владельцы, скрепя сердце, годами гасят кассовую разницу, лишь бы никто не подумал, что они лохи и не смогли сделать прибыльным даже паршивый фитнес-клуб. А уж если выручка хотя бы покрывает текущие расходы – это просто счастье! *Вы что-то там сказали о возврате инвестиций? Послышалось, наверное, ... глупость какая. Кто ж их возвращает?! Зачем?*

Но у нас есть и успешные клубы!

Как их вычислить? Мне достаточно пяти минут знакомства с сайтом, или короткого визита, или даже одного звонка «для покупки абонемент». Но это мне, вам – вряд ли, при всём уважении. И всё-таки – как же выделить успешные клубы?

Сейчас я вас сильно удивлю.

Дело в том, что на российском рынке успешные клубы в отличие от неуспешных ... практически не видны. Им не до демонстраций себя, они работают.

И вот вам очевидный пример: посмотрите внимательно на славную когорту спикеров фитнес-форумов. Благо, их

немного, и одни и те же лица переползают с одного сборища на другое.

Они делятся на две категории: «ветераны движения» и «молодая поросль».

Ветераны и есть ветераны. Мы о них говорили не раз. Но посмотрите, кого они представляют, какие клубы? Только себя, поскольку не работают ни в одном клубе, им знают цену и к работе не привлекают. Не все, но подавляющее большинство. Фитнес-гуру продаёт не знания, а собственную биографию, очищенную от неудач.

Молодые – это ноунеймы, и они, напротив, почти все привязаны с своим, личным(!) проектам клубов. Так и титулуются: сплошь СЕО. Однако клубы эти довольно сомнительны, как коммерческие предприятия (я проверял!). Они замешаны на горячих новинках: сплошной, даже абсурдной цифровизации, густо посыпаны специями - разговорами об ИИ, геймификации и всяком таком. На эту тему ноунеймы и читают лекции, из которых сразу видно, что у них много энтузиазма, задора, энергии и напора, а вот со знаниями и опытом – так себе. Естественно, эти ребята жаждут славы и признания, что свойственно молодым, дай бог им здоровья и удачи. Они предполагают, что совершили революцию в фитнесе и их распирает от желания немедленно оповестить об этом весь мир и снискать великую славу. Болезнь «стартаповщины» заразна и протекает довольно тяжело, с осложнениями.

В общем, с обеими группами всё понятно.

Есть ещё одна группа, но она виртуальная: то есть - то нет, возникает – исчезает. Это «учителя успешного успеха», «бизнес-коучи» и «бизнес-тренеры», инфоцыгане - от титанов до мелочи пузатой. Их объединяет только одно: они и близко не работали рядом с фитнесом. Более того, по прямым и косвенным признакам некоторые в фитнес-клубах вообще никогда не бывали, и даже слово фитнес пишут с двумя «с».

Но, как я всегда говорил, нам важно увидеть тех, кого нет. А кого нет на форумах?

Представителей наиболее успешных клубов и сетей.

Вы когда-нибудь видели в программе анонс выступления представителей очень сильной сети Fitness House (Urban Fit)?

А представителей Spirit или DDX?

Сильные регионалы тоже как-то не слишком представлены на фитнес-форумах, например, архангельская Palestra, владивостокский Platinum или екатеринбургский Bright Fit. Впрочем, представители последнего иногда появляются.

Есть масса несетевых и очень успешных клубов, руководителям которых и в голову не приходит оповещать о себе информационное пространство. Не то, чтобы им это совсем не интересно, но времени нет, работать надо, деньги текут. Их сотни и сотни, но они как бы не существуют, а посетители форумов не отдают себе отчета, что приезжают послу-

шать либо о старых моделях от ветеранов и теоретиков, либо о сладких фантазиях романтических неофитов. Но меньше всего – о реальности.

Есть ещё один нюанс, которые тоже кое-что объясняет. Успешно работать и убедительно рассказывать о работе – не одно и то же. Среди настоящих профессионалов фитнеса не так уж много людей, которые в состоянии связно изложить свой опыт – так уж сложилось. Некоторые не отказались бы рассказать и дать очень полезную информацию, но не умеют или стесняются.

Вот тут можно позавидовать гуру! Они ничего не стесняются, поют соловьями, обладают удивительной способностью завернуть часовую лекцию по вопросу, ответить на который можно одной фразой, да что фразой – словом! Да что словом – междометием (*дамы, опять пardon*)!

Вот пример:

Лекция: «Как удержать звездного тренера?» Пролитие слёз и размазывание соплей часа на полтора.

Мой ответ 1: «Не надо было брать такого на работу – проблемы не было».

Мой ответ 2: «Рекомендую не удержать, а подтолкнуть к выходу».

Мой ответ 3: «Чиво?!!»

Продолжительность всех трёх моих лекций – 30 сек.

И уж совсем нельзя услышать рассказов о негативном опыте и ошибках от лица самих пострадавших, хотя теперь

вы поняли, что именно эта информация – на вес золота.

А вот таких ценных рассказчиков уж совсем нет. Ну, разве кто-то может представить название лекции или вебинара: «Как я виртуозно прогадил свой клуб. Практическое пособие для начинающих»? *Не знаю, как вы, коллеги, но я бы с ночи занял место у двери, нетерпеливо перебирая копытами.*

Но разве такое может быть на российских фитнес-форумах? Там же только все хвастаются и рассказывают о чудесах или отвлечённых материях!

Вернёмся к успешным проектам и тем, которые выглядят успешными. Одна из самых больших опасностей – слепое копирование не только в целом, но даже и в отдельных деталях, которые кажутся вам разумными. Здесь ключевое слов «кажутся», но вы не знаете достоверно, что лежит в основе этих «красивостей». Особенно опасно копирование как самозванных «лидеров рынка», так и лидеров без кавычек. Вы не знаете, какая экономика и какой порядок инвестирования лежат в основе их создания и роста.

Если говорить о вышеупомянутых сетях – вы точно не можете выйти на схемы их финансирования. А копировать детали ничуть не лучше, чем приделывать к «Ладе» выхлопную трубу от БМВ. Быстрее не поедет, а народ будет смеяться, да и денег за эту трубу заплатите немеряно. *Впрочем, не исключая, что при первой же попытке поехать с этой трубой двигатель пукнет, всхлипнет, пустит облако дыма*

и заглохнет. Детали – дело такое...

Практический совет: ищите, шпионьте, разузнавайте – прямую информацию о неудачных проектах. Анализируйте причины, но тут есть загвоздка: для адекватного анализа нужны знания, так что постарайтесь получить и их тоже. Но и знания – адекватные, а не на уровне «спикеров» и «учителей успешного успеха».

Не стоит взирать на успешные проекты слишком пристально и с пиететом, вы явно смотрите не туда. Да и шанс, что это «успешный» проект, тоже велик. Каждый успешный фитнес-клуб — это плохой учебник. Он показывает, что сработало один раз, и аккуратно скрывает всё, что не сработало сотни раз. Фраза “у меня получилось” без статистики — это не опыт, это анекдот. И помните: копировать успешный проект — всё равно что надеть кроссовки чемпиона по бегу и надеяться бежать так же быстро.

Горе-инвестор смотрит на один прибыльный клуб и думает: “Я понял модель”. Рынок смотрит на это и думает: “Сейчас будет ещё один труп”.

Ошибка «чужой головы»

Напомню, что вы приняли принципиальное решение о создании фитнес-клуба, поэтому отступать пока не намерены. По здравому размышлению вы уже поняли, что аргумент «я люблю спорт и даже ходил в фитнес-клуб» не поможет

вам его создать. Нет, построить можно всё, но будет ли это работать?

Сомнения появились — значит, процесс пошёл, и теперь его надо «углубить», как говорил один несостоявшийся президент.

Следующий шаг — найти специалиста. И вот он... Но здесь есть развилка, и возможны два варианта.

Первый: он расскажет вам, как и что, и на основе его рекомендаций вы, внимательно его выслушав, создадите проект мечты.

Второй: вы расскажете ему, что такое проект мечты, а далее он, на основании своего опыта, записав вашу мечту по пунктам, объяснит, как её реализовать, чтобы деньги пришли... и так далее.

Если меня читает неофит фитнес-бизнеса, он наверняка выберет второй вариант. Действительно, чтобы воплотить мечту, нужно её подробно изложить тому, кто выполнит нетворческую, нудную, но «простую» часть работы — реализацию. Главное — мечта, творческий замысел!

Ваша мечта в голове уже приобрела зримые черты: вот здесь будет холл с кафе, рестораном, магазинами, рецепцией с девушками; там — отдел продаж, тоже с девушками. Вон там — тренажёрный зал, гигантский, с сидящими и считающими тренерами (только лучшие действующие спортсмены!); вот там — бассейн с аквапарком. О! А там зал, где единоборцы группы околачивают. Там — фонтан, дети бе-

гают, щебечут, дизайн, цветы, пальмы... Ну красиво же! И место вы уже определили — самое козырное, в центре города, чтобы все вокруг, стоя в пробках, любовались и бежали покупать абонементы. Всё равно пробки хронические даже по ночам — так хоть время с пользой провести, здоровья набраться!

И посреди всего этого — вы: показываете друзьям направо, налево, а они восхищаются! Всего-то — эту мечту воплотить. Раз плюнуть, только деньги нужны.

Красиво? Тогда прошу закатать губу на место и познакомиться с содержанием **диалога между мечтателем и специалистом.**

— Я хочу, чтобы вы мне построили фитнес-клуб: нарисовали как надо, посчитали, запустили. Реклама, персонал и всё такое... Вы за это берётесь?

— Благодарю за доверие. Да, такой проект в принципе реализовать можно.

— Отлично! Сейчас я вам подробно расскажу, каким должен быть клуб, где он будет расположен, на каких клиентов рассчитан, кто будет работать и все подробности. Мы тут с женой посоветовались и даже название придумали. Я и друзьям рассказал — всем понравилось!

— Эээ... простите, я бы хотел задать вам один небольшой вопрос, прежде чем вы начнёте рассказывать подробности.

— Валяйте, хоть два!

— Не хотел бы показаться неделикатным, но спрошу: сколько клубов и где вы создали, запустили и вывели на коммерческий режим?

— Странный вопрос! Нисколько. Иначе стал бы я к вам обращаться?

— Тогда почему вы уверены, что та мечта, которую вы мне описываете, начиная с локации, может быть реализована? Подчеркну: реализована как коммерческое предприятие, приносящее прибыль, а не как отдельно стоящее симпатичное здание с вывеской. Построить можно всё и где угодно, но будет ли это работать?

— Так я с женой всё продумал до мелочей!

— Простите, задам ещё один вопрос, можно?

— ...Ну, задавайте...

— Ещё раз прошу прощения за неделикатность: какой у вас основной бизнес? На чём вы зарабатываете?

— У меня крупнейшее в стране производство галош!

— Ах, как чудесно! Намедни видел фото толпы афганских крестьян — у каждого ослепительно сияющие галоши. Не ваши ли?

— В точку! Наши! Мы именно туда почти всё экспортируем!

— Отличные галоши, обязательно приобрету. И я вижу, вы прекрасно разбираетесь во всех деталях — от сырья до сбыта.

— Что есть — то есть! Не первый год работаем. Знаем

всё до тонкостей! А вам галоши подарим!

— Премного благодарен! Но теперь, при всём уважении, представьте, что я рассказываю вам, как, где и с какими затратами построить галошиную фабрику, как организовать производство, сбыт и экспорт.

— Ха-ха-ха! Вы даже не представляете, какие сложности вас ожидают!

— А вас не обидит, если мы вернёмся к разговору о вашей фитнес-мечте, и я отвечу так же: ха-ха-ха. Вы даже не представляете, какие сложности вас ожидают.

— Ну вы сравнили! Здесь производство, а там... бери большие — бросай дальше, примитив.

— Уверяю вас: если мы сработаемся (в чём я пока не уверен), управление фабрикой покажется вам раем по сравнению с управлением клубом.

— Не может быть!

— Ещё раз повторю: если будем сотрудничать — увидите сами. Конечно, мы сделаем так, чтобы забот у вас было как можно меньше, но опять же — если будем сотрудничать. В чём я не уверен.

— А почему не уверены?

— Потому что реализовать вашу фантазию в том виде, в каком вы её излагаете, абсолютно невозможно!

— Это не так...

— Простите, ещё раз: сколько клубов и где вы открыли и запустили?

— Ну...

— А я — несколько десятков. Поэтому и говорю: невозможно. Впрочем, есть один вариант.

— Какой?

— Если вам от проекта не нужны деньги, а нужно удовольствие — тогда можно. Но лично я и моя компания за это не возьмёмся ни за какие деньги.

— Почему?

— Потому что вы первый обвините нас в том, что мы создали мёртвый проект. А оно нам нужно? У нас, всё-таки, есть деловая репутация, и портить её мы не собираемся. Так что в этом случае — при всём уважении — обойдётся без нас. Только номер мой не выбрасывайте: через пару лет, когда вам надоест убыток, позвоните. Мы, возможно, что-то переделаем. Но это будет существенно дороже — потому что значительно труднее. Что скажете?

— Ну, ладно, тогда вы расскажите...

— Нет, не «расскажите», а «разработайте полную концепцию, запустите, наберите персонал и продвиньте продукт на рынок». Только так.

— Ну... ладно...

— Только есть одно условие.

— Какое?

— Договоримся так: если мы обсуждаем производство галош — я молча и внимательно слушаю вас. Но если речь о создании фитнес-клуба — вы слушаете меня. Вопросы —

пожалуйста. Но всякое «нет, я уверен в другом» означает разрыв договора. Я не могу тратить время на объяснение того, что доходит только через деньги. И предупреждаю сразу: мы создадим совсем не то, о чём вы так вдохновенно рассказывали. И, скорее всего, не в том месте. Эстетического удовольствия будет меньше, зато удовольствие от прибыли — гарантирую. Но до неё придётся серьёзно поработать всем вместе.

— Договорились.

— Тогда готовим договор и начинаем работать. И прошу передать моё почтение вашей супруге и восхищение её фантазией по неймингу — но название будет другим».

Реальный диалог. Ничего не выдуманно — ну, разве что галоши.

А теперь — внимание.

Если вы поняли суть примера, то получили маркер, позволяющий отличить специалиста от «специалиста». Первый будет вести себя примерно так, как описано. Второй согласится реализовать любую фантазию без лишних разговоров. При этом он может быть искренне уверен в успехе проекта — ровно, как и заказчик. Но верит он или сознательно вводит в заблуждение — разницы нет. Потеря денег гарантирована в любом случае.

А теперь пройдемся по другим кандидатам в советчики.

Продавец оборудования. Это пахнет абсурдом, но среди «консультантов по созданию прибыльного фит-

нес-объекта» таких — море.

Давайте рассуждать логически.

В чём состоит бизнес продавца оборудования? В продаже оного, и чем больше и дороже — тем лучше.

Кто упрекнёт его в том, что клуб убыточный? Никто.

Оборудование плохое? Хорошее.

Тогда какие могут быть претензии? Ну да, в переговорах он быстро понял, кто перед ним, и убедил лоха, что главное — поставить хорошее оборудование «на все группы», и народ повалит. Так это и есть бизнес. Его...

Пример: *в одном из аудиторских проектов, ещё до запуска, мы пришли к выводу, что продавец продал заказчику в полтора раза больше оборудования, чем могло поместиться во всём клубе — включая холлы и раздевалки. Если я назову сумму переплаты, вы не поверите, поэтому не буду... Вот как надо работать с покупателем!*

Тренер создаст тренерский рай. Ведь от чего зависит прибыль клуба? Конечно, от правильных методик, звёздных тренеров и «правильного» оборудования. Главное — стойка для приседаний и железа побольше.

Архитектор создаст «красиво», но работать это «красивое» не будет. Вспоминаю, как один архитектор поднял настоящий визг: «раздевалку надо убрать отсюда, да хоть в подвал, и сделать видовую зону отдыха».

Один из самых разрушительных типов «специалиста», по моему личному мнению, подтверждённому практикой ауди-

тов убыточных клубов, — это так называемый **«МВА-эксперт»**, то есть человек, ушибленный «общепринятыми западными моделями бизнеса²». Чего у них не отнять — так это размаха. Они «работают» только по-крупному. Всякая «мелочь» вроде клуба на 300–1 500 кв. м им неинтересна. Деньги, которые такие «эксперты» помогают похоронить навсегда, не поддаются исчислению — миллиарды.

А вообще, кто только ни подвизается в этой роли - страшно вспомнить. Я как-то столкнулся даже с личным водителем Самого в роли «советчика по фитнес-бизнесу». Помог закопать где-то полмиллиарда.

Так что рекомендую фильтровать советчиков.

А как их выбрать объективно?

Выбрать объективно трудно — это в значительной степени познаётся на практике. Но некоторые косвенные «маркеры качества» обозначить можно.

Практический совет. Чек-лист нормального специалиста:

Он начинает общение с предоставления «листа рекомендаций», где указаны адреса и ссылки на все реализованные проекты, а также даны контакты их собственников или доверенных лиц — с настоящей рекомендацией связаться и поговорить;

Он работает исключительно по детальному официально-

² О таких персонажах подробно рассказывается в работе «Разумный фитнес. Книга про управление».

му договору;

Его работа занимает много времени, от 2 месяцев, и стоит недёшево, но в пределах рыночных трендов. Он не завышает цену своего квалифицированного труда, но и не работает за копейки.

Результатом его работы является аргументированный отчёт-проект с чётко определённым содержанием, о котором мы поговорим ниже;

В процессе разработки он экономит каждый гвоздь. Причина проста: он создаёт коммерчески успешный, прибыльный проект. Его задача — разработать модель и рассчитать обоснованный финансовый план. Любое удорожание делает выполнение этого плана сложнее, поэтому разумная экономия — базовое свойство прибыльного проекта;

Он аргументированно, но жёстко защищает своё профессиональное мнение, объясняя каждую деталь;

Он может идти на компромиссы, но при этом всегда думает, чем компенсировать «хотелки» заказчика.

Есть ещё множество маркеров, но я перечислил основные — те, которые на фитнес-рынке России встречаются крайне редко. Кто сталкивался — тот знает.

Так что будьте осторожны с советчиками: иногда чужая голова по уровню вредоносности может даже переплюнуть собственную.

Ошибка «типового клуба»

Буквально вчера мне задали вопрос:

«— Подскажите в двух словах, как оборудовать тренажёрный зал типового фитнес-клуба?»

Мой ответ:

«— Мне не нужно двух слов. Достаточно одного: никак».

Не уверен, что собеседник меня понял и поверил. Он из страны, в которой, скажем деликатно, наш «красивый бизнес» пока находится на стадии «советского фитнесСа».

Не думайте, что я оговорился. Да, формально СССР закончился в августе 1991 года после пресловутого путча, но первые заведения под вывесками «фитнесС» появились ещё в конце 80-х — в виде кооперативов. Если следовать логике, их вполне можно назвать «советскими фитнесС-клубами». Читатели постарше помнят эти благословенные времена: «ритмическая гимнастика», неоновые купальники расцветки «вырви глаз», вязанные полосатые гетры и первые качки с банками сметаны в руках. Эх, были времена... а лысины не было.

Сейчас уже мало кто помнит ту великую — без кавычек — эпоху, когда впервые за годы «совка» появилась возможность работать на себя без риска получить срок за «частнопредпринимательскую деятельность и коммерческое посредничество» (ст. 153 УК РСФСР). Без слова «незаконную», потому что незаконной считалась любая деятельность частного лица вне государственной системы.

И ваш покорный слуга под эту статью вполне подпадал с 1981 года. Да и под другую тоже. Если интересно — посмотрите: статья 219¹ УК РСФСР. Да, «совок» уже агонизировал, но по тем временам это была настоящая революция, а слово «кооператор» вызывало у людей примерно те же ассоциации, что сегодня — «олигарх». Кстати, ваш покорный слуга гордится также тем, что первым(!) в Ленинграде(!) стал «тренером-ИП». Так сказали в налоговой инспекции, когда выдавали прошитую тетрадь для учёта выручки». Для тех, кто не заметил и не понял юмора: теперь именно я — самый последовательный противник применения этой схемы работы в фитнесе.

Так вот, в той прекрасной стране, гражданин которой задал мне этот вопрос, по части фитнеса сейчас примерно те же 80-е, то есть понимания фитнеса как бизнеса там просто нет.

Не подумайте, это не отсталая страна: в ней есть несколько десятков заведений, похожих на фитнес-клубы, и даже с правильно написанными вывесками. Но уровень у всех — те же 80-е, и я сейчас говорю не об архитектуре и не об оборудовании, а об алгоритмах работы и уровне профессионализма — сверху донизу.

Я не сомневаюсь, что они быстро подтянутся. Но пока — вот так.

Мы с вами, коллеги, понимаем: ничего «типового» в этом бизнесе быть не может. В словосочетании «типовой фит-

нес-клуб» смысла не больше, чем в выражениях « типовые штаны» или «нормативная еда».

Однако термин жив, и воспринимается вполне спокойно — в отличие от приведённых примеров.

Причина проста: в сети можно найти « типовые бизнес-планы фитнес-клуба».

Конечно, в сети можно найти всё что угодно — от откровенной глупости до чистого трэша. «Типовые бизнес-планы» — далеко не самое удивительное из этого набора.

Но стоит обратить внимание на другое: рынок из всей массы предложений безжалостно отбирает только то, на что есть спрос. Если «типовой бизнес-план» продаётся — значит, его покупают.

Лет двадцать назад это ещё можно было понять: отрасль новая, опыта нет, люди ищут хоть какие-то ориентиры.

Но сейчас?

Раньше я говорил так:

«— Если вам предлагают купить “типовой фитнес-проект” или “фитнес-франшизу”, вас хотят обмануть. Не поддавайтесь».

И на покупателей этого я смотрел с сожалением — как на наивных детей.

Сейчас я говорю иначе:

«— Если вам предлагают купить “типовой фитнес-проект” или “фитнес-франшизу”, вас не просто обманывают. Вас оскорбляют. Вам плюют в лицо. Вас откровенно унижа-

ют».

Практический совет: нужно сразу бить, желательно ногами.

На покупателей этого я теперь смотрю уже как на людей, у которых серьёзные когнитивные нарушения —согласно мировой психиатрической классификации на уровне F72³.

Если вам сделают «типовой фитнес», то вы получите среднего клиента, средний клуб, среднюю прибыль – устойчивый и стабильный средний ноль. В математике это невозможно, а в российском бизнесе такого полно.

Это всё, что я могу сказать по расшифровке термина «типовой фитнес-клуб».

Ошибка франшизы

Фитнес-бизнес в России довольно густо засорён термином «фитнес-франшиза».

О ней много говорят, её активно предлагают «купить».

Почему я поставил это невинное слово в кавычки, вы поймёте ниже. А пока скажу так: за невинными словами часто скрывается иное содержание, которое куда точнее выража-

³ Уровень F72: Познавательная деятельность ограничена простейшими представлениями, абстрактное мышление недоступно. Словарный запас крайне скуден (1–2 десятка слов), достаточен лишь для сообщения базовых потребностей. Часто присутствуют неврологические расстройства. Не контролируются естественные отправления организма. Нуждаются в постоянном присмотре и обслуживании, желательно в психоневрологическом стационаре.

ется через синонимы.

Например, для меня выражение «купить франшизу в российском фитнесе» имеет такие синонимы, как «выбросить деньги», «купить за золото ракушки, стекляшки и тряпочки» или даже «похоронить деньги наглухо». Это словосочетание также вызывает у меня ассоциации с поговорками «вход — рубль, выход — два» и «дурака учить — только портить».

Последняя ассоциация возникает у меня в разговорах с ярыми сторонниками «покупки фитнес-франшизы». Они настолько яростно отстаивают этот «прогрессивный» товар, что невольно начинаешь подозревать у них стокгольмский синдром. Тогда я задаю вопрос:

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.