

экономика региона

Фитнес-экспансия

В Новосибирске активно развивается рынок фитнеса и в ближайшее время появятся фитнес-клубы премиум-сегмента — анонсировано открытие сразу трех таких заведений. Новые игроки считают, что их услуги будут востребованы, а друг для друга они не станут конкурентами, поскольку каждый займет свою нишу. Формирующие на данный момент новосибирский рынок фитнеса компании уверены: несмотря на рост конкуренции, дефицита клиентов в клубах не будет.

— бизнес —

Улучшенная версия

В ноябре в Новосибирске откроются фитнес-клубы World Class и EDGE, которые позиционируют себя как фитнес-центры премиум-класса. Также в последний месяц осени должно было состояться открытие еще одного клуба этого же сегмента, X-Fit Плаза Premium, однако из-за сдвига сроков строительства оно перенесено на весну следующего года.

Генеральный директор Edge Premium Fitness Club Максим Частковский считает, что выход на рынок премиального фитнеса новых игроков вполне ожидаем, поскольку в Новосибирске данный сегмент не сформирован, и никто из ныне работающих в этой категории клубов полностью не соответствует требованиям сегмента «премиум». «Новосибирск — крупный город, где достаточно потенциальных клиентов премиальных фитнес-клубов. По моим оценкам, при правильном управлении все три новых клуба будут заполнены через два-три года. Хотя из-за одновременного открытия некоторые проблемы будут наблюдаться в первый год работы. Что касается конкуренции, то, на мой взгляд, она достаточно условная, поскольку у клубов разное позиционирование. EDGE — фитнес-клуб мирового, а не регионального уровня, World Class — небольшой семейный клуб хорошего уровня с удобной локацией в центре, X-Fit — самая доступная версия премиального фитнеса по ценовой категории. Фактически это улучшенная версия экономкласса, который широко представлен в городе», — рассуждает Максим Частковский.

По словам президента федерального холдинга Alex Fitness Алексея Ковалева, выход на рынок новых игроков, безусловно, перераспределит потоки клиентов на новосибирском фитнес-рынке. Директор спортивного центра Сообер Денис Сопот отмечает, что конкурентам придется непросто после открытия X-Fit, так как после этого рынок существенно уплотнится. Однако волнения по этому поводу среди уже работающих на рынке компаний не наблюдается.

Быстрые и местные

В Новосибирске, по информации ВГИС, работают 287 фитнес-клубов. По данным компании Extreme Fitness, спрос на фитнес-услуги в городе за последний год существенно не изменился, а количество игроков заметно выросло в основном за счет местных представителей бизнеса, которые открывают один-два клуба в год. «Есть некая формула, по которой можно рассчитать насыщенность фитнес-услуг того или иного региона: 10% от всего населения города (включая стариков и детей) равно максимальному показателю загрузки фитнес-клиентов города. Ес-

ли в Новосибирске 1,5 млн жителей и 150 тыс. человек активно занимаются фитнесом, то такой город считается насыщенным. В Новосибирске фитнес-потребление, по нашим оценкам, имеет похожие цифры», — рассказали в компании.

По мнению генерального директора сети фитнес-центров Grand Arena и Betty by Grand Arena Надежды Матушкиной, главная особенность новосибирского рынка фитнес-услуг в том, что он сформировался именно за счет местных игроков. «Пока мы не захвачены федеральными сетями, как другие крупные города России. Да, есть две компании, но они зашли совсем недавно. И это говорит о том, что у нас уже сложился свой рынок. Новосибирск можно считать передовым городом по части собственных фитнес-сетей. Сейчас доля рынка растет, поэтому появилось местечко и для федеральных клубов, и они это видят», — рассказывает руководитель сети фитнес-центров. По словам Дениса Сопота, главная особенность новосибирского рынка фитнес-услуг — высокая конкурентная среда, образовавшаяся за счет местных игроков — крупных сетей и федеральных компаний, их на данный момент две: Alex Fitness и X-Fit.

«С федеральными сетями таким крупным местным сетям, как Extreme Fitness, сложно конкурировать, они постоянно демпингуют, а также предоставляют клиентам высокий уровень сервиса, высокие стандарты обслуживания», — рассказывал Денис Сопот.

«Если зайти вечером в фитнес-зал в сезон, например сейчас, складывается ощущение, что конкуренция не столь высока, клубы переполнены», — дала свою оценку Наталья Матушкина.

Условное деление

Алексей Ковалев считает, что на данный момент новосибирские клубы можно классифицировать по цене годового абонемента: до 20 тыс. руб. — это недорогой сегмент, от 20 до 40 тыс. руб. — средний, выше 40 тыс. руб. — премиальный. «Стоит отметить, что только в последние два-три года появилось достаточно большое количество недорогих клубов, при этом мы говорим о полноценных фитнес-клубах, а не о так называемых качалках или студиях йоги. Мы подразумеваем под понятием „фитнес-клуб“ некую клубную систему, определенный перечень услуг и набор сервисов. В среднем на рынке фитнес-услуг недорогие клубы занимают не больше 30%, клубы среднего сегмента — около 40%, а премиальные — примерно 30%», — рассказал Алексей Ковалев.

Собеседник заметил, что деление на «дорогие», «средние» и «недорогие» клубы — условное разграничение по стоимости карты. «Премиальность» же выражается не в стоимости абонемента, а в профессионализ-



В Новосибирске работают почти 300 фитнес-клубов

ме обслуживающего персонала, количестве рекреационных зон в клубе, качестве услуг, которые данный клуб предоставляет. «Мы часто видим, что в разных регионах премиальные по уровню услуг клубы продают абонементы по средней цене. И вместе с этим наоборот: высокие по цене клубы по многим факторам совершенно не дотягивают до премиального уровня», — продолжил господин Ковалев.

Особенности привлечения

Снижение цены — один из способов борьбы за клиентов в наши дни. «Российская фитнес-индустрия развивается семимильными шагами, ведь буквально четыре-пять лет назад у нас недорогого сегмента практически не существовало. Сейчас мы уверенно движемся в сторону развитых зарубежных фитнес-рынков. Если мы посмотрим на США, то недорогих предложений там 80%. Полагаю, российская модель рынка будет больше похожа на европейскую, в которой примерно 45% — недорогой сегмент, 40% — сред-

ние качественные фитнес-клубы и около 10–15% — премиум. Так или иначе, любая сегментация отражает, конечно, интересы самого общества», — считает Алексей Ковалев. «При всем этом не хочется еще оценивать услугу, включая туда еще большее количество дополнительных возможностей», — отметили в компании Extreme Fitness.

В больших городах немаловажную роль при выборе клуба играет расстояние от работы или дома. В итоге выбирают тот, до которого проще добраться. «В действительности мы видим, что людям, для которых тренировки стали частью жизни, неважно, какого уровня или какого бренда клуб, главное, чтобы человеку было удобно и комфортно. Ведь зачастую уровень тренажерных залов или качество воды в бассейнах в недорогих и дорогих клубах фактически ничем не отличается», — заметил собеседник.

Что касается изменения потребительского поведения, то в последнее время клиенты проявляют больший интерес к тренажерному залу и силовым тренировкам, нежели к групповым программам. В то же время большинство экспертов сошлись

во мнении, что сегодняшний клиент фитнес-центра хочет получать сразу комплекс услуг. Стандартного набора «тренажерный зал + групповые программы» уже недостаточно.

«Безусловный тренд последних лет во многих клубах — это различные тренажеры с электростимуляцией. В большинстве своем такие тренажеры направлены на одну цель — достижение максимальных результатов за минимальное время. Сегодня насчитываются сотни разновидностей таких аппаратов, а клубы зачастую покупают их с надеждой увеличить продажи абонементов и далеко не у всех опыт успешен», — продолжил Алексей Ковалев.

Надежда Матушкина (Grand Arena и Betty by Grand Arena) придерживается иного мнения: дополнительные услуги в фитнес-залах уже в прошлом. «Современная тенденция такова — либо это большой фитнес-центр направления дискаунтер, где все можно купить за отдельную цену, либо узконаправленная фитнес-студия, где есть только йога или танцы, или единоборства. За spa-процедурами идут в спа, а не в фитнес-клуб», — считает собеседница.

Оперативная обратная связь с клиентами также добавляет баллов в борьбе за аудиторию. Более 50% людей, которые посещают сайт фитнес-клуба, делают это с мобильных устройств. А информация в интернете фактически стала основным источником для принятия решения, покупать абонемент или нет, поэтому все продвижение ушло в онлайн-среду.

Будет расти

По оценке экспертов, в отличие от многих других сфер бизнеса, фитнес-индустрия пострадала от кризиса не так заметно. Темпы развития снизились, однако положительная динамика сохранилась. По словам Надежды Матушкиной, с 2011 по 2014 год рост фитнес-рынка составлял около 20–30% в год. В 2014 и 2015 годах наблюдалась стагнация, в 2016 году по отношению к 2015 году рост составил 10–15%. «Причин замедления темпов развития несколько: уменьшение платежеспособности, избирательность клиентов — люди становятся более требовательными», — пояснила собеседница. В данном случае новосибирская картина мира ничуть не отличается от общенациональной.

По поводу ближайшего будущего рынка все эксперты делают довольно оптимистичные прогнозы. По словам Максима Частковского, премиальный сегмент рынка фитнес-услуг сохранит свой рост даже в кризис, поэтому у компаний, работающих в этом направлении, есть потенциал для развития. «Игрокам же экономсегмента придется повышать качество, чтобы удержать свою клиентуру», — отмечает Максим Частковский.

По словам Алексея Ковалева, в целом по стране процент проникновения фитнес-услуг очень низкий. Поэтому говорить о насыщенности не приходится. В этом плане Россия отстает в среднем от развитых стран Запада лет на 20. «Сегодня в Новосибирске приблизительная плотность фитнес-клубов — 12,5 на 100 тыс. населения. Так что место для нового игрока в Новосибирске определено есть. Снижения покупательского спроса на долгосрочные абонементы не наблюдается. Этому способствует и рост популярности занятий спортом и фитнесом среди населения России», — считает он.

Менее радужные оценки дают в компании Extreme Fitness: «Если экономический кризис не заставит рынок фитнеса стагнировать, то у него будет два варианта развития: укрупнение игроков, либо, наоборот, открытие небольших фитнес-клубов шаговой доступности в разных микрорайонах города. Существенного роста рынка нам не видится, возможно лишь перераспределение».

Денис Сопот из Сообер, напротив, считает, что рынок ждет положительный тренд в развитии. Динамика будет продолжать зависеть от сезонности. Надежда Матушкина уверена, что без клиентов не останутся и залы категории «премиум»: их аудитория — сегодняшние 18-летние, которые уже привыкли ходить на фитнес, а со временем захотят и смогут себе позволить посещать клубы с более высоким уровнем сервиса. «Рынок будет динамично расти, прирост годовой будет больше по сравнению с кризисными годами. В Новосибирске сейчас есть смысл открывать еще клубы. Я считаю это по имеющейся аудитории. Все это позволяет говорить о том, что фитнес-индустрия имеет высокий потенциал в нашем городе», — резюмировала Надежда Матушкина.

Татьяна Косачева

Коммерсантъ® в лучших местах Сибири



Указанные здесь организации индустрии гостеприимства приобретают газету «Коммерсантъ» для своих клиентов

Рестораны BEERMAN:
Вокзальная магистраль, 1
ул. Каменская, 7
пл. Маркса, 7
ул. Добролюбова, 2а
Ресторан «Т.Б.К. Лонж»
ул. Золото долинская, 11
Ресторан «МЁД»
ул. Краснаярская, 35
Ресторан-гриль «Фенимор Купер»
ул. Советская, 64
Ресторан «Библиотека»
ул. Советская, 20
Кафе «Восток-Запад»
ул. Ильича, 6 (2-й этаж)

Кафе «Шанхай»
Красный проспект, 13
Гриль-бар «Дружба»
ул. Кошурникова, 39/1
Гастрономический театр RuppenHaus
ул. Чаплыгина, 65/1
Стейк-хаус «Гудман»
ул. Советская, 5
Кофейня «Утро вечера»
ул. Ленина, 7
Кофейни Traveler's Coffee:
Красный проспект, 65
ул. Ильича, 4

Кафе Éclair
Ядринцевская, 21
Кофейни «Чашка Кофе»
Красный проспект, 17/1
Красный проспект, 22
Морской проспект, 54
ул. Залеского, 5/1
ул. Максима Горького, 78
Кофейня «Восток-Запад»
ул. Ильича, 6 (1-й этаж)
Имидж-лаборатория персонального стиля
ул. Урицкого, 32
Квартирное бюро «Подушка-люкс»
ул. Нарымская, 23

БЕРДСК

Курорт-отель «Сосновка»
пос. Новый

КЕМЕРОВО

Отель «Томь Ривер Плаза»
Притомская набережная, 7

Кофейни Traveler's Coffee
ул. Весенняя, 16
ул. 50 лет Октября, 26

НОВОКУЗНЕЦК

Гостиница «Паллада»
ул. Лазо, 18
Кафе GinZZa
ул. Кирова, 21а

ТОМСК

Отель «Магистрат»
пл. Ленина, 15
Ресторанный комплекс «БАМБУК»
ул. Гагарина, 2

Ресторан «The Хмель»
ул. Ленина, 95

Кафе «Миллионная, 80/1»
пр. Ленина, 80/1

Ресторан «Кухтерин»
ул. Гагарина, 11

Ресторан Two Chefs
Набережная р. Ушайки, 16

Кафе-кофейня Baden-Baden
ул. Вершинина, 19

БАЙНАУЛ

Гостиница «Сибирь»
Социалистический пр., 116

Ресторан Velvet
пр. Ленина, 80

Кофейня «Центральная»
пр. Ленина, 57

Кофейни Coffee, please
пр. Ленина, 64
пр. Социалистический, 78
пр. Социалистический, 117а