

49 → При этом в целом горожане готовы к хобби-экспериментам. «Мы провели опрос среди своих гостей, которые приходят на занятия керамикой. И сделали вывод, что люди стараются попробовать себя в разных направлениях. Они посещают не только нашу студию, но и мастер-классы по росписи, свечеварению — для них это и способ времяпрепровождения, и какой-то новый опыт, знания. Но по большей части все-таки — общение. Потому что заниматься в основном приходят по двое или в компании друзей», — отмечает основатель студии керамики и гончарного мастерства Artisan Studia Татьяна Власенко.

По мнению Дины Семененко, руководителя отдела рекламы танцевального клуба La Voca, популярность досуговых курсов действительно объясняется прежде всего социальным аспектом. Это возможность новых знакомств, совместного досуга, коммуникации и демонстрации своих достижений с положительной обратной связью.

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ПОРТРЕТ** В La Voca фиксируют спрос среди людей, занятых ответственной, зачастую не совсем творческой работой. Таким образом руководители бизнеса, врачи, программисты, научные сотрудники закрывают свою потребность в креативе.

По словам Екатерины Гранкиной, директора музыкальной школы для взрослых «Виртуозы», основная аудитория школы — люди от 25 до 50 лет. Кто-то начинает с нуля, кто-то осваивает второй инструмент или приходит играть и петь в коллективе: в оркестре, хоре, джазовом ансамбле или рок-группе. За последний год выросло количество людей эlegantного «серебряного» возраста, самые востребованные уроки для них — эстрадный и академический вокал, гитара и фортепиано. «Причин много: исполнить мечту детства, снять стресс, переключиться и отдохнуть от рутины, заниматься любимым делом в коллективе, подготовиться к конкурсу или выступлению. Приходят заниматься, чтобы погрузиться в творческую и дружескую атмосферу. Приводят на занятия детей — и остаются сами. Начинают заниматься „для себя“ — и находят единомышленников для создания музыкального коллектива. Случается много романтических, „голливудских“ историй, когда совместное музицирование приводит к предложению руки и сердца», — рассказывает госпожа Гранкина.

**ТАКТИЛЬНЫЙ ПРЕДМЕТ** Сейчас рынок досуговых курсов для взрослых оживает после карантина. «С точки зрения спроса мы в своей сфере танцев и танцевальных мероприятий заметили положительную динамику после снижения ковидных ограничений. Люди крайне соскучились по социальным взаимодействиям и разнообразным массовым событиям, пользуются любой возможностью выхода из дома. Несмотря на снижение доходов, рост интереса к досуговым курсам уравновесил ситуацию с предыдущими годами до пандемии, спрос как минимум на том же уровне», — отмечает госпожа Семененко.

Эксперт добавляет, что уход многих бизнесов, в том числе — досуговых курсов, в онлайн коснулся и танцевального рынка. Однако в данном случае онлайн-обучение и мероприятия — это скорее крайняя мера, которая останется допол-



**СОВМЕСТНОЕ ТВОРЧЕСТВО СПОСОБНО УКРЕПИТЬ КОЛЛЕКТИВНЫЙ ДУХ И ВЛИЯЕТ НА ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА. АКТИВНЕЕ ВСЕГО ЭТО ЗНАНИЕ ИСПОЛЬЗУЮТ ИТ-КОМПАНИИ, ДЕВЕЛОПЕРЫ И НЕФТЕГАЗОВЫЙ СЕКТОР**

нительной услугой для тех, кто объективно не может появляться очно. Доля офлайна по-прежнему велика и незаменима из-за самой специфики отрасли.

**ТВОРЦОВ НАГРАДА** Востребованность конкретной бизнес-инициативы нужно просчитывать, но в целом проекты в сфере досуга можно назвать выгодными. «Наша школа — одна из лидеров рынка, в сети было более 20 залов. Благодаря этому бизнесу я заработал более миллиона долларов», — рассказывает господин Кондраков. — Но клиенты стали более требовательными. Если раньше можно было арендовать актовый зал в школе и проводить занятия там, то сейчас людям нужны Wi-Fi, зона отдыха и зона ожидания для родителей, хорошая раздевалка, просторный зал, высокие потолки. Хорошо себя чувствуют мультишколы, в которых много залов и танцевальных направлений. При этом лучше всего может заработать владелец, который не нанимает много персонала, а берет большую часть нагрузки на себя — сам управляет и сам преподает. Тогда теоретически за 32 рабочих часа в месяц есть возможность зарабатывать до 100 тыс. рублей».

Некоторые игроки пошли дальше — по пути создания маркетплейсов досуговых услуг. Так, господину Кондракову однажды стало понятно, что порой выгоднее продать клиента конкурентам, чем отбивать его, а заодно — предложить покупателю и те услуги, которых не предоставляет

танцевальная школа. «Мы открыли в сети единый центр кружков и секций, причем с особой бизнес-моделью, которая для нас оказалась эффективной. Мы не берем с досуговых организаций денег за запись к ним на занятия, только за купленный абонемент», — поясняет он.

**ЗА КОМПАНИЮ** Досуговые курсы для взрослых пользуются спросом со стороны бизнеса. В первую очередь, говорит госпожа Семененко, компании проводят творческие, культурные досуговые занятия с целью повышения командного духа, а иногда — в качестве поощрения сотрудников. «В последние годы спрос на корпоративные мероприятия усилился, но пандемия внесла свои коррективы. Если раньше мы наблюдали довольно регулярные запросы от компаний на организацию танцевальных мастер-классов, корпоративов, флешмобов, уроков для сотрудников, то теперь большинство организаций предпочитает не рисковать, участвуя в офлайн-мероприятиях, тем более что танцы предполагают довольно контактное взаимодействие», — констатирует она.

«С занятиями музыкой как способом поощрения сотрудников мы столкнулись давно. Обычно инициативу проявляют HR-специалисты, которые отвечают за развитие персонала. Запрос может быть на абонементы и подарочные сертификаты или более узким. К нам также обращались компании, внутри которых создавались музыкальные коллективы

сотрудников, учившихся когда-то в детских музыкальных школах и владеющих музыкальными инструментами. В этом случае школа не только становилась репетиционной точкой, но и предоставляла услуги преподавателя, который участвовал в репетициях, помогал делать аранжировки, подбирал репертуар и руководил процессом. В дальнейшем такие команды выступали на корпоративных праздниках и мероприятиях. Самые активные в этом смысле игроки — из сферы IT, строительства и девелопмента, из нефтегазового сектора», — делится госпожа Гранкина.

Руководитель танцевальной школы Nola Dance Ольга Лойко приводит другой пример: «Рядом с нашей школой располагалось швейное производство. Работа там в основном сидячая или стоячая с большой нагрузкой на спину. Поэтому по договоренности с руководством мы организовали для сотрудников компании дневную танцевальную группу. Они делали перерыв в работе и приходили на занятия, которые оплачивала организация».

В студии Татьяны Власенко раз в месяц организует досуг для своих сотрудников одна из строительных компаний. «Они вместе с преподавателями учатся гончарному мастерству, изготавливают посуду, декор для дома и другие изделия из глины. Таким образом компания заботится о благоприятном климате внутри организации, повышении лояльности персонала и командного духа», — подчеркивает она. ■