

## Как открыть тренажерный зал. Часть 2. Документы и бизнес-план

В первой части мы рассказали вам о преимуществах тренажерного зала в виде бизнеса и о том, как определиться с аудиторией. Во второй части мы пройдемся по самому скучному и самому важному пункту в открытии своего тренажерного зала. Мы расскажем о том, как и какие документы подготовить и как составить бизнес-план.

Начнем с самого важного - с документов.

### Какие документы нужны чтобы открыть свой тренажерный зал?

1. *Регистрация в налоговых органах.* Существует два приемлемых варианта:
  - Индивидуальный предприниматель (ИП). Наиболее простой вариант для начала бизнеса из-за упрощенной системы налогообложения.
  - Общество с ограниченной ответственностью (ООО). К нему лучше переходить тогда, когда ваш бизнес будет уже неплохо развит или вы решите открыть целую сеть.
2. *Регистрация названия компании.* Если тренажерный зал открывает ИП, этот пункт не обязателен в том случае, если название бизнеса будет совпадать с именем владельца
3. *Согласование с Роспотребнадзором.* Для этого нужно предоставить следующие договоры:
  - На обслуживание ЖЭК
  - На обслуживание вентиляционной системы
  - На разрешение утилизации ламп
  - +
  - Медицинские книжки сотрудников
  - Паспорт учреждения спортивного назначения
4. *Оформление страховки.* Для тренажерного зала эта мера обязательна, т.к. клиент может получить травму или даже умереть во время тренировки, это возможно даже если вы соблюдаете все меры безопасности, а в штате есть врач. Хороший способ избавиться от ответственности – страхование гражданской ответственности. В договорах с членами клуба владельцы тренажерных залов часто прописывают пункт, по которому с владельцем нельзя судиться из-за травмы, которую клиент получил самостоятельно.

### Бизнес –план для тренажерного зала

Бизнес – план это основа всего. Без него вы не сможете правильно рассчитать расходы. Поэтому правильно составить его – половина дела, конечно, поручить это можно профессионалам, это будет стоить немалых денег. Да и ничего сложного в его составлении нет. Для начала нужно знать все свои расходы.

Среди них есть расходы на оформление документов, аренду или покупку помещения, оборудование и мебель, расходы на коммунальную плату, а также зарплата сотрудникам. Заранее узнайте эти цифры, лучше всего, если вы будете округлять их в большую сторону. Так у вас будет небольшой запас.

Теперь перейдем к самому приятному, к прибыли.

Для этого нужно рассчитать цены на ваши услуги. Наверняка вы уже провели исследования в соседних тренажерных залах и имеете представление об общей картине. Конечно, ваши цены должны не сильно отличаться от цен ваших конкурентов.

**При формировании цены** важно подумать о часах работы вашего зала. Лучше, если он будет работать с раннего утра до позднего вечера, например, с 8:00 до 22:00 без перерывов и выходных, желательно, с наименьшим количеством праздников. Так как большинство людей работают до 18:00 им легче ходить в зал вечером, клиенты с плавающим графиком смогут приходить и утром, и днем. Ну и для завсегда «качалки» и профессиональных спортсменов праздников не существует, поэтому они рады будут тренироваться и в праздники.

Абонементы могут быть разделены:

- *По цене.* Абонементы желательно разделить по ценовым категориям, пусть у вас будут дешевые, средние и дорогие абонементы. Так к вам смогут приходить люди разного достатка (конечно, количество посещений будет различаться).
- *По времени.* Также они должны различаться по времени на месяц, три месяца и полгода, в таком случае выгода в цене между позициями должна быть видна невооруженным взглядом.
- *По ограничениям.* Хорошо, если у вас будут несколько видов ограничений. Один абонемент – подешевле, для тех, кто посещает тренажерный зал до 16:00 (время, когда народу меньше всего), средний – только для вечерних посещений, и более дорогой для занятий без ограничений.
- *На персональные занятия.* Это самый дорогой абонемент, и, как правило его делают не более чем на 5-8 занятий.

Также следует внести плату за одиночные занятия.

Также прибыль вам могут приносить дополнительные услуги в виде сауны, массажа, солярия, продажи БАДов и прочих программ – если у вас крупный фитнес-центр.

Примерная проходимость среднего, раскрученного тренажерного клуба колеблется от 100 до 300 человек в месяц. Дело осталось за малым, берем свою проходимость (в первые месяцы она будет маленькой) и умножаем на стоимость абонементов. Еще треть ваших клиентов воспользуется дополнительными услугами, умножаем эту цифру на их стоимость.

Таким образом вы получите бизнес – план с доходами и расходами.

Только что мы с вами буквально разобрали «скелет» вашего бизнеса, все ваши основные дела решены. Осталось самое интересное.