

Бизнес на парУ

Когда советские общественные бани стали приходить в упадок, в России начали открываться многочисленные частные заведения. Со временем этот рынок заполнился настолько, что заработать на банях и саунах стало довольно трудно: слишком велика конкуренция. Чтобы привлечь требовательного к парным услугам клиента, самые предприимчивые банщики собирают в один комплекс бани разных народов. Под лозунгом оздоровления организма эта услуга неплохо продается потребителю класса "премиум".

Бани народов мира

Бани в России уже в древности были одним из главных аттракционов для европейских путешественников, которые удивлялись, как это русские могут хлестать себя вениками, выскакивать из парной и нырять в прорубь. Для нашей холодной страны это был не только способ помыться, но и неплохая терапия разных простуд. В советское время банная традиция подзахла, выродившись в общественные парилки, ходить в которые иногда было даже небезопасно с гигиенической точки зрения. В 1990-х годах появилась возможность открывать частные бани, однако стали открываться в основном финские сауны -- вероятно, потому, что сауну легче построить. Старые общественные бани все больше приходили в упадок.

К концу 1990-х стали появляться в России и более экзотические парные, например римские термы или турецкие хамамы. Японские о-фуро -- мода относительно недавняя, ей всего пара лет, корреспондент "Денег" смог найти только по одной такой в Москве и Санкт-Петербурге. Все эти типы бань имеют долгую историю и определенную специфику. Однако их можно собрать в один комплекс и неплохо на этом заработать.

В мире, по сути, есть четыре основных типа бань.

Русская баня не имеет какого-либо единого канонического варианта. Температура, а также банные ритуалы всегда довольно сильно различались не только в разных регионах, но и в разных семьях. Русскую баню отличают высокая влажность и серьезные испытания, которым в ней подвергаются парящиеся: купание в проруби после парной и хлестание вениками. Еще летописец Нестор удивлялся вместе с иностранными путешественниками: "Никем не будучи мучимы, сами себя мучили и совершали не омовение, а мучение". Для самых экстремальных русских -- баня по-черному.

Японская баня подразделяется на два основных вида: сэнто (традиция сэнто пошла от теплых вулканических источников, а в наши дни это бассейны с горячей водой) и о-фуро (которую считают домашним видом сэнто). В России пока есть только о-фуро. Это деревянная бочка, наполненная горячей водой (40-42°C), в ней размещаются полулежа примерно на 5-10 минут. История этой бани связана с национальными особенностями Японии. Во-первых, буддисты-японцы не признавали мыла, которое делается из животных. Соответственно, мыться приходилось долго и в горячей воде. Во-вторых, в Японии не самый приятный климат, так что хотелось просто погреться.

Финская сауна сочетает высокую температуру (70-110°C) с низкой влажностью (10-

25%). Многие переносят такие условия гораздо лучше, чем русскую баню.

Хамам и термы, по сути, одно и то же, турецкий вариант является прямым наследником римско-византийского. Это общественные бани. Перед парилкой есть специальная комната для разогрева. Пол и полки в парных подогреваются, тем самым обеспечивая равномерную температуру по всему помещению. Температура в хамаме может быть как сравнительно низкой (40°C), так и высокой (70-100°C).

Первый и основной идеолог банных комплексов в России -- Владимир Ряполов, который открыл свое дело в 1999 году. Идея его бизнеса состоит в том, что клиент должен пройти через все имеющиеся виды бань -- русскую парную, римские термы, турецкий хамам, японскую о-фуру -- и сопутствующие процедуры вроде массажа. К концу сеанса распаривает до полного изнеможения. Среди дополнительных конкурентных преимуществ -- место: комплекс расположен в сочинской Красной Поляне, среди гор, рядом с горным ручьем. Плюс, конечно, личность самого Ряполова, который обильно приправляет банные процедуры восточной философией.

Владимир Ряполов, директор "Баня-Land": *Моя принципиальная позиция -- я не бизнесмен. "Баня-Land" -- это скорее идеология, которая дает мне заработать на жизнь.*



Впрочем, идеология довольно дорогостоящая. Один клиент обычно оставляет здесь за посещение около 5 тыс. рублей. Правда, за эти деньги он может получить то, что практически невозможно найти где-то еще в России, а возможно, и в мире. Поскольку идея такого бизнеса довольно молода, освоить ее успели немногие. Кроме "Баня-Land", соединить бани народов мира под одной крышей пытаются не более десятка отечественных предпринимателей. Причем все они нацелены на состоятельных клиентов.

Александр Зубков, директор банно-оздоровительного комплекса "Лукоморье": *Расценки у нас очень разнятся в зависимости от количества услуг, которые заказывает клиент. В среднем, если небольшая компания снимает парную, это может стоить около \$500 в час.*

У "Лукоморья", правда, по сравнению с "Баня-Land" ассортимент услуг поуже -- здесь только русская баня и хамам. Однако к делу тут подходят основательно. Перед открытием Зубков ездил по деревням в глубинке, где исследовал методы парения, изучал специальную литературу. Банщиков готовил тоже самостоятельно, а массажистов подбирал только с высшим медицинским образованием. Даже веники для "Лукоморья", расположенного в Мытищинском районе, в 2 км от МКАД, заготавливают специально в соседних с Московской областях: там экология лучше.

Вообще, чтобы дело пошло, клиента надо убедить в уникальности оказываемых ему недешевых услуг. В "Баня-Land", например, можно найти такую экзотику, как "Конек-горбунок": чан на две тонны воды, который висит на цепях над огнем. По словам людей, которые побывали в "Коньке", ощущения от него довольно острые: тело погружено в прохладную воду, а ноги медленно поджариваются. Есть еще флотационный танк, или "камера невесомости", где человек купается в растворе солей Мертвого моря большой

концентрации. Говорят, что ощущения -- как в невесомости.



Добавленная стоимость

Открыть небольшую баню или сауну очень просто, для этого не нужно больших вложений, не нужно и никаких лицензий. Для маленькой сауны, например, достаточно просто обить вагонкой помещение и поставить электропечь. Соблазненные легкостью бизнеса, многочисленные предприниматели только за последние два года открыли в Москве, например, три сотни саун (по информации маркетингового агентства Step-by-step).

При такой конкуренции вести бизнес совсем нелегко, без постоянного потока клиентов парная работает в убыток. Чтобы заработать, необходимо вводить дополнительные услуги, которые зачастую обходятся клиентам гораздо дороже основных. Сюда входят различные массажи, обтирания, услуги банщика, который отхлещет вас веником, и прочее. Например, общий часовой массаж в "Баня-Land" стоит 1,8 тыс. рублей, тайский массаж -- 2,5 тыс.

Самым же распространенным способом расширения ассортимента банных услуг оказалась проституция. Большинство небольших саун живут за счет номеров с девочками. Цены здесь невысокие -- 400-600 рублей в час собственно за парную, любовь же стоит \$100. Чтобы построить такую сауну, необходимо вложить \$6-40 тыс.

Владимир Ряполов: Баню ради бани открывать невыгодно. Поэтому везде считают, что в России коммерческие бани -- это ширма для торговли секс-услугами. Так что нам потребовалось несколько лет, чтобы отучить персонал и клиентов от этой установки.

Чтобы открыть большой комплекс, который привлекал бы клиентов без помощи женских ласк, нужны довольно крупные инвестиции -- около \$3 млн. По словам Ряполова, если грамотно поставить дело, вложения могут окупиться через пару лет.

Владимир Ряполов: В России появилась тенденция к оздоровлению, поэтому наши услуги и пользуются успехом. У тех людей, которые в начале 1990-х заработали, сейчас начала побаливать печень, появились жены, и они не ходят в сомнительные сауны. У нас, правда, есть такая проблема: к нам ходит в основном элитная публика, поэтому комплекс не заполняется полностью, не используются все возможности. Так что сейчас основная задача -- привлечь средний класс.

У "Баня-Land" невысокая загрузка -- около 30%. Теоретически комплекс мог бы пропускать 150 человек в сутки, при этом чистая годовая прибыль при нынешних расценках составляла бы около \$7,5 млн. Сейчас основная часть парящихся -- это москвичи, однако Ряполов связывает большие надежды с сочинской Олимпиадой, которая должна привлечь в город на постоянное жительство много состоятельных людей.

Впрочем, даже с теперешним немногочисленным, но элитным клиентом "Баня-Land" не приходится жаловаться на судьбу. Например, в 2000 году комплекс посетила Людмила Путина, которой, кстати, там понравилось. После этого, по словам Ряполова, проблем с местными чиновниками стало гораздо меньше, чем было, а комплекс посетил чуть ли не весь кабинет министров. В книге благодарностей, например, оставили записи Сергей

Ястржембский и Сергей Иванов.

На элитную публику рассчитывает также и Павел Минаев, который собирается открыть банный комплекс в подмосковном Пестове, где уже сейчас действуют гольф- и яхт-клубы. Для запуска проекта Минаев активно консультировался все с тем же Ряполовым. Планируемый комплекс даже называться будет так же, как и сочинский, -- "Баня лэнд", однако это будет независимая компания.

Павел Минаев, гендиректор компании "Баня лэнд":
Мы ориентируемся на жителей близлежащих элитных коттеджных поселков. Через пару лет, когда планируется запуск комплекса, их население будет порядка тысячи семей.



Минаев собирается запустить комплекс общей площадью около 2 тыс. кв. м. Строительство может обойтись примерно в \$6 млн.

Павел Минаев: *Наш расчет на людей, которые заботятся о здоровье, в первую очередь это банная терапия. Это отдых в прямом смысле слова -- восстановление организма.*

Александр Зубков: *От саун сейчас серьезные люди практически все отказались, ищут другие варианты. Мы открывались в августе этого года и сразу отмели вариант делать сауну с девочками, за счет которых держатся многие. Настоящая русская баня -- оздоровительная. Хотя после парной и массажа некоторые клиенты позволяют себе выпить у нас в зимнем саду, мы не даем им портить здоровье.*

Корпоратив в парной

Если сочинская "Баня-Land" ориентирована в первую очередь на оздоравливающую публику, то московский комплекс "Усадьба банная" -- на любителей хорошо отдохнуть. Клиентура здесь, может быть, и не такая элитная, но платит она не менее исправно. В выходные "Усадьба" забивается под завязку. Собственно, это даже не один комплекс, а сеть из пяти комплексов, расположенных в разных районах Москвы. Посетителей здесь не водят из одной бани в другую, а позволяют надолго задерживаться в выбранной ими парной. Выбор довольно богатый -- русская баня по-белому и по-черному, финская, турецкая, японская и римская бани.

Гуля Утешева, директор по связям с общественностью "Усадьбы банной": *Люди приходят к нам в основном компаниями, в последнее время все чаще стали устраивать у нас корпоративные праздники. Обычно снимают один из срубов на день, и там людям никто не мешает, все огорожено от посторонних глаз. Некоторые клиенты остаются чуть ли не жить -- проводят по несколько дней.*

Удовольствие это недешевое, так как аренда банного сруба в зависимости от его размера и комфортности стоит 5-10 тыс. рублей в час. Правда, и здесь доходы бизнеса формируются в значительной мере из дополнительных услуг -- банщики, массажисты, ресторан, салон красоты и даже автомойка, которую здесь называют "баней для машин". Но главное -- это парение, без него нельзя было бы привлечь клиентов. Чтобы посетителей было больше, в ассортименте есть такие экзотические процедуры, как парение в бочке с молоком или в настое из оленьих рогов.

Но и здесь сталкиваются с традиционными для всех бань трудностями. К примеру, известно, что банные дни -- с четверга по воскресенье. В это время отбоя от посетителей нет, иногда приходится даже отказывать тем, кто не успел вовремя записаться. Сложнее с понедельника по среду, когда люди активно работают. Самые провальные часы -- дневные.

Кроме того, баня особенно популярна зимой. Кстати, ее даже рекомендуют как лекарство от зимних депрессий. А вот летние месяцы, как правило, "пустые".

Решать проблему недостатка клиентов в "Усадьбе" собираются при помощи туристов. Причем на европейских путешественников надежды мало: они, как и в древности, наших парных забав побаиваются. По словам госпожи Утешевой, даже японцы в этом смысле гораздо более любознательны. Однако расчет даже не на них (не так много японцев приезжает посмотреть Москву), а на российских туристов.

Московский рынок бань вряд ли можно назвать заполненным. Избыток здесь только в классе дешевых, но сердитых заведений -- саун с девочками. Состоятельная и пресыщенная публика до сих пор не удовлетворена.



Пар на экспорт

Хотя идея банного интернационализма как будто витает в воздухе и хватается за нее все больше предпринимателей, главным ее апологетом остается Владимир Ряполов. На прошедшем недавно инвестиционном форуме в Сочи он принимал у себя в бане немало именитых гостей, что, впрочем, для него не в диковинку. Однако основным итогом сочинского инвестфорума для Ряполова стала договоренность о совместном бизнесе с французами.

Владимир Ряполов: Французы очень заинтересовались тем бизнесом, который я веду, ничего подобного у них, разумеется, нет. Есть идея построить что-то подобное на французском горнолыжном курорте Шамани. Для меня это, конечно, способ заработать, но в первую очередь все же пропаганда русской бани. Ведь, скажем, рынок финской сауны в мире огромен, хамам тоже хорошо представлен, а русскую баню, ее кураж знают только у нас.

Кроме того, Ряполов надеется, что во Франции наконец-то осуществится его мечта об открытии франчайзингового бизнеса. Он уже пытался продавать франшизы в России, но дело не пошло. Во-первых, многие считают, что платить создателю идеи вовсе не обязательно, и переубедить их в этом практически невозможно. Во-вторых, бизнес-идея многопрофильной бани обрастает в умах отечественных бизнесменов сомнительными улучшениями, проще говоря -- из романтической банной мечты Ряполова устраивают публичный дом. В итоге от франчайзинговой схемы в России пришлось отказаться, зато теперь Ряполов рассчитывает отыгаться на французах.

Еще один проект основателя "Баня-Land" также нацелен на расширение географии бизнеса. Речь идет о том, чтобы банную технологию в прямом смысле поставить на колеса.

Владимир Ряполов: *В большом 25-метровом трейлере можно разместить настоящий банный комплекс. Причем не только парную, но и буфет. Стоит такой модуль будет порядка {euro}90 тыс., однако для клиентов он должен быть очень привлекательным, ведь это услуга с доставкой на дом.*

Среди других бизнес-идей банщика -- академия банных искусств (обучение стоит \$1 тыс.), банное дизайн-бюро, баня-клиника. Кстати, страстью и идеями Ряполова увлеклись и другие довольно серьезные люди. К примеру, о строительстве комплекса по примеру "Баня-Land" задумались уже два отечественных губернатора. А недавно депутат Иосиф Кобзон в одном из своих телеинтервью рассказал, что его сын, ресторатор Андрей Кобзон, собирается открыть свой банный комплекс.

Несмотря на то что парная мода в России вроде бы на подъеме, остаются еще не охваченные отечественными предпринимателями мировые бани.

Специальный корреспондент "Денег" Алексей Ходорыч, например, недавно побывал в Токио на российско-японском инвестфоруме. В числе прочих достопримечательностей российская делегация посетила общественные токийские бани -- сэнто. Они представляют собой несколько бассейнов (около десятка) с водой различной температуры, а в некоторые даже налито молоко. Перед посещением бани необходимо начисто вымыться в предбаннике, а уже потом получать удовольствие, расслабляясь в разных бассейнах и беседуя с соседями.

Один из российских бизнесменов, который вместе с нашим корреспондентом парился в сэнто, так проникся этим японским колоритом, что задумал открыть в Москве нечто подобное: "А что, здорово, народ пойдет. Надо подумать над этим".

Так что, вероятно, скоро у нас появится еще один вид экзотической парной.

ТЕКСТ ИВАН ЖДАКАЕВ

ФОТО PHOTOEXPRESS, ИТАР-ТАСС, ДМИТРИЙ ЛЕБЕДЕВ, ГРИГОРИЙ СОБЧЕНКО

[Коммерсантъ-Деньги](#)

05.10.2007