

## СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

От редактора . . . . . 3

### ТЕМА НОМЕРА

Юбилей РАППА ЭКСПО  
Н. Кузнецов . . . . . 6

### ПАРКОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Парки Ярославля: быть лучше, чем вчера  
Т. Бурак . . . . . 14

### НАШ РЕПОРТАЖ

Парк «Забавы»: активные развлечения  
от чистого сердца  
И. Родионов . . . . . 20

### РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Секреты гостеприимства современного  
развлекательного центра  
Р. Храмов . . . . . 24

### ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Итоги выставки «РАППА ЭКСПО Осень-2012»  
М. Горбачева . . . . . 28

### РАБОТА С ПЕРСОНАЛОМ

Стандарты сервиса в индустрии развлечений  
О. Лю-Фу . . . . . 32

### EVENT-ИНДУСТРИЯ

Мобильные шоу-лаборатории  
А. Котова . . . . . 38

### ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

«На Западном фронте без перемен»:  
итоги выставки EAS-2012  
У. Кухтина . . . . . 40

### РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Четыре измерения эффективности развлечения-  
тельного центра. Измерение первое: деньги  
А. Бениаминов, А. Просангеев . . . . 44



16-18  
ОКТАБРЯ 2013

Москва, ВВЦ, павильон 55

РАППА ЭКСПО ОСЕНЬ 2013

VII МОСКОВСКАЯ  
МЕЖДУНАРОДНАЯ ОСЕННЯЯ ВЫСТАВКА  
«АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ  
ОБОРУДОВАНИЕ»

ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЙ БИЛЕТ



Организатор выставки:  
Tel.: +7 (495) 234-52-42,  
+7 (495) 234-50-15  
E-mail: raapa@raapa.ru,  
Website: www.raapa.ru

Генеральный спонсор: Генеральный информационный спонсор:

При поддержке:



#### «АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ»

Информационно-рекламный журнал

#### УЧРЕДИТЕЛЬ:

Российская Ассоциация парков и производителей  
аттракционов (РАППА)

#### ИЗДАТЕЛЬ:

Автономная некоммерческая организация  
«Учебный Центр РАППА»

#### Адрес редакции:

Россия, 129223, г. Москва, пр-т Мира,  
ВВЦ, стр. 537/3 оф. 37  
АНО «Учебный Центр РАППА»  
Тел/факс: (495) 234-52-33  
E-mail: tcc@raapa.ru;  
http://www.raapa.ru

#### РЕДАКЦИЯ:

##### Главный редактор

Игорь Родионов

##### Дизайн, верстка

Ксения Лисицина

##### Над номером работали:

Диана Лукина  
Олеся Лебедева  
Ульяна Кухтина  
Елена Швецова  
Марина Горбачева  
Никита Кузнецов  
Изабелла Толкачева  
Андрей Осипов



**OCTOBER  
16-18, 2013**

Moscow, VVTs, Pavilion 55

# RAAPA EXPO AUTUMN 2013

**The 7th MOSCOW**

**INTERNATIONAL AUTUMN EXHIBITION**

**«AMUSEMENT RIDES & ENTERTAINMENT  
EQUIPMENT»**

INVITATION TICKET



Exhibition Organizer:  
Tel.: +7 (495) 234-50-15,  
+7 (495) 234-52-68

E-mail: raapa@raapa.ru,  
Website: www.raapa.ru

General Sponsor:  General Information Sponsor: 

Supported by:  



## СОБЫТИЕ СЕЗОНА

Фестиваль «Свет Рождества» в парке «Красная Пресня»

**А. Осипов . . . . . 52**

## ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

«В погоне за Сэнди»: итоги поездки на выставку IAAPA Attractions Expo 2012

**У. Кухтина . . . . . 54**

## ПОЛЕЗНО ДЛЯ БИЗНЕСА

Формирование бренда развлекательного центра в онлайн среде

**Е. Крупецкая . . . . . 60**

## АКВАПАРКИ

Аквапарки – вечное лето

**В. Десяткин . . . . . 64**

## ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

«Азиатский экстрим»: международные выставки в Индии, Китае и Турции

**Е. Швецова, Д. Лукина . . . . . 68**

## СТАТИСТИКА И ФАКТЫ

Проектируемые и открытые торгово-развлекательные центры в России и СНГ (за период 2013-2014 гг.) . . . . .

**70**

## ENGLISH VERSION

The Exhibition from which started amusement industry in Russia . . . . .

**72**

Yaroslavl's Amusement Parks:

To be better than yesterday . . . . .

**75**

At the finish of 2012 season.

The results of the 6th Moscow International autumn exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO AUTUMN - 2012» . . . . .

**77**

Summary Table of Family Entertainment Centers Being Designed and Put into Operation in Russia (in 2013-2014) . . . . .

**79**

### Отдел рекламы:

(495) 234-52-33

Выражаем благодарность за помощь в подготовке номера Юрию Гавриловичу Кузнецову.

Редакция не несет ответственность за содержание рекламных материалов.  
Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции журнала.

Использование материалов, опубликованных в журнале, допускается только с разрешения редакции.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77 – 26958

Товарная марка журнала «Аттракционы и развлечения» зарегистрирована в Роспатенте.

Свидетельство на товарный знак № 351922

Отпечатано в ООО ПО «Периодика» Тираж 5 000 экз.



## Дорогие читатели!

Приветствую Вас на страницах нового номера журнала «Аттракционы и развлечения»!

В 2013 году исполняется 15 лет Международной выставке аттракционов и развлекательно-оборудования РАППА ЭКСПО. Для всех нас это очень значимое событие, поскольку выставка, без преувеличения, внесла существенный вклад в развитие индустрии развлечений в нашей стране. Сегодня мы имеем возможность работать в условиях цивилизованного рынка, где есть четкие правила игры. Для многих выставка РАППА ЭКСПО не просто выставочный павильон, где два раза в год собирается более 200 отечественных и зарубежных производителей, это еще и место встреч с коллегами и друзьями. Думаю, 15-ая выставка РАППА запомнится нам всем надолго! Так что, РАППА ЭКСПО, с днем рождения!

Одной из центральных тем номера стали парки Ярославля. Качественные изменения, которые в них уже начали происходить и те перспективы, которые ждут, привлекли внимание нашей редакции, поэтому мы посетили все самые интересные места отдыха Ярославля.

Вопросы развлекательного бизнеса посвящены организации работы семейных центров

развлечений, анализу финансовой деятельности развлекательных комплексов. Не менее актуальны статьи, посвященные стандартам качественного обслуживания посетителей и формированию бренда развлекательного центра в онлайн-среде.

В прошлом году мы посетили ряд международных выставок. В журнале представлены репортажи со всемирной выставки аттракционов в Орландо, европейской выставки аттракционов в Берлине, азиатских выставок развлекательного оборудования в Индии, Турции и Китае.

Безопасность аквапарков, итоги фестиваля «Свет Рождества» и выставки «РАППА ЭКСПО Осень-2012», новые способы организации праздничных мероприятий, новинки аттракционов и развлекательного оборудования – все это и многое другое ждет Вас в свежем номере журнала «Аттракционы и Развлечения».

Желаю всем профессионалам индустрии развлечений успеха и удачи в наступающем сезоне. Пусть посетители Ваших парков, развлекательных центров, аквапарков получают только положительные эмоции и будут благодарны Вам – людям, которые дарят праздник!

*Главный редактор  
Игорь Родионов*



## Дорогие друзья!

Поздравляю Вас с Юбилеем международной выставки РАППА ЭКСПО!

Вот уже 15 лет Российская ассоциация парков и производителей аттракционов проводит на территории Всероссийского Выставочного Центра в Москве международные выставки аттракционов и развлекательного оборудования, а также научно-практические конференции по вопросам культурного досуга, создания конкурентоспособной и безопасной техники для развлечений, укрепления взаимовыгодных международных связей.

Реализация подобных масштабных проектов, где экспонируются самые последние достижения мировой индустрии развлечений, помогает отечественным паркам приобретать современное оборудование и использовать инновационные технологии, повышать уровень предоставляемых услуг, привлекать в данный сектор дополнительные инвестиции.

Выставка РАППА ЭКСПО внесла неоценимый вклад в развитие парков культуры, развлекательных центров, создание условий полноценного и безопасного отдыха и досуга населения России. Выставка демонстрирует новейшие достижения индустрии развлечений и показывает современную концепцию развития парковой и развлекательной индустрии, которая в настоящее время в нашей стране переживает рост.

Все профессионалы индустрии развлечений высоко ценят многолетнюю плодотворную работу Ассоциации РАППА по развитию культурно-досуговой сферы России.

Искренне поздравляю участников и организаторов с Юбилейной выставкой РАППА ЭКСПО, желаю всем гостям и посетителям конструктивного общения, новых деловых контактов на отечественном и международном уровнях.

Всего Вам самого доброго!

*Специальный представитель  
Президента РФ по международному  
культурному сотрудничеству  
М.Е. Швыдкой*

15-18 октября  
Конференция  
«Тенденции  
развития  
индустрии  
развлечений  
в России»

16-18  
**ОКТАБРЯ 2013**

Москва, ВВЦ, павильон 55



# РААРА ЭКСПО ОСЕНЬ 2013

**VII МОСКОВСКАЯ  
МЕЖДУНАРОДНАЯ ОСЕННЯЯ ВЫСТАВКА  
«АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ  
ОБОРУДОВАНИЕ»**

**RAARA EXPO  
AUTUMN 2013**

The 7th Moscow  
International Autumn  
Exhibition «Amusement Rides  
& Entertainment Equipment»  
October 16-18, 2013,  
Moscow, VVTs, Pavilion 55



**October 15-18  
Conference  
«Amusement Industry  
Development Trends  
in Russia»**

Организатор выставки:  
Tel.: +7 (495) 234-52-42, +7 (495) 234-50-15  
E-mail: raara@raara.ru, website: www.raara.ru

Генеральный спонсор:  Генеральный информационный спонсор: **РИР**

При поддержке:  **TSI** Trade Shows International



## ВСЕРОССИЙСКАЯ ВЫСТАВКА "ПАРКИ И КЛУБЫ '99"

# ВЫСТАВКА,

## С КОТОРОЙ НАЧИНАЛАСЬ ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ В РОССИИ

В 2013 году исполняется 15 лет Международной выставке аттракционов и развлекательного оборудования «РАППА ЭКСПО».

Зарождаясь в 1999 году под скоромным названием «Всероссийская ярмарка «Парки и клубы», сегодня «РАППА ЭКСПО» превратилась во всемирно признанную деловую площадку, входящую в первую пятерку мировых выставок индустрии развлечений.

С чего же все начиналось?

**В**ыставки, которые проводились в России в начале 90-х годов по тематике индустрии развлечений, в частности «Элекс», представляли, главным образом, игровой бизнес. Немногие частные предприятия, занимавшиеся изготовлением развлекательного оборудования, были вынуждены выставлять свою продукцию на игровых выставках, но своего посетителя они там, как правило, не находили. В то же время руководители российских парков, переживавших не самые лучшие времена, были лишены информации о новинках техники,



### ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**АГИ РЕДЕРСЕН**  
Главный редактор  
журнала *Kirmes and Park  
Revue/Gemi Verlag GmbH*,  
Германия

«Будучи связанной с РАППА, на протяжении многих лет я лично наблюдала за ростом и развитием этой, на данный момент уже международной, значимой и уважаемой выставки.»

Развиваясь из небольшого, но милого предприятия, работая первоначально преимущественно на русскоговорящий рынок, в настоящее время РАППА ЭКСПО стала международной выставкой, которая работает для крупных тематических парков, производителей и поставщиков со всего мира.

Четырнадцатая выставка в прошлом году была превосходна, пятнадцатая - будет ещё лучше!»

технологиях и современных тенденциях индустрии развлечений. Зарубежные компании также практически ничего не знали о рынке аттракционов в России и о возможностях российских предприятий индустрии развлечений.

Таким образом, сложилась ситуация, когда до конца 90-х годов на территории всего постсоветского пространства не существовало ни одной выставки, которая была бы площадкой для развития индустрии развлечений, где могли бы встретиться отечественные и иностранные специалисты.

В 1992 году на открытии немецкой выставки аттракционов в Дюссельдорфе, которую посетила российская делегация в составе представителей Министерства культуры РФ и генерального директора компании «МИР» В.А. Гнездилова, произошел случай достойный внимания.

В своей речи, Канцлер Германии Гельмут Коль, открывавший выставку, сказал: «Дорогие друзья, собираясь к Вам, мои коллеги и оппоненты заявили, что вместо того, чтобы заниматься важными государственными вопросами, я улетел к Вам заниматься «не-серьезными делами». Что ж, каждый мыслит в меру своей испорченности, а также степени ответственности перед народом. Как руководитель государства, я считаю, что в непростых кризисных условиях, которые существуют в нашей стране, мы обязаны создавать условия для культурного досуга граждан».

Идея Всероссийской выставки аттракционов, можно сказать «витала в воздухе».

И в 1999 году Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА) пошла на

## ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ

**РАЛЬФ ОУЭН**

Редактор журнала  
«ParkWorld»,  
Великобритания



*«На протяжении более 10 лет я наблюдаю рост выставки РАППА ЭКСПО, который отражает развитие индустрии развлечений в России и в странах СНГ. На всех мероприятиях, проводимых РАППА, мне всегда оказывали тёплый приём. Поздравляю выставку РАППА ЭКСПО с достижением 15-летнего рубежа! Уверен, что впереди ее ждут долгие годы процветания и успеха!»*





ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**СТИВЕН  
ЧАО**

Проект-менеджер  
компании Shanghai  
Ultrasia Exhibition,  
Китай



*«Как самая большая выставка в сфере развлечений в России и СНГ, РАППА ЭКСПО стала одной из лучших площадок для общения специалистов и получения новых знаний. Я искренне поздравляю РАППА ЭКСПО с 15-летним юбилеем, желаю творческих успехов и с нетерпением жду, каких еще выставка РАППА принесет нам сюрпризов и чудес!»*

смелый шаг и создала первую в России специализированную выставку, посвященную аттракционам, семейному досугу и развлечениям.

Проведение первой выставки под названием «Парки и клубы» было связано со множеством организационных и финансовых трудностей: не было еще четкого понимания, как проводить выставку, какие компании приглашать, как работать с посетителями. Однако, тот факт, что выставка проходила под эгидой Российской ассоциации парков, которая уже в то время вела активную работу по вопросам безопасности аттракционов и развития развлекательной отрасли в нашей стране, позволил собрать на территории павильона 69 Всероссийского выставочного центра (ВВЦ) 53 компании. Самое главное, на выставку пришли

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ

Коллектив компании  
«KCC Entertainment Design»,  
Бельгия



*«На протяжении многих лет мы участвуем в выставке РАППА ЭКСПО в Москве. За эти годы мы стали свидетелями настоящей эволюции выставки, превосходящей развитие рынка развлечений России.*

*С каждым годом выставка РАППА ЭКСПО становится все больше и больше! Мы поздравляем Ассоциацию с этим успехом и желаем идти этим же путём в будущем!»*







специалисты: были подписаны несколько десятков контрактов на изготовление и поставку в парки России аттракционов и другого развлекательного оборудования. Большим достижением стало участие в выставке 11 зарубежных компаний из Голландии, Италии, Швейцарии и Германии. Иностранцы наконец-то смогли оценить возможности и потребности российского рынка развлечений.

Российская выставка аттракционов получила «путевку в жизнь»!

Стоит отметить, что индустрия развлечений в зарубежных странах является высокодоходной, интенсивно развивающейся отраслью промышленности. Так, например, известно, что первое место в мире по объёму выставяемых экспонатов и посещаемости занимают выставки-ярмарки военной техники, второе – компьютерные технологии, третье – индустрия развлечений.

Развитие «РАППА ЭКСПО» тесно связано с развитием самой индустрии развлечений в России. В настоящее время российские предприятия выпускают

## ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ЛЮДМИЛА  
ЛУКЪЯНЕНКО**

Директор МАУ  
«Городской парк»,  
г. Сургут



*«Уважаемые организаторы выставки «РАППА ЭКСПО»! Примите искренние поздравления с 15-летним юбилеем!*

*Вы вносите неоценимый вклад в развитие индустрии развлечения нашей страны. Интерес к выставке и её популярность растут с каждым годом. Международное признание выставки - это итог профессионального менеджмента Ваших сотрудников. Желаем Вам и в дальнейшем расширять границы выставки РАППА ЭКСПО на благо развития индустрии развлечений.*

*Благополучия и процветания Вам и Вашим близким!»*

практически все виды аттракционов - от гигантских колес обозрения до батутов, детских аттракционов, 5D-кинотеатров и т.д.

На фоне роста российской индустрии развлечений, возможности, которые предоставила «РАППА ЭКСПО» разработчикам аттракционов и эксплуатирующим организациям, оказались весьма востребованы.

С каждым годом выставка становилась все более значимым событием в мире развлечений. Этому во



## ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



## НАТАЛИЯ ПАЛМАН

Главный редактор  
журнала «КИР»,  
г. Санкт-Петербург

*«Уважаемые коллеги, организаторы выставки РАППА! Коллектив «Каталога Индустрии Развлечений» сердечно приветствует Вас и поздравляет всех сотрудников выставки РАППА с 15-летним юбилеем. За эти годы между Каталогом и Выставкой сложились и укрепилась партнерские отношения.*

*Приятно осознавать, что на протяжении стольких лет мы сообща занимаемся формированием рынка индустрии развлечений России.*

*В современном мире успеха добивается только тот, кто владеет информацией. У нас с Вами много общих задач, и в их решении мы гармонично дополняем друг друга. Ведь выставка позволяет посетителям не только опираться на сухую статистику цифр, но и зримо, осязаемо ощутить все прелести современных аттракционов. РАППА дает возможность компаниям-участникам демонстрировать лучшие образцы своего развлекательного оборудования и технологий.*

*Мы считаем, что выставка РАППА - надежный инструмент изучения рынка, прекрасное место для маркетинговых исследований и заключения контрактов.*

*Именно поэтому «Каталог Индустрии Развлечений» с удовольствием сотрудничает с вами, являясь главным информационным спонсором выставки.*

*Мы искренне верим в то, что надежность партнеров в бизнесе является гарантией успеха.*

*Дорогие друзья! Желаем вам отличного здоровья, а проекту РАППА дальнейшего развития, роста выставочных площадей и увеличения числа участников и посетителей.*

*Самое главное - желаем неугасающего профессионального интереса к вашему форуму со стороны специалистов индустрии развлечений!»*



многим способствовали энтузиазм и профессионализм организаторов. Нельзя забывать, что за успехом любого мероприятия всегда стоит тяжелый труд его строителей.

Так, через три года число компаний-экспонентов выставки выросло до 122, число стран-участниц составило 15, а количество зарубежных компаний – 34.

Очередным знаковым этапом стала 10-я выставка «РАППА ЭКСПО-2008», которая выросла до 7000 кв.м и собрала 170 компаний-экспонентов и более 4000 посетителей-специалистов из разных стран мира.

Начиная с 2007 года, учитывая спрос со стороны производителей, Российская ассоциация парков в дополнение к весенней выставке стала проводить ежегодную осеннюю выставку «РАППА ЭКСПО Осень», которая также приобрела большую популярность у специалистов.

За 15 лет существенно расширились тематические разделы выставки. Если изначально на ней, главным образом, были представлены аттракционы, то в настоящее время «РАППА ЭКСПО» охватывает практически все современные направления индустрии развлечений: аттракционы, развлекательное оборудование, сопутствующие услуги, организацию праздничных мероприятий, ландшафтное оформление и дизайн, консалтинг развлекательного бизнеса, обучение персонала и многое другое.

Существенная особенность выставок «РАППА ЭКСПО» состоит в том, что в рамках каждой выставки проводится обширная деловая программа: конференции, семинары, бизнес-тренинги, мастер-классы,





круглые столы, выездные мероприятия с посещением предприятий индустрии развлечений - парков, аквапарков, развлекательных центров.

Деловая программа ежегодно собирает порядка 300 специалистов, которые знакомятся с передовой практикой эксплуатации предприятий индустрии развлечений различного профиля, опытом и мнениями ведущих экспертов и специалистов мировой индустрии развлечений.

В разные годы на конференциях и семинарах РАППА выступали: Председатель Госстандарта России Г.П. Воронин, начальник Управления машиностроения Госстандарта В.В. Шильдин, вице-президент компании «Дисней» Грэг Хэйл, президенты и Председатели Совета директоров Всемирной ассоциации парков и аттракционов IAAPA Джон Графф, Алан Балдачи, Джон Коллинз, Чарли Брэй, Роберт Мастерсон, президент компании VITALA GROUP Вольф Виерих и многие другие известные российские и зарубежные специалисты.

На сегодняшний день «РАППА ЭКСПО» стала самой большой тематической выставкой в России, СНГ и Восточной Европе, а также крупнейшей деловой площадкой по обмену опытом и возможностью прямого бизнес-диалога среди профессионалов индустрии развлечений России, стран СНГ и зарубежья.

## ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ

Коллектив  
ОАО «Аттракцион»,  
г. Ейск



*«Мы участвуем в выставках РАППА ЭКСПО с 1999 года, а это уже ни много ни мало 14 лет!»*

*Хочется сказать большое спасибо основателям и всему коллективу выставки за внимание, профессионализм и индивидуальный подход к своим клиентам. Мы очень рады работать с вами, и желаем, чтобы количество участников РАППА ЭКСПО только росло.*

*Всему коллективу РАППА ЭКСПО желаем здоровья, удачи и творческих успехов!»*

## ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ДЖЕРРИ  
РОБИНСОН**

Управляющий партнер  
компании TSI,  
Великобритания



*«Тот факт, что РАППА ЭКСПО просуществовала уже 15 лет, постоянно растёт по количеству и разнообразию участников, а также по числу посетителей, является отражением её важности, и ставит во главу индустрии развлечений России. Сейчас это вторая по величине выставка индустрии развлечений в Европе.*

*Мой первый визит в Москву на выставку РАППА ЭКСПО в 1999 году навсегда запомнится мне чрезвычайно теплым приемом и гостеприимством принимающей стороны.*

*Разумеется, индустрия развлечений за эти годы претерпела существенные изменения. Самым значимым среди них стало увеличение ассортимента оборудования, производимого в России, а также предоставления различных услуг в развлекательной отрасли. Многие российские компании сегодня способны конкурировать на международном рынке.*

*Также увеличилось количество мест для развлечений и отдыха: парки аттракционов, аквапарки, развлекательные центры.*

*По такому важному вопросу как безопасность, РАППА взяла на себя ведущую роль, объединив специалистов со всего мира для создания Международного Стандарта (ISO) по безопасности аттракционов.*

*Будущее российских парков сегодня зависит от постоянных инноваций в развлекательной индустрии, расширения видов услуг, внедрения новейших технологий и современной продукции.*

*С РАППА это будущее в надёжных руках!»*





15-я юбилейная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование «РАППА ЭКСПО-2013» пройдет на территории нового выставочного павильона 75 ВВЦ. В ней примут участие более 200 компаний-экспонентов из 24 стран мира, в их числе более 60-ти зарубежных производителей.

За 15 лет выставка «РАППА ЭКСПО» стала одним из ведущих мировых выставочных брендов индустрии развлечений, центром, где формируется политика развития развлекательного бизнеса в России.

Являясь примером высокоэффективной модели выставочных коммуникаций, «РАППА ЭКСПО» предоставляет экспонентам универсальные маркетинговые инструменты, которые позволяют им взять на вооружение лучшие мировые достижения и технологии, найти новых партнеров и эффективные решения по развитию бизнеса. Для многих специалистов посещение выставки РАППА давно стало элементом имиджа и профессиональной культуры.

Завоевав серьезный авторитет среди профессионалов, выставка РАППА стала уникальной деловой площадкой, которая не только демонстрирует современное развлекательное оборудование и аттракционы, но и дает возможность оценить направление дальнейшего развития индустрии развлечений России.

*Никита Кузнецов*

## ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ЛАРИСА  
ДМИТРИЕВА**

Директор  
«Парка Чудес»,  
г. Кемерово



*«В 2006 году я случайно стала директором «Парка Чудес» г. Кемерово, и по принципу «если надо - будем работать» впервые попала на конференцию и выставку аттракционной техники «РАППА – 2006». Это был легкий шок Алисы в Стране Чудес: оказывается, так много людей занимается аттракционным бизнесом! Взрослые дяди и тётки обсуждают вопросы размещения в парке аттракционов, торговых точек, проблемы аренды, анализируют выручку, прибыль, спорят по вопросам маркетинга и т.д.*

*За восемь лет, пока мы посещаем выставку РАППА, мы сменили в парке все старые аттракционы (14 штук). Сейчас у нас 28 аттракционов, открыта целая сеть торговых точек, налажено сотрудничество с поставщиками и арендаторами, благоустроена территория (асфальт, клумбы, малые архитектурные формы, новые зеленые зоны). В 2014 году на территории парка (8,5 га) появится новое современное кафе с развлекательной зоной.*

*Вся эта нелегкая работа позволила нашему парку в 2012 году стать лауреатом международной премии «Золотой пони», которая была вручена нам на выставке РАППА ЭКСПО.*

*Посещение выставок РАППА позволяет познакомиться с опытом работы парков страны и привнести что-то интересное в свой парк. Хорошо, что есть на карте мира маленькая точка под названием «РАППА», куда можно стремиться.*

*Стартуйте к следующему 15-летию!»*

www.vector-extreme.ru, www.neposedaplay.ru, www.air-dome.msk.ru

**VECTOR EXTREME**

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ХОЛДИНГ  
«VECTOR-EXTREME» AG

- Многофункциональные батутные комплексы
- Акваоборудование
- Аквапарки
- Многоуровневые игровые лабиринты
- Быстровозводимые конструкции
- производство и оснащение

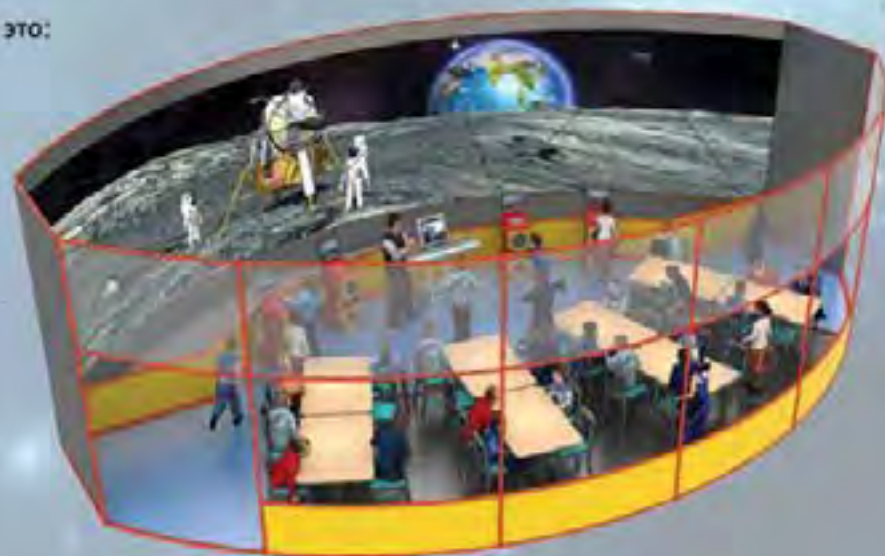
Россия, НО г. Мытищи, Олимпийский проспект, д. 29, стр. 2, БЦ «Форнат», оф. 88-89/2. Тел. +7 (495) 926-0687; info@vector-extreme.ru

## Обучение через развлечение!

Уникальное решение для проведения познавательно-развлекательных интерактивных представлений в игровых зонах, развлекательных комплексах, кинотеатрах, музеях, школах и пр.

Интерактивный комплекс Транс-Форс – это:

- Большой панорамный экран
- Real-time графика
- Система интерактивности (индивидуальные мониторы и пульта управления)
- Электронные тесты, викторины, голосования, общение с виртуальными персонажами, логические задачи
- Большой выбор развлекательных и познавательных программ
- Быстрый возврат инвестиций, обеспечиваемый небольшими размерами (от 30м) и невысокими затратами на обслуживание



В комплексе проводятся:

- Познавательные программы-уроки
- Детские развлекательные программы и дни рождения
- Выпускные вечера для младшей и средней школы
- Программы семейного досуга
- Трансляции спортивных мероприятий

## 5D интерактивный аттракцион Орион

Быстрая окупаемость обеспечила Ориону успех в России, Индии, США, Таиланде, Китае и других странах!



- Индивидуальные джойстики
- Библиотека интерактивных игр на разных языках
- Большой панорамный экран
- Подвижная платформа (углы наклона 20-40°С)
- Высокореалистичная 3D-графика, стереосистема
- Занимаемая площадь 9 кв.м, высота 2,7 м, подключение 220V
- Система онлайн контроля

# Парки Ярославля БЫТЬ ЛУЧШЕ, ЧЕМ ВЧЕРА



**Тарас Буряк**

Директор МУП «Городской парк культуры и отдыха» города Ярославля

Продолжая освещать просторы индустрии развлечений нашей страны, в этом номере мы хотим рассказать о парках Ярославля. Думаю, не найдется человека, который не слышал бы об этом замечательном городе, одной из жемчужин знаменитого «Золотого кольца России».

Безусловно, пока многочисленных гостей Ярославля в первую очередь интересуют исторические памятники, великолепные соборы и другие достопримечательности. Жители города предпочитают отдыхать в более привычных местах, и парки здесь занимают не последнее место, особенно летом. Самым заметным из них можно назвать «Парк на Острове Даманский», который, действительно, расположен на острове. Однако не за горами то время, когда городские парки могут стать обязательным пунктом посещения и туристов, поскольку их ждут большие перемены.

Нам посчастливилось в прошлом году посетить парки Ярославля.

Как и во многих городах России, парки в Ярославле входят в единое учреждение – Муниципальное унитарное предприятие «Городской парк культуры и отдыха».

Часто приходилось наблюдать, что при подобной организационной структуре выделяется только один парк (как правило, центральный), куда вкладывается большинство ресурсов. В итоге, он становится основным экономическим якорем для всей организации, остальные же парки фактически носят затратный характер. Такая ситуация до недавнего времени была и в Ярославле, но новая администрация увидела, что это не совсем «здоровая» модель управления и решила качественно изменить работу городских парков.

Индустрия развлечений не стоит на месте, а находится в состоянии постоянного развития. Иногда нам кажется, что мы уже всего достигли, а через некоторое время замечаем, что остались позади. Пример парков Ярославля говорит о том, что нужно постоянно двигаться вперед, и быть сегодня лучше, чем вчера.

О том, в каком направлении будут развиваться парки Ярославля, что в них изменится, и, - самое интересное – что изменилось уже сейчас, нам рассказал директор МУП «Городской парк культуры и отдыха» города Ярославля» Тарас Евгеньевич Буряк.



## От креативных идей до сказочной реальности

*Тарас Евгеньевич, насколько нам известно, до недавнего времени парки в Ярославле существовали по принципу «Лишь бы нас не трогали». В конце прошлого года ситуация изменилась: администрация повернулась к паркам лицом и поставила определенные задачи по их улучшению. Какие же изменения ждут парки Ярославля?*

Нельзя сказать, что парки в Ярославле находились в плачевном состоянии, скорее они были в некотором запустении. Со стороны казалось, что жизнь в парках есть, но она оставляла желать лучшего и требовала перемен. Новый мэр города Евгений Робертович Урлашов поставил целью благоустройство парков, зон отдыха и зеленых территорий города.

На 2013-2014 гг. запланирована реконструкция шести парков, которые находятся в структуре МУП «Городской парк культуры и отдыха». Реконструкция будет осуществляться за счет частных инвесторов, готовых вкладывать деньги на достаточно долгий период.

Уже в этом году будет обновлен Центральный парк на Даманском острове. В нем будут установлены новые аттракционы, налажено освещение, появится звуковое сопровождение, отремонтированы дорожки, посажены новые деревья, введена билетно-турникетная система и система видеонаблюдения.

Вторым обновится «Парк 30-летия Победы».

Туда уже поставляют новые аттракционы: 5D-кинотеатр, цепочную карусель и автодром.

В парках Дзержинского и Ленинского районов города, помимо аттракционов, предполагается ввести зону спорта: установить спортивные площадки с тренажерами, а также площадки для игры в футбол.

У каждого парка будет своя определенная изюминка: «Парк фонтанов», «Парк советского мультфильма» и т.д.

В «Парке фонтанов», открытом к 1000-летию Ярославля, испокон веку существовала фонтанная группа, которая соединяет две аллеи, и вот уже несколько лет не работает. Мы сейчас ведем переговоры о том, чтобы вновь запустить подачу воды, чтобы фонтан вновь заработал. В парке уже проложили дорожки, поставили урны, лавочки.

Все эти и другие улучшения позволят сделать парки Ярославля более посещаемыми.

*В некоторых городах наблюдается тенденция, что парк должен быть исключительно местом для прогулок и отдыха. Какая концепция ждет парки Ярославля и будет ли в них место развлечениям?*

Я бы не был столь категоричен. В большинстве парков до сих пор продолжают эксплуатировать аттракционы. Практически в любом парке есть зона развлечений, где работают батуты, детские качели и т.д. Если полностью отказаться от аттракционов, то парк лишится половины посетителей, поскольку, когда Вы гуляете с детьми, их надо чем-то занять. Мы сейчас структурируем парки таким образом, чтобы разделять зону аттракционов и зоны для прогулок и тихого отдыха.

*В свете предстоящих изменений, как на Ваш взгляд изменится «портрет посетителя» парков?*

В каждом парке мы видим своего посетителя. До этого парки были ориентированы, главным образом, на детей, и основным развлечением были детские аттракционы. Сейчас мы хотим подтянуть в парки молодежь, поэтому планируем установить семейные аттракционы, на которых смогут кататься люди разного возраста.

Также отмечу, что раньше в парках Ярославля не разрешалось кататься на велосипедах, роликах и, в целом, мало внимания уделялось спорту. Таким образом, отсеклась определенная группа посетителей, которая предпочитает здоровый образ жизни и активный отдых. В связи с этим, в ряде парков мы создадим необходимые условия для занятий спортом и активным времяпровождением. Это важно еще и потому, что значительная



группа наших посетителей – школьники и студенты, которым часто просто негде заниматься физкультурой, поскольку не каждая школа обладает своей площадкой.

Что касается аттракционов, то последние крупные аттракционы в парки Ярославля покупались в 1999 году. Жители города уже не один раз успели на них прокатиться и, неудивительно, что со временем утратили к ним интерес. Наша задача этих людей вернуть.

При выборе развлекательного оборудования, помимо обязательного критерия безопасности, мы отталкиваемся от того, что аттракцион должен эффектно выглядеть внешне. Если, допустим, сравнивать итальянский и российский автодромы, то по цене отечественные производители, конечно, привлекательнее, но по качеству исполнения они немного не дотягивают. Посетителей привлекает вид аттракциона, и уже только потом его действие. В тоже время, часто бывает, что аттракцион может быть очень интересным по ощущениям, но довольно уныло выглядеть снаружи.

Однако не следует забывать, что люди приходят в парк не только покататься на аттракционах, но и отдохнуть, пообщаться, полюбоваться природой, посетить кафе.

Мы планируем развивать систему общественного питания в парках. Пока мы наращиваем силы в этом направлении, но любой ресторан, который будет функционировать в летний период, должен быть соответствующе стилизован и вписываться в концепцию конкретного парка. К примеру, если мы говорим про «Парк фонтанов» и «Остров Даманский», то, следовательно, здесь будет присутствовать морская тематика и соответствующая кухня. Кафе будут стилизованы под русскую морскую тему. Мы отказались от системы брендинга, когда известные марки (к примеру, «Пепси» или «Кока-Кола») дают собственные шатры, а мы в них организуем общепит. Это было популярно в 90-х, сейчас же мы стремимся создать особую атмосферу в каждом парке.

#### *Как парки будут работать зимой?*

Эта первая зима, когда я принял дела, и мы достаточно неплохо ее отработали – увеличили выручку и

снизили затраты на эксплуатацию. На будущий зимний сезон мы собираемся установить новые ледяные горки, катки, другие зимние развлечения. Конечно, самый эффективный способ привлечь посетителей в холодное время в парк – это организация праздников и развлекательных программ. За новогодние каникулы мы провели много мероприятий, каждое из которых посетило не менее 200-300 человек, цифры небольшие, но без мероприятий не было бы и их.

Мероприятия и праздники – важная составляющая успешной работы парка. С прошлого года мы ввели должность арт-директора – человека, который занимается подготовкой мероприятий, контактирует с артистами и учреждениями культуры. Очень важно иметь своего организатора, поскольку парки работают ежедневно, и возникает много рабочих вопросов.

На год мы составили план мероприятий, с учетом того, чтобы задействовать все парки. Раньше подавляющее большинство развлекательных программ проходили в Парке на Острове Даманский, как центральной площадке. Сейчас мы уверены в том, что и в других парках нужно проводить мероприятия, чтобы и туда стали приходить люди.

Также мы ведем несколько благотворительных акций, и один рубль с каждого билета перечисляем в благотворительный фонд.

Одна из последних акций – «Старость в радость», которую мы провели при поддержке местных волонтеров: мы дарили подарки людям пожилого возраста, находящимся в домах инвалидов и в домах престарелых.

#### *Произойдут ли какие-то изменения в работе с персоналом?*

Команда сейчас обновляется, поскольку мы полностью пересматриваем деятельность парков.

Мы уже ввели дизайнерский отдел: нашли прекрасных специалистов, закупили новое оборудование. Дизайнеры находятся в штате, получают заработную плату, что в разы выгоднее, чем нанимать подрядную организацию. Плюс – они обеспечивают поддержку всех наших мероприятий: создают макеты плакатов, растяжек и всего прочего.

*Парк на Острове Даманский*





Летом у нас откроется новая мастерская технической службы. Поскольку парков и аттракционов много, а штат механиков и электриков большой, для них нужно создать комфортные условия работы.

С операторами сейчас наблюдается большая «течучка», но, думаю, к началу сезона мы эту проблему решим. Мы планируем пересмотреть систему оплаты труда операторов, потому что та зарплата, которую они получали, не способствует тому, чтобы они оставались в парке. Когда, при зарплате семь тысяч рублей, мимо тебя проезжают поезда, которые за один заезд приносят по 4-5 тысяч, это заставляет человека задуматься о том, чтобы несколько заездов все-таки опустить себе в карман. Мы с этим жестко боремся. С этого года в парках будет введена турникетная система электронного считывания билетов.

*Нам известны цифры, что при населении 600 тысяч человек парк посещало порядка 700 тысяч человек в год. Как Вы считаете, будет ли эта цифра расти?*

Я уверен, что она вырастет, потому что будут новые аттракционы, новые услуги, новые условия для отдыха. Только за новогодние праздники в этом году парки посетили 9 тысяч человек. Также не стоит забывать, что к нам приезжает миллион туристов в год. Раньше им можно было показать только «парк советского периода» со старыми аттракционами и знаменитое место, где снимался фильм «Большая перемена», – больше их ничего не могло заинтересовать. Те качественные изменения, которые произойдут в парках Ярославля, дают нам основание рассчитывать, что уже в этом году количество посетителей значительно увеличится.

*На Ваш взгляд, от чего зависит успех парка, чтобы он был востребован и посещаем?*

Здесь многое зависит от креативности людей. Эта работа в постоянном движении. Некоторые считают, что директор должен сидеть на месте, никуда не ходить и заниматься только, так называемым, развитием. Но как он может что-то развивать, если он не видит, как вокруг него устроен современный мир развлечений. У нас много рабочих поездок по России, Европе, Азии, где мы стараемся знакомиться с зарубежным опытом, брать оттуда лучшее, совершенствовать и привносить в наши парки.



**ЮГИС**  
 ООО «ЮГИС»  
 350059, г. Краснодар  
 ул. Уральская, д. 126, оф. 14  
 тел.: +7 988 242 98 70, +7 905 401 52 98  
 тел./факс: +7 861 2000 493  
 www.yugis.su, info@yugis.su

**Стабильный бизнес  
 с надежным оборудованием**



# «Game City» – качество, проверенное Временем

*Виталий Елиференко  
Управляющий партнер ГК «Game City»*

## Дорогие друзья!

Мы рады сообщить Вам, что 2013 год юбилейный не только для выставки РАППА. Свою первую круглую дату отметит и группа компаний «Game City», которой в марте 2013 года исполняется 10 лет.

Десять лет немалый срок для такой столь молодой отрасли, как индустрия развлечений России.

Прокомментировать это знаменательное событие мы попросили управляющего партнера ГК «Game City» Виталия Елиференко:

Десятилетие компании - действительно очень значимая дата для нас.

Стабильность нашего бизнеса и качество предоставляемых услуг, теперь в первую очередь проверены временем, ведь за десять лет мы проделали сложный путь от небольшого частного предприятия отдельного региона до федеральной группы компаний, ведущей свой бизнес на всей территории РФ.

А также нельзя не сказать о наших клиентах, для которых и вместе с которыми мы все эти годы трудимся на благо развития индустрии развлечений.

Ведь только благодаря им, наши услуги и сервисы стали простыми и понятными, а перечень оборудования в прайс-листах стал формироваться, исходя из его рентабельности, а не принадлежности к бренду или его новизне.

За годы работы, в компании выделены основные направления деятельности, такие как:

- продажа развлекательного оборудования
- аренда развлекательного оборудования
- трейд ин (обмен развлекательного оборудования)
- лизинг
- открытие развлекательных центров «под ключ»
- автоматизация развлекательных центров на базе ПК «Game Keeper»
- продажа комплектующих и расходных материалов

Мы смело можем называть себя компанией полного цикла, ведь наши клиенты получают весь спектр услуг, начиная от проекта и бизнес плана, заканчивая открытием развлекательного центра с последующей поддержкой на всех этапах работы.

Наши дела говорят сами за себя.

Наша цель заключается в том, чтобы в сотрудничестве с нашими партнерами и объединении общих усилий помочь индустрии развлечений приносить, как можно больше радости и веселья окружающему миру.

Также, хочу отметить то, что в течение всего этого времени, в периоды взлетов и падений, в позитивные моменты и не очень, мы всегда предлагаем нашим клиентам выгодное, удобное и честное сотрудничество.

Работать с нами — легко и понятно.

А главное правило нашей компании, звучит так:

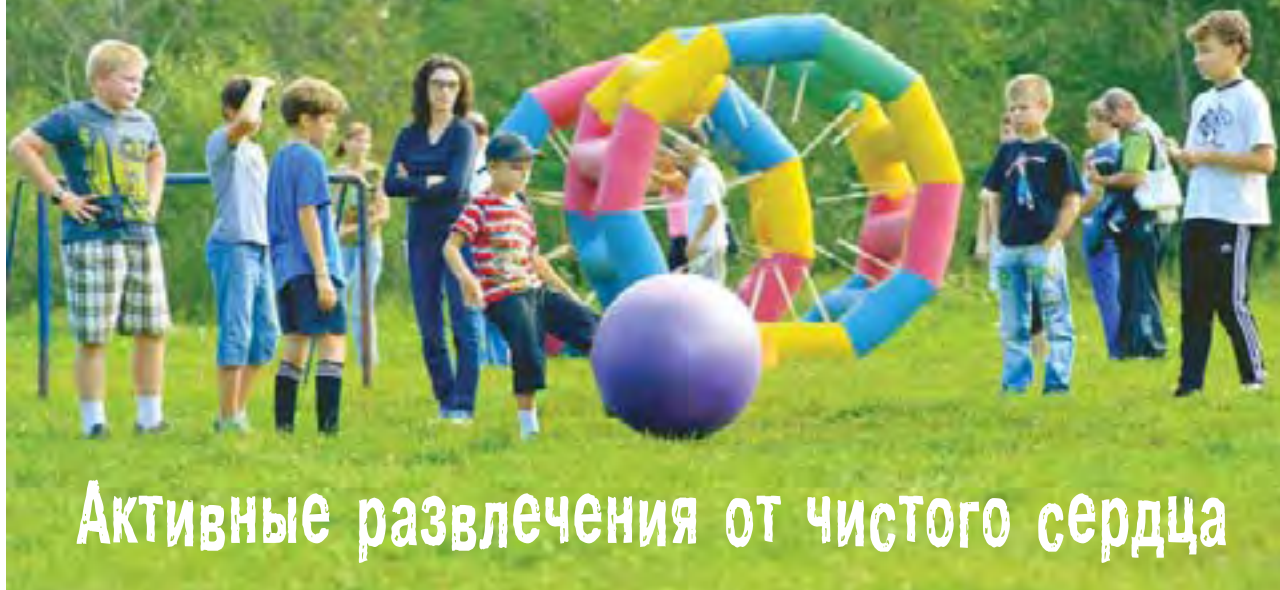
Хорошее настроение Ваших клиентов — это наша работа!

**ВСЕ ВИДЫ  
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО  
ОБОРУДОВАНИЯ**

**ПРОДАЖА АРЕНДА СЕРВИС**



# ПАРК «ЗАБАВА»



## Активные развлечения от чистого сердца

«От работы нужно получать удовольствие» – этот лозунг, как нельзя лучше, подходит для индустрии развлечений. Конечно, парк или развлекательный центр – это бизнес, но без личного вклада людей, которые в нем работают, мало шансов достигнуть желаемого результата. Возможно, кто-то сочтет преувеличением, но, на наш взгляд, индустрия развлечений та сфера, где профессия выбирает человека, а не наоборот. И в этом, к счастью, часто приходится убеждаться, общаясь с руководителями предприятий и людьми, которые только собираются делать шаги в развлекательной сфере. Энергия и блеск в глазах, с которыми они рассказывают о своей работе, восхищают и вызывают уважение.

Да простят нас читатели за это лирическое отступление, но оно отнюдь не случайно, а предваряет рассказ об одном парке Ярославля, который вызвал у нас такие эмоции.

Знакомьтесь, Парк активного и семейного отдыха «Забава».

### Бизнес начинается с увлечения

Каждый парк имеет свою историю, и у «Забавы» она не менее интересная. Когда-то это был просто лесной массив в 15 км от Ярославля, куда люди зимой приезжали кататься с горок, но со временем он превратился в очень популярное место отдыха.

Парк, действительно, начался с ледяной горки: группа энтузиастов, занимающаяся туризмом, «проложила сюда тропу» для того, чтобы катать на санях друзей и знакомых. Вскоре появились и другие желающие. Так зародился небольшой зимний бизнес в лесу в пригороде Ярославля. Был период, когда начинающих предпринимателей «погоняли» с горки на горку, но это не помешало им оценить перспективы этого места отдыха и подать заявку на аренду территории под парк. Парадоксально, но ответ пришел только через три года. Так и напрашивается сказать: «Такое бывает только у нас!» Затем был выигран конкурс на аренду земли, и в 2006 году появился первый частный парк в Ярославле под брендом «Забава».

«Забава» - парк активного и семейного отдыха. Парки подобного формата, как правило, специализируются на всевозможных подвижных играх, соревнованиях с использованием аттракционов, где посетители могут продемонстрировать свою ловкость, силу и логическое мышление. В отличие от других местных парков «активного» формата, где упор сделан на спорт, «Забава» ориентиру-

ются больше на семейный отдых и развлечения. Поэтому, и аудитория у парка особенная.

Посетителей парка условно можно разделить на три категории:

1. Частные клиенты, как правило, семьи и жители Ярославля.
2. Корпоративные клиенты – организации.
3. Школьники, для которых в парке разработано много досуговых программ.

Аудитория «Забавы» равномерно распределяется по сезону: летом в парке проходит больше корпоративных мероприятий, в зимний период активизируются семьи с детьми. Правда за последний год эти показатели почти сравнялись.

### Клиент всегда прав

Для парков активного отдыха корпоративные мероприятия являются важным направлением работы и значимым источником дохода, особенно если он, как «Забава», расположен в удалении от городского или районного центра.

«Забава» быстро стала популярной площадкой для проведения корпоративных мероприятий, сегодня она востребована не только местными компаниями и жителями Ярославля, но и посетителями из других регионов.



Корпоративы в «Забаве» проходят в виде различных сюжетно-ролевых игр: от потешных и смешных до серьезных, психологических соревнований. Многие программы посвящены командообразованию, где без слаженной работы коллектива пройти испытания практически невозможно. Тимбилдинг прочно вошел в индустрию развлечений и успешно реализуется в парке «Забавы».

Иногда мероприятия проходят несколько дней: участники, как настоящие туристы, живут в палатках, питаются походной едой и вкушают все прелести жизни в «диких условиях». Парк способен обеспечить туристическим снаряжением до 300 человек.

При проведении соревнований часто используются аттракционы: надувные полосы препятствий, зорб, тир и другое развлекательное оборудование. Одно из самых популярных развлечений – веревочный город, который постоянно совершенствуется и расширяется. Сейчас он состоит из 10 этапов разной сложности и экстремальности.

Лично нас больше всего в «Забаве» впечатлила пейнтбольная площадка. Директор парка скромно заметил, что «еще пару лет назад она выглядела куда лучше», но, на наш взгляд, она и сейчас не менее эффективна. Отсутствие близости города создает реальную атмосферу заброшенности и отчужденности, которая значительно улучшает ощущение игры. По рельефу – это одна из лучших пейнтбольных площадок в регионе. Оборудование для нее собиралось годами: было обьежано несколько военных баз и заброшенных лагерей. Сегодня здесь можно увидеть много раритетной авто и мототехники, не менее интересно смотрятся оригинальные декоративные элементы. Площадка универсальна, и посетители могут выбирать: испытать максимальные ощущения от игры в пейнтбол или взять более щадящий вариант в виде лазертага.

Минигольф – игра, которую можно встретить далеко не в каждом российском парке. В «Забаве» этим развлечением можно заниматься как на открытом воздухе, так и в помещении. Кроме игры, посетители могут по-

участвовать в интересном тренинге с использованием минигольфа – оригинальной мотивационной программе для сотрудников компаний в целях повышения коллективного взаимодействия.

Корпоративные мероприятия сопровождаются яркими шоу-программами с участием артистов. В парке есть своя группа аниматоров, которые организуют праздники и мероприятия для посетителей парка.

## У леса на опушке

Если для многих парков зима – это мертвый сезон, то для «Забавы» – самый разгар работы. За зиму парк посещают в среднем 8-10 тыс. человек.

Не случайно парк начался с горки – это развлечение по-прежнему одно из самых популярных и востребованных в «Забаве», и главная его «фишка». Четыре ледяные горки, разные по высоте, длине (от 100 до 150 м) и числу виражей, способны подарить бурю эмоций как детям, так и взрослым. «Чертова горка» – самая крутая и популярная у молодежи, на «Детской горке» можно прокатиться на одноместных ватрушках, так называемая, «Дальняя горка» отличается своей протяженностью и завораживающим поворотом у подножья, «Семейная горка» для тех, кто предпочитает воздержаться от экстремальных ощущений. Катание проходит на 5-местных и одноместных пневмосанях.



Любители прокатиться с ветерком могут также воспользоваться поездкой на пневмосанях за бураном или, лавируя по неожиданным поворотам, прокатиться на квадроцикле. Ощутить всю красоту местной природы можно на лыжной трассе, проложенной по живописным местам парка и прилегающего леса. Не менее популярен и каток, который заливается в зимнее время на месте футбольного поля.

Для расширения ассортимента летних развлечений в прошлом году в «Забаве» установили миниаквапарк. Этот аттракцион сразу завоевал популярность у жителей Ярославля, поскольку ничего подобного в городе нет.

Парк часто служит местом проведения спортивных соревнований. Думаю, многие вспомнят школьные турслеты и «День здоровья», которые сегодня часто проходят в «Забаве». Парк активно сотрудничает с Департаментом молодежи и Комитетом по физкультуре и спорту Ярославля. Для школьников организуются эстафеты, катание на горках, чаепития.

### Корпоративная семья

При работе с посетителями очень важно общение, и в «Забаве» сформировалась команда, которая готова предоставлять качественный сервис и создавать теплую душевную атмосферу в парке. По каждому направлению есть руководитель, который с ответственностью и любовью относится к своему делу. Это мы наблюдали и в канатном городе, где есть свой идейный вдохновитель и настоящий изобретатель, постоянно улучшающий этот аттракцион; и в тире, где посетителям всегда помогут, как правильно держать лук или арбалет; не говоря уже о неунывающем директоре парка Павле Молвинских, который постоянно придумывает для посетителей «Забавы» новые способы развлечений и отдыха.

Конечно, не будем лукавить, в парке есть что улучшать и куда развиваться. Не хватает большого кафе, требует благоустройства территория, как минимум, необходима качественная подъездная дорога.

Чтобы идти вперед, нужно постоянно ставить перед собой новые задачи. Сплоченный коллектив «Забавы» доказывает эту истину, вкладывая душу в то дело, которым они занимаются. Трепетное отношение и самоотдача, с которой они стараются сделать парк лучше, безусловно, принесет успех и сделает «Забаву» еще более востребованным местом у любителей активного отдыха, и не только.

*Игорь Родионов*





## ДЕТСКИЕ ИГРОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ ПОД КЛЮЧ



ПРОИЗВОДСТВО. ПРОДАЖА. КОМПЛЕКСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

www.playmake.ru    info@playmake.ru    тел: (495) 728-48-93

# Производство аттракционов

## Аттракцион.RU



Аттракцион.Ru ООО ОПТОСИБ  
Телефон: 8(383)-2870981  
[www.Attraction.ru](http://www.Attraction.ru)  
[optosib@attraction.ru](mailto:optosib@attraction.ru)



Каталоги, цены и новинки аттракционов на сайте [Аттракцион.Ru](http://Аттракцион.Ru)



ООО «ТЕХКОНСУЛ»

105484, г. Москва, Сиреневый б-р,  
д. 62А, стр. 6

Тел.: (495)737-96-01, 222-21-10

E-mail: [tehconsul@mail.ru](mailto:tehconsul@mail.ru)

[www.teh-consul.ru](http://www.teh-consul.ru)

Компания "ТЕХКОНСУЛ" производит и продает мультимедийные боевые, лазерные и пневматические тирры. В интерактивном пневматическом тирре используется сенсорный экран из сверхпрочного белого пластика, который имеет антибликовую поверхность и неограниченный срок службы. Система считывания координат в таких тиррах не имеет аналогов в мире: несколько стрелков ведут

одновременную стрельбу, при этом статистика выстрелов будет для каждого стрелка индивидуальной. Данная продукция выгодно отличается от традиционных тиров своей новизной и сроком службы. Изготавливаемые нами тирры подходят как для тренировок, так и для развлечения, и позволяют нашим клиентам минимизировать затраты на ведение бизнеса, при этом получая ощутимую прибыль.



# ЛОВИ ВОЛНУ!

## Секреты гостеприимства современного развлекательного центра

Роман Храмов

Исполнительный директор ЗАО «Би Би энд Би»

*Внутренняя конкуренция и насыщенность рынка постоянно требуют от индустрии развлечений новых решений. Создатели развлекательных центров объединяют сегодня в одних стенах боулинг-центр и детскую игротеку, уделяют больше внимания оформлению интерьеров и качеству питания, открывают бары и кафе хай-класса с уникальным и модным меню, предусматривая также привлекательное детское меню. Это совершенно не характерно для привычных боулинг-клубов и детских игровых зон. В чем же причины подобных изменений? Анализ сложившейся ситуации позволяет ответить на этот вопрос, а также обозначить перспективы развития индустрии развлечений.*

### Маленьким и взрослым

Боулинг-центры пользуются большой популярностью в нашей стране. В них можно сыграть в увлекательную игру, но в рамках традиционного формата подобных центров не предполагается наличие хорошей кухни и обширного меню. Однако, если раньше бара, предлагающего посетителям напитки и немногочисленные закуски, было достаточно, то теперь играть в боулинг ходят всей семьей, и посвящают этому занятию гораздо больше времени.

Что касается детских развлекательных центров, то, как правило, все они похожи и выглядят следующим образом: маленький лабиринт (хотя его может и не быть), несколько десятков игровых автоматов и практически такое же, как в боулинг-центрах, кафе со скудным меню. Очень часто в детской зоне взрослым попросту нечем себя занять – для многих родителей поход с детьми в игротеку является не самым интересным способом времяпрепровождения. Но выбирать не приходится.

В обоих случаях прослеживаются схожие тенденции: спрос на услуги как боулинг-клубов, так и детских

центров уже удовлетворен, и теперь взыскательным клиентам нужно нечто большее.

Не следует забывать о возросшей конкуренции внутри индустрии: сегодня на рынке предлагается все больше способов проведения досуга, и если интересы клиентов переместятся в другую плоскость, значительно упадут выручки развлекательных центров, наступит стагнация бизнеса.

Ответом на потребности рынка стало появление сначала в США, а затем и в России семейных досуговых комплексов, которые совмещают боулинг и игротеку. Симбиоз детского и взрослого центра оказался универсальной концепцией – подобная модель работает с полной отдачей на все возрастные группы. Кроме того, в последнее время родители предпочитают устраивать детские праздники в развлекательных центрах, а взрослые часто останавливают свой выбор на боулинг-центрах как площадках для проведения встреч с друзьями и корпоративных вечеринок. Но это возможно только при условии, что развлекательный центр готов оказать достойный прием своим гостям.





## Путь к сердцу гостя

За последние десятилетия в России изменился уклад жизни, изменились традиции, связанные с проведением досуга. Люди стали реже ходить в гости, хотя еще пару десятилетий назад сложно было представить семейное торжество без праздничных столов, ломящихся от домашних яств. Этот ритуал сменился семейными походами в ресторан.

Во-первых, такое мероприятие не требует трудозатрат, а по расходам сравнимо с подготовкой праздничного стола. Рестораны и кафе стали доступны для большего числа людей (отметим, что благодаря большому выбору клиенты стали более разборчивыми – они оценивают не только кухню, но также интерьер, атмосферу, качество предоставляемых услуг). Во-вторых, многочисленные рестораны предлагают блюда разных народов мира, которые не всегда можно приготовить в домашних условиях. Таким образом, можно совершить настоящее гастрономическое путешествие – это тоже один из важных факторов, влияющих на привлечение клиентов.

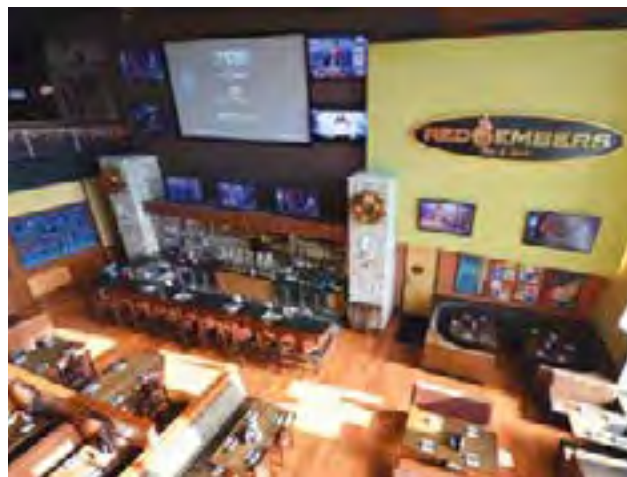
Зона кафе или ресторан с качественно построенной организацией приготовления блюд и процесса обслуживания клиентов должны стать неотъемлемой частью «универсального развлекательного центра». Если клиенты смогут совместить праздничный обед, вечеринку с друзьями или семейную трапезу с развлечениями, они проведут в центре гораздо больше времени. В некоторых развлекательных центрах Америки сегодня процент выручки ресторана составляет 200-300% по отношению к выручке развлекательных зон. В результате, ресторанный бизнес может принести дополнительную прибыль, а также повысить обороты зоны развлечений за счет увеличения времени пребывания клиентов в досуговом комплексе.

Вторая важнейшая составляющая успешного развлекательного центра – это особая атмосфера. Ни хорошая кухня, ни современные игровые автоматы не удержат клиентов, если они не будут чувствовать себя комфортно. Красивые и интересные декорации, домашняя атмосфера служат дополнительным маркетинговым инструментом для привлечения посетителей. Сочетание продуманных планировочных решений, грамотного зонирования и привлекательного дизайна, в основу которых положена тематическая идея центра, формирует ту среду для отдыха, которая, без сомнений, привлечет посетителей, заставляя возвращаться вновь и вновь.

## «Универсальный центр» - новое направление развития развлекательных комплексов

Рассмотрим пример планирования «универсального центра», где и детям и взрослым будет одинаково интересно.

Прежде всего – это совмещение внутри развлекательного комплекса боулинга и детской игровой зоны. Данная модель уже активно работает на рынке, и эффективность работы такого тандема финансово прибыльна. Главное, на что следует обратить внимание, насколько грамотно спланирована та или иная зона развлекательного центра.



Если мы говорим о боулинге, то необходимо понять, удобен ли формат его планировки для корпоративных продаж; отвечает ли установленное оборудование требованиям современного рынка (инновационность и возможность универсального использования в качестве предлагаемой услуги для посетителей).

Если мы говорим о детском развлекательном центре, то нужно обратить внимание на следующие моменты: правильно ли подобраны аппараты зоны редемпшн (из огромного множества, представленного на рынке сегодня), есть ли «якоря-аттракционы» (генераторы выручки продаж всего детского центра). И, конечно же, ни в коем случае нельзя забывать про уютное кафе и дружелюбную атмосферу внутри центра!

Примером «универсального центра» можно назвать один из проектов семейного развлекательного комплекса Uptown Alley Midlothian (на фото), который открылся в штате Вирджиния (США) в 2012 году. Здесь мы видим:

- два зала боулинга, спроектированных согласно концепциям «бутик» и «гибрид»;
- интересное решение зоны бара и ресторана (два уровня);
- игровые аппараты и аттракционы игротеки, которые привлекательны не только для маленьких, но и для взрослых посетителей комплекса; по такому же принци-

пу подобраны призы в призоотеке;

- уютную зону лаунж-холла.

## Лови волну!

Страной-родоначальницей индустрии развлечений в современном ее виде по праву можно считать США. Быстро реагируя на изменения рынка, специалисты в этой сфере разрабатывают новые модели бизнеса. Объединение боулинга и детской игротеки в рамках одного развлекательного центра стало реакцией на возникший спрос. В результате была создана описанная концепция развлекательного центра, которая успешно работает в США.

Подобная концепция «универсального центра» может закладываться в проект как на этапе разработки, так и внедряться позднее. В этом случае разрабатываются решения по переоборудованию действующего боулинг-центра или детской игротеки. Реновация бизнеса – сложный процесс, но он продиктован возросшей рыночной конкуренцией.

Несомненно, вскоре подобный формат, кажущийся сейчас лишь новомодным веянием, укоренится в России. И, как показывает практика, только тот, кто успеет реализовать актуальные бизнес-модели раньше конкурентов, окажется в выигрыше.

**Присоединяйтесь к лидеру индустрии!**

**Brunswick®**

**KidsPlay**

новый подход к организации бизнеса: **индивидуальные решения для каждого клиента**

*более 100 успешно реализованных проектов в России и СНГ*

тел.: +7 (495) 660-13-40,  
**8 800 700-77-68** - Звонок по России бесплатный  
 Адрес офиса: 115280, Москва, ул. Ленинская Слобода, д.19, ЗАО «Би Би энд Би» [www.brunswick.ru](http://www.brunswick.ru) [www.kidsplay.ru](http://www.kidsplay.ru)

# 14<sup>th</sup>

## IAAPI AMUSEMENT EXPO



**INDIAN ASSOCIATION OF  
AMUSEMENT PARKS & INDUSTRIES**

# IAAPI AMUSEMENT EXPO 2014

**5th to 7th February 2014**

Hall 5, Bombay Exhibition Centre, NESCO Compound,  
Goregaon East, Mumbai, INDIA

For more information on space booking,  
visitorship and sponsorship opportunities  
contact IAAPI Secretariat on

[aarti@iaapi.org](mailto:aarti@iaapi.org) / [padma@iaapi.org](mailto:padma@iaapi.org)

Cell : +91 99674 99933 / 98678 29998



# НА ФИНИШЕ СЕЗОНА 2012

## ИТОГИ VI МОСКОВСКОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ОСЕННЕЙ ВЫСТАВКИ «АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ»

### РАППА ЭКСПО ОСЕНЬ – 2012

Уже своеобразной традицией для специалистов индустрии развлечений стало завершать летний сезон на выставке «РАППА ЭКСПО Осень», которая в шестой раз с большим успехом прошла с 24 по 26 октября в павильоне 55 Всероссийского выставочного центра.

Год от года выставка «РАППА ЭКСПО Осень» неуклонно развивается и становится все представительнее.

Возникнув, как «День производителя», где специалисты после окончания летнего сезона своевременно могли подобрать и заказать новое оборудование, за 6 лет осенняя РАППА значительно расширила свои возможности, приобрела популярность, и стала важной деловой площадкой для встречи производителей, поставщиков и экспуатантов развлекательного оборудования.

**В** 2012 году список экспонентов выставки составил более 70 компаний, предлагающих продукцию и услуги в различных сферах индустрии развлечений – от симуляторов и XD-кинотеатров до детских площадок, оборудования для боулинга, билетных систем, аттракционов, услуг по проектированию и благоустройству парков и др.

Среди экспонентов, российские представители таких всемирно известных иностранных

фирм, как Polin (Турция), Antonio Zamperla (Италия), Proludic (Франция) и QubicaAMF (США), а также отечественные производители: Группа компаний «Мир» (Москва), компания «PlaySpace» (Москва), Группа компаний «РИФ» (Ростов-на-Дону), ОАО «Аттракцион» (Ейск), Завод «Воздушный замок» (Санкт-Петербург), компания «Италпарк» (Мытищи), Группа компаний «GameCity» (Белгород) и другие.





Воздушные шары, нарядные надувные конструкции и батуты, сверкающие игровые автоматы, разнообразные виртуальные симуляторы и 5D-аттракционы, представленные на стендах, привлекали внимание посетителей и создавали на выставке атмосферу праздника и приближающегося Нового года.

Стоит отметить, что у многих производителей сложилась традиция на осенних выставках РАППА ЭКСПО апробировать новинки развлекательного оборудования. В 2012 году у посетителей выставки вызвали огромный интерес аттракционы, представленные компаниями КБ «Технологии Кино» и «Робоармия.рф». Первая продемонстрировала авиасимулятор «FLYMotion» и гоночный симулятор «XD-Motion», вторая – руку гигантского робота.

Впервые участвовала в выставке компания «Nettle», выпускающая виртуальные аттракционы нового поколения, позволяющие поверить в реальность увиденного даже при динамичном перемещении игрока. Компания «Dreamsim Trade» представила уникальную капсулу с тремя Full HD экранами. Не остались без внимания специалистов арбалетный тир от стрелкового клуба «Робин Гуд» и сферический кинотеатр, эффектно возведенный и представленный «Обществом Сферического кино» (Москва) на открытой площадке выставки.

Помимо роста количества компаний-участников, очевиден и рост количества посетителей осенней выставки РАППА, среди которых можно встретить



уже не только представителей российских компаний, но и иностранных специалистов.

За три дня выставку посетило более 1500 профессионалов, среди которых: руководители парков, развлекательных центров, ТРЦ, аквапарков, представители администраций городов и регионов, индивидуальные предприниматели и другие заинтересованные лица. По мнению многих экспонентов, на осенних выставках РАППА всегда можно встретить новых клиентов и заказчиков, особенно тех, кто только начинает работать в развлекательном бизнесе.

Посетители отметили не только высокий уровень организации и проведения «РАППА ЭКСПО Осень-2012», но и актуальность деловой программы, прошедшей в рамках выставки.

23 октября состоялся бизнес-тренинг на тему «Операционная эффективность современного развлекательного комплекса: КЛИЕНТ, УСЛУГИ, ПЕРСОНАЛ», который проводили представители компании EntenS Group, уже более 6 лет специализирующейся на оказании услуг по подготовке к запуску и управлению проектами в сфере развлечений. Оригинальные подходы тренеров к раскрытию темы удивили и не оставили равнодушными даже самых опытных профессионалов развлекательного бизнеса. Несмотря на плотный график работы, участники оставались активными и внимательными до самого конца мероприятия, и даже после завершения программы долго не хотели расходиться, продолжая задавать все новые и новые вопросы ведущим.



Тур по РЦ «Космик Белая Дача»



Участники бизнес-тренинга

В дни выставки также прошли круглые столы по актуальным проблемам индустрии развлечений: «Как с помощью новых депозитных и клубных систем лояльности привлечь посетителей в парк и увеличить доход» и «Готовимся к принятию технического регламента «О безопасности аттракционов», а также пользующийся неизменной популярностью у специалистов индустрии развлечений профессиональный информационно-обучающий тур по современным развлекательным центрам Москвы. В этом году это увлекательное мероприятие было посвящено познавательным центрам развлечений

и интерактивным игровым комплексам. В течение дня участников тура приветствовали в своих стенах тематический парк развлечений «Динозаврия», виртуальный развлекательный комплекс «Театр физики Никола Тесла «Телепортация», музей занимательных наук «Экспериментаниум» и эпицентр активного отдыха «Космик Белая Дача». Руководители и топ-менеджеры рассказали о специфике и секретах управления развлекательными центрами, работе с персоналом, об особенностях эксплуатации различных аттракционов и оборудования.

Присутствию на выставке «РАППА ЭКСПО Осень-2012» целевой заинтересованной аудитории способствовало и то обстоятельство, что в эти дни проходили занятия Учебного Центра РАППА по безопасной и эффективной эксплуатации аттракционов (22-27 октября). Получить новые знания и обменяться опытом с коллегами-профессионалами приехали 45 специалистов из 23 городов России и стран СНГ. Кроме традиционных лекций и практических занятий, слушатели смогли посетить выставку «РАППА ЭКСПО Осень-2012», за что выразили большую благодарность организаторам.

Участники мероприятий РАППА в очередной раз представили богатую географическую палитру, приехав со всех концов нашей страны, СНГ и зарубежных стран. Только в деловых мероприятиях, прошедших в рамках выставки, приняли участие более 200 специалистов индустрии развлечений.

По отзывам участников и гостей, осенняя выставка прошла очень успешно. Все три дня шла активная работа на стендах: велись переговоры, заключались контракты, обсуждались вопросы сотрудничества и т.д.

Итоги выставки можно подвести просто: интересно, информативно, насыщенно, полезно для бизнеса!

С каждым годом «РАППА ЭКСПО Осень» берет новую высоту, становясь все более востребованной и масштабной.

*Марина Горбачева*

# FUN MARKET

продажа и  
производство  
аттракционов и  
батутов

(495) 723-13-32

(495) 509-69-23

[www.fun-market.ru](http://www.fun-market.ru)

[www.ftgk.ru](http://www.ftgk.ru)



# Фрестон & Барбиери

PRESTON AND BARBIERI -  
НАДЕЖНЫЙ ПОСТАВЩИК!  
СТЕНД/ФЪ / ПРИБЫЛЬ ЗАКЕ РАППА ЭКСПО-2018



Тел.: +39 0522 925211, факс: +39 0522 920580  
[barbieri@prestonbarbieri.com](mailto:barbieri@prestonbarbieri.com), [www.prestonbarbieri.com](http://www.prestonbarbieri.com)



## СТАНДАРТЫ СЕРВИСА В ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ,

или как немного драйва может помочь в работе с персоналом

*Оксана Лю-Фу*

*Консультант по управлению персоналом  
развлекательных центров*

### Система «Персонал и сервис»

Эффективность функционирования любого бизнеса тесно связана с обслуживанием, а точнее с качеством обслуживания клиентов. Уровень обслуживания во многом зависит от квалификации персонала, его заинтересованности, мотивации, обучаемости, умения осваивать новые технологии, а также от наличия стандартов качественного обслуживания в компании.

Все мы знаем о том, что развлекательная индустрия – это прежде всего продажа услуг, и она сильно отличается от продажи товаров тем, что неотделимо связана с личными качествами человека, который продает данную услугу.

Наличие стандартов помогает двигаться всей команде в одном направлении для достижения целей бизнеса. Стандарты качественного обслуживания являются связующим звеном между клиентами, работниками и собственниками бизнеса.

В сфере обслуживания есть определенные пробелы, и, как правило, всегда найдутся клиенты, посетители, гости, которые будут недовольны тем, как им оказали те или иные услуги. Именно поэтому в сервисных компаниях организация работы с персоналом требует повышенного внимания. Повышение уровня обслуживания клиентов – это долгосрочный вклад в бизнес, основанный на завоевании верности клиентов путем удовлетворения их потребностей.

Первый шаг в построении эффективной системы управления персоналом в развлекательном бизнесе является разработка **стандартов сервиса или стандартов качественного обслуживания.**

Содержание этих стандартов ориентировано на удовлетворение потребностей посетителей – гостей парков, с одной стороны, и стандартизации процедур и каждодневных операций персонала с другой.

Выстраивая систему качественного обслуживания необходимо помнить, что эта система должна пронизывать работу всей компании, включая и тех сотрудников, кто не связан напрямую с оказанием услуг (например, офисных сотрудников). Я бы сказала, что наличие стандартов в

компании дает некие ключи, открывающие дверь в мир счастливого и удовлетворенного посетителя.

Во многих фирмах есть стандарты обслуживания клиентов, но они почему-то не работают, и сервис качественнее не становится. В чем проблема?

Зачастую, стандарты не работают потому, что в них нет духа жизни, эмоций, радости. Мой опыт показывает, что эмоциональная сторона работы с персоналом – это эффективная поддержка выполнения стандартов.

Готовые стандарты обслуживания помогают существенно улучшить выполнение базового функционала при работе с персоналом: **отбор, обучение, мотивацию и контроль.**

В индустрии развлечений работают сервис-сотрудники – люди, которые должны любить оказывать сервис.

Вопрос: где их найти и как их обучить любить оказывать сервис?

Конечно, обучить можно практически всему: если у человека не хватает определенных профессиональных компетенций, то их всегда можно наработать. Однако в развлекательном бизнесе, как сфере обслуживания, важно учитывать не только и не столько профессиональные качества, сколько личностные характеристики человека. Например, можно ли научить такой важной вещи, которой так часто не хватает нашему обслуживающему персоналу, как улыбаться?

Улыбка – это физиологическая способность человека, и если вы не привыкли улыбаться, сами по себе закрытый человек, то чему бы вас ни обучали и чем бы ни мотивировали, вряд ли вы будете улыбаться больше, чем привыкли.

Как же найти этих улыбчивых людей? Один из способов – **кастинг.**

### Отбор, или все говорим «чииз»!

Кастинг проводить довольно сложно и трудозатратно, но во время кастинга приходит понимание того, кто к нам пришел, и готовы ли эти люди работать в нашей компании.



Кастинг – это формат собеседования, где кандидаты, как актеры, пробуют себя в разных ролях и ситуациях. Если кандидат на должность оператора аттракциона не улыбается и становится зажатым при наличии даже небольшой аудитории, скорее всего он будет точно так же себя чувствовать и в парке, наполненном посетителями.

Во время кастинга есть возможность обыгрывать всевозможные ситуации, которые могут возникнуть при общении с посетителями.

Например, в парке есть аттракцион «Американские горки», и пришла группа пожилых людей по 60-70 лет. Задача кандидата сделать так, чтобы они посетили этот аттракцион. Если он вам говорит: «Ну, знаете, в 60 лет вряд ли кто-то пойдет на «Американские горки», то это не наш потенциальный работник, поскольку без желания и умения общаться с людьми в нашей сфере делать нечего.

При отборе важно понять, что Вы принимаете людей, которые действительно хотят работать в Вашем развлекательном центре. Возможно, они еще не до конца понимают, что значит «делать сервис», но, главное, они должны хотеть работать именно у Вас! А также уметь улыбаться, быть стрессоустойчивыми, коммуникабельными и, что крайне важно в развлекательной сфере, – любить детей.

Кастинги очень эффективный способ подбора персонала, но если ими занимаются только HR-специалисты и нет вовлеченности директора парка и

администраторов, то это заведомо провальный отбор. Не нужно приглашать человека, который не понимает, что такое сервис, в сервисную организацию. Это относится не только к персоналу, который непосредственно обслуживает клиентов, но и к руководящему составу, поскольку, если руководитель не исполняет стандарты сервиса, не знает их, то он никогда не сможет донести их до своих сотрудников.

## Обучение, или парк начинается с хорошего настроения!

Второй этап – это обучение.

Заинтересованных людей обучать гораздо легче, чем не заинтересованных.

В процессе обучения операторы изучают, как работать на аттракционах, технику безопасности, правила поведения в той или иной ситуации и т.д., но мы остановимся на обучении стандартам качественного обслуживания.

На этапе обучения ключевое значение имеет тренер – носитель знаний и стандартов сервиса, который должен не только уметь учить, но, что немаловажно, соблюдать их и воодушевлять других. Важно, чтобы все сотрудники поверили в идею **качественного обслуживания** нашего парка.

Основная задача на тренингах зарядить, настроить, донести до сотрудников, что мы должны сделать все

## АТТРАКЦИОНЫ ДЛЯ ПАРКОВ И ЦЕНТРОВ РАЗВЛЕЧЕНИЙ



«КОМПАНИЯ TEMPI ВЛАДИВОСТОК»



Все виды развлекательного оборудования для парков и развлекательных центров, продажа, сервис – Оборудование для водных парков и развлечений на воде

– Для благоустройства парков:

\*Ограждения, урны, ливневки, люки, лавки, скамейки, фонари и световые опоры по индивидуальному дизайну, газонные светильники и фасадное освещение, световое оборудование для рекламы и подсветки объектов, праздничная и новогодняя иллюминация, световые деревья и фигуры, оборудование для подсветки фонтанов и водоемов. \*Осветительное оборудование

– Вендинговое оборудование

\*аппараты по продаже игрушек и фигурок в капсулах

\*наполнители капсул: фигурки-релизы популярных мультфильмов и сказок

– Надувные аттракционы и оборудование, нагнетатели воздуха и вентиляторы

– Оборудование для гостиниц, санаториев, домов отдыха, детских центров

\*уборочный инвентарь, тележки, мини бары, раскладная мебель, мебель для общественных мест, банкетные столы и стулья, тентовые конструкции, зонты, шезлонги.

Китай: моб.: 8 1086 13946036968, 8 1086 18246090825  
тел.: 8 1086 451 87003572, 87003571, факс: 8 1086 451 87003573  
e-mail: yngni-hao@mail.ru

Россия, 690068, г. Владивосток, ул. Кирова 23, офис 209  
тел./факс: (423) 232-13-58, моб.: 8-914-797-40-33, 8-914-978-08-18  
SKYPE: trahun17, e-mail: tempvl@mail.ru  
www.tempvl.ru, www.tempvl-trade.ru

возможное, чтобы посетители ушли из нашего парка счастливыми!

Очень часто мы забываем, что в развлекательном центре, помимо «Американских горок», колеса обозрения и других развлечений, есть еще два важных «аттракциона» – это гардероб и ресторан.

Как театр начинается с вешалки, так и парк начинается с гардероба.

Из опыта мы знаем, кто обычно работает в гардеробе. Как правило, это женщины в возрасте, возможно, чем-то недовольные в жизни, или просто уставшие от шума и потока посетителей. Думаю, Вы легко вспомните, с каким выражением лица Вам ни один раз подавали вещи в гардеробе. К сожалению, такую печальную картину можно наблюдать во многих развлекательных центрах.

Мы эту проблему в свое время решили очень просто – стали ставить в гардероб операторов – молодых людей и девушек, которые не только принимали верхнюю одежду, но при этом делали какие-то фигурки из воздушных шаров, дарили значки, общались с посетителями. Люди уже совсем с другим настроением входили в парк. Они знали, их здесь ждут и любят!

Стандарты сервиса должны распространяться на всех, в том числе и на руководителей подразделений, независимо от того, какую должность они занимают: финансовый директор или главный инженер. Естественно, не нужно заставлять финансового специалиста улыбаться всем подряд, но он должен разделять те принципы и те стандарты, которые существуют в компании. Не должно быть двойных стандартов: если мы будем обучать операторов одному, а офис будет демонстрировать совсем другое, то вряд ли мы добьемся эффективной работы.

## Принципы сервиса, или больше зрелищности и эффективности!

Принципы сервиса, или ключи, намного лучше запоминаются персоналом, если это проходит в разыгрывании каких-то ситуаций. Здесь важно помнить, что у каждого человека есть свои представления о тех или иных вещах и недостаточно просто ознакомить персонал с принципами.

Например, один из известных принципов сервиса – **зрелищность**. Спрашивается, каким образом зрелищ-

ность относится к оператору аттракциона? Зрелищность – задача скорее архитекторов и маркетологов.

Давайте рассмотрим этот принцип применительно к такому стандарту сервиса, как **внешний вид**.

Как правило, данный стандарт состоит из рекомендаций во что должен быть одет персонал, какую иметь стрижку и т.д. Девушкам-операторам, допустим, полагается быть с собранными волосами, с короткими ногтями, в обуви на низкой подошве. Конечно, при таком наборе никакой зрелищности нет. Начинаем рассуждать, почему?

Большинство, как правило, ответят, что длинные волосы у девушки – это зрелищно. Но, если мы будем рассуждать логически, то выясняется, что это зрелищно только в том случае, если девушка пришла на дискотеку или в гости. Если же с распущенными волосами она будет стоять восемь часов на аттракционе, и каждый ребенок, которому потребовалась помощь при посадке, схватит и потянет ее за волосы, или если волосы вдруг попадут в механизм аттракциона, то это будет совсем не зрелищно и не безопасно.

Другой важный принцип сервиса – **эффективность**.

Допустим, если встает вопрос: эффективно ли ходить на работу на высоких каблуках? Конечно, возможно это зрелищно, но к концу рабочего дня уставшая женщина будет выглядеть совсем не зрелищно. Кроме того, это еще и не эффективно, потому что когда она устанет – она будет думать о том, что ей неудобно, и посетители ее будут интересоваться в последнюю очередь.

Внедряя на занятиях эти принципы с помощью таких простых примеров, будущие сотрудники лучше понимают, для чего нужны стандарты сервиса и как их использовать. А значит, стандарты будут живым знанием.

## Контроль, или один за всех и все за одного!

Контроль – это одна из задач менеджмента. Например, если в парке за работу операторов отвечают администраторы, то их ежедневная задача контролировать работу: ходить по залу, смотреть, чтобы все стандарты выполнялись, чтобы все улыбались, качественно обслуживали и т.д.

Что делать, если на этапе внедрения стандартов или после обучения персонала администратор зафиксировал нарушение? Сразу наказывать работника? Из моей прак-



Замена игровых жетонов на пластиковые карты

Автоматическое управление ценой игры  
в зависимости от времени суток, дня недели,  
сезона, вида автомата, лояльности гостя

Контроль доступа на аттракционы,  
повременная тарификация, абонементы

Гибкая система лояльности

Анализ загруженности  
автоматов

Автоматизация магазина призов

Комплексная автоматизация  
семейных развлекательных центров

[www.game-keeper.com](http://www.game-keeper.com)

Взрослое решение  
для детских развлекательных центров!



Система автоматизации  
игровых развлекательных  
центров

тики, – это не работает. Задача администратора – разговаривать с обслуживающим персоналом, объяснять ошибки, воспитывать привычки качественного обслуживания.

Поскольку мы работаем с молодыми людьми, то необходимо постоянно сравнивать результаты работы персонала с установленными стандартами, и при выявлении каких-либо проблем и недочетов, проводить соответствующие корректировки.

Корректировка применима к персоналу при условии, если сотрудник ошибся один раз. Все мы люди, и у каждого из нас могут быть какие-то проблемы, поэтому нужно с человеком разговаривать. Но если сотрудник совершает системные нарушения, то необходимо принять соответствующие меры. Нельзя позволять одному человеку портить работу всего коллектива. Необходимо сохранять командный дух, напоминать сотрудникам на ежедневных утренних собраниях, что все Мы делаем одно общее дело.

Как я говорила выше, стандарты качественного обслуживания распространяются на весь обслуживающий персонал и на всю территории парка. Оператор не должен считать, что он стоит на определенном аттракционе и отвечает только за него, а все остальное, что происходит вокруг, его не касается.

Какие бы положительные эмоции не получил посетитель на аттракционе, если, допустим, в туалете вдруг не окажется туалетной бумаги, то он будет вспоминать в первую очередь именно это. Негативные впечатления всегда вытесняют позитивные, и, кроме того, о негативном событии человек охотнее расскажет другим.

## Мотивация, или как важно доброе слово!

Есть известное выражение Аль Капоне: *«Доброе слово и пистолет могут больше, чем просто доброе слово»*. К сожалению, это «правило» имеет право на жизнь, поскольку если есть стандарты, то человек должен понимать, что он обязан их выполнять. Если он их не выполняет, то, кроме доброго слова, есть еще и «пистолет». Однако мы не будем сейчас говорить о наказании, а остановимся на более позитивном моменте – поощрении.

За время работы директором по персоналу в развлекательной сфере, я видела много студентов, и когда мне говорят, что молодые люди сейчас несерьезные, сложное поколение и т.д., то я с этим не согласна. Я считаю, что они другие!

Современные молодые люди безумно интересны: они креативно мыслят, способны предлагать оригинальные идеи, и если мы, руководство, вступаем с ними в диалог, то от этого выигрывают все.

Мы проводили опросы операторов, что их мотивирует и влияет на их желание работать. 80 % ответили, что они приходят на работу потому, что получают удовольствие от общения с коллегами и гостями парка. Для молодежи важно быть в коллективе, поэтому необходимо обязательно вводить совместные рабочие мероприятия.

Например, мы каждый день перед открытием парка проводили мини-дискотеки. Сначала в этом участвовали только аниматоры, но потом мы поняли: чтобы все заражались коллективным драйвом, нужно вовлекать и операторов, и супервайзеров. Сначала эта «акция» вызвала скептический вопрос: зачем? Но, в итоге, каждое утреннее собрание у нас заканчивалось мини-дискотекой, в которой участвовал весь обслуживающий персонал. Такие танцевальные пятиминутки позволяли персоналу в хорошем настроении расходиться на свои рабочие места.

Конечно, если в таких мероприятиях не будет участвовать администратор, то не стоит вообще это внедрять, поскольку тогда операторы будут думать, что вы их просто заставили. Лично я танцевала на открытии всех парков и не считаю это неподобающим поведением. Я могу себе позволить потанцевать с аниматорами и операторами, при этом оставаясь директором по персоналу.

Такие вещи важно и нужно совмещать! Нашему бизнесу часто не хватает некой эмоциональности. Работа с персоналом строится слишком сухо, и многие руководители, как правило, только считают деньги, а сотрудников воспринимают как «аппарат» для их зарабатывания.

Понятно, что целью бизнеса является извлечение прибыли, мы не создаем парк для того, чтобы просто повеселиться. Но парк может приносить гораздо больше прибыли, если в работу с персоналом вложено чуть-чуть души, чуть-чуть эмоций и чуть-чуть любви!



# FACTO EDIZIONI

Our publications are the right choice for you



BOOKS



## I WISH TO BUY A COPY OF:

- |   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Parchi ricreativi nel mondo - es. 1-4  | <input type="checkbox"/> Progettare un parco               | <input type="checkbox"/> Planning FEC *    | <input type="checkbox"/> Carts & Kiosks **             |
| <input type="checkbox"/> vol. 2 <input type="checkbox"/> vol. 3 <input type="checkbox"/> vol. 4 <input type="checkbox"/> vol. 5 | <input type="checkbox"/> Il personale nel Parco Acquatico  | <input type="checkbox"/> Pool Snooker      | <input type="checkbox"/> Human Safety *                |
| <input type="checkbox"/> Leisure Parks - es. 1-4  | <input type="checkbox"/> Cavalli in gasteria               | <input type="checkbox"/> Pisci Automatici  | <input type="checkbox"/> Signs/Insegne **              |
| <input type="checkbox"/> vol. 2002 <input type="checkbox"/> vol. 2003 <input type="checkbox"/> vol. 2004                        | <input type="checkbox"/> I cavalli da consulenza - minglio | <input type="checkbox"/> Il Centro Bowling | <input type="checkbox"/> Laser Tag - Tomcatro **       |
| <input type="checkbox"/> Parchi Acquatici   | <input type="checkbox"/> Progettare un minigolf            | <input type="checkbox"/> Slot Machines     | <input type="checkbox"/> Pinball Machines for Italy ** |
| <input type="checkbox"/> Successi Acquatici   | <input type="checkbox"/> Golf su pista                     | <input type="checkbox"/> In-Ludere **      | <input type="checkbox"/> Bingo Mania **                |

\*English text

♦Italian text

▼English captions

## I choose the following form of payment:

I enclose an international cheque for € ..... payable to Facto Edizioni Srl - Padova, Italy (write the total amount referring to the required copies - please add € 10 for forwarding expenses)

Charge my credit card - Electron cards are not accepted (please add € 10 for forwarding expenses)  Carta Si  Visa  Master Card  Eurocard

No. | | | | | Scade/Expires on | | | | CVV2 | | | (scrivere 3 cifre sul retro della carta/last 3 digits on the back of the card)

Date ..... Signature .....

Name ..... Surname .....

Address ..... Town ..... Zip Code .....

Phone ..... Fax .....

E-mail ..... web site .....

Signature .....

For information: Facto Edizioni - Italy Tel. (+39) 049 8762922 - Fax (+39) 049 8753185  
E-mail: segreteria@factoedizioni.it - factosrl@libero.it

# МОБИЛЬНЫЕ шоу-лаборатории

*«Все должно быть изложено так просто,  
как только возможно, но не проще»*

Альберт Эйнштейн



*Вот уже более 10 лет во всем мире можно наблюдать растущий тренд популяризации науки и технологий. В США, Европе, Австралии научные шоу транслируются по телевизионным каналам, проходят в виде праздников или существуют в виде мастер-классов на выставках, массовых городских семейных мероприятиях.*

Один из форматов развлекательного научного шоу для детей – мобильные шоу-лаборатории. Мобильные шоу-лаборатории – яркий пример того, что праздники в научном стиле могут вызывать большой интерес как у детей, так и у родителей. В возрасте от 5 до 12 лет у детей появляются различные вопросы о том, как устроен наш мир, и научное шоу может открыть детям множество тайн и секретов, приглашая их поэкспериментировать вместе. Цель научных шоу – зажечь воображение детей, пробудить в них интерес к чудесному устройству мира.

Мобильные шоу-лаборатории предполагают передвижной формат деятельности, не привязанный к определенной территории. Площадкой для проведения научного шоу может быть парк, школа, развлекательный центр, музей, библиотека и другие учреждения, предоставляющие услуги досуга для детей. Мобильное научное шоу успешно интегрируется во всевозможные семейные мероприятия и массовые городские праздники, школьные программы познавательного досуга, а также дни рождения и выпускные.

Другая характерная черта научного шоу – интерактивность. Участники не просто являются зрителями представления, а принимают в нем самое активное участие.

Интерактивное обучение сегодня один из самых популярных трендов во всем мире, поэтому данная методика активно используется не только в образовании, но и в развлекательной индустрии, привлекая в досуг детей познавательную составляющую.

Во время научных шоу детям наглядно в игровой форме показывают, что они живут среди физических и химических явлений, как можно научиться их замечать и применять в жизни. Дети принимают непосредственное участие в программе занятий. Если это занятие посвящено химии («Химия против Физики», «Безумная химия» и др.) то, как правило, там используются безопасные опыты с бытовой химией или предметами, которые всегда под рукой.

Продолжительность научного шоу, как правило, не превышает одного часа. Если проводить их дольше, то дети могут устать и потерять интерес к мероприятию. За 60 минут дети успевают поставить опыты, сконструировать простые модели, посоревноваться друг с другом, узнать научные факты и блеснуть своими знаниями и идеями. На интерактивных шоу-занятиях не ставят оценок, здесь можно забыть о школе и уроках, шумно и весело отдаться познавательному представлению.





Например, на шоу-занятии «Динозавры» юные посетители совершают увлекательное путешествие в мир древних животных. Во время научного представления каждый ребенок может почувствовать себя настоящим археологом. Ребята узнают о повадках и потребностях динозавров, проводят мини-раскопки, изучают процесс окаменения и технологию изготовления слепков.

На занятиях научно-развлекательного формата ключевую роль имеет ведущий шоу – инструктор, который выступает одновременно в роли педагога, психолога, актера и вожакого. Самое важное качество, которым он должен обладать, – умение общаться с детьми.

Перед каждым шоу-занятием задача ведущего рассказать детям в понятной игровой форме о технике безопасности и правилах поведения. Затем очень важно захватить их внимание темой, которая сегодня будет раскрываться во время опытов и экспериментов, – это требует определенной педагогической подготовки.

Научные шоу несут в себе ярко выраженную семейную направленность. Родители, наблюдающие за своими детьми, зачастую тоже не могут отказать себе в удовольствии поучаствовать в том или ином эксперименте, причем вовлекаются в игру они с не меньшим азартом, чем дети.

Очередным витком развития мобильных шоу-лабораторий можно назвать проект компании «Сумасшедшая наука» – «Клуб Научных Приключений», первый из которых начал свою работу в 2013 году на территории Российской Государственной Детской Библиотеки.

Формат «Клуба Научных Приключений» задуман более широко. Он может существовать уже как многосерийное шоу на площадках различного профиля или вообще носить стационарный характер. Причем он может быть организован не только в образовательных учреждениях, но и в семейных развлекательных комплексах.

Наличие подобных форматов на территории парка или развлекательного центра не только расширяет спектр предоставляемых услуг, но и поддерживает интерес и лояльность у аудитории, придавая предприятию индустрии развлечений социальный характер, привлекая тем самым дополнительных посетителей.

*Анна Котова*

*Специалист по связям с общественностью*

*ООО «Сумасшедшая наука»*



# «На западном фронте без перемен»

## Поездка на выставку Euro Attractions Show-2012 в Германию

*С 7 по 14 октября 2012 года представители Российской ассоциации парков и производителей аттракционов (РАППА) вместе с группой специалистов индустрии развлечений из России и Казахстана совершили деловую поездку в Германию.*

Главной целью поездки было участие в европейской выставке аттракционов и развлекательного оборудования Euro Attractions Show (EAS), проходившей с 9 по 11 октября в Берлине, а также посещение нескольких парков развлечений.

В 2012 году в выставке EAS приняли участие более 360 компаний из 80 стран мира. Согласно информации, предоставленной организаторами, выставку посетили более 8000 человек. Экспозиция EAS-2012 разместилась в 5 залах экспоцентра «Messe Berlin».

Представленная на выставке продукция была очень разнообразной – на любой сезон, для крытых помещений и открытых парковых зон. Экстремальные катальные горы-гиганты и более скромные семейные горки, колеса обозрения, игровые автоматы и сувенирная продукция, оригинальные детские площадки, детские карусели и паровозики, мягкие игровые комнаты, аниматронные динозавры, фотокабины и XD-кинотеатры, лабиринты, оборудование для бо-

улинга, бильярда и гольфа, симуляторы, искусственные ледовые катки, надувные аттракционы и батуты, оборудование для аквапарков и водные аттракционы, билетные терминалы и терминалы для оплаты услуг – буквально все, от шкафчиков для раздевания до услуг по созданию проектов крупных развлекательных центров и парков – было представлено в Берлине.

Участникам нашей поездки потребовались все три дня, чтобы тщательно ознакомиться с предлагаемой экспонентами продукцией и услугами.

Стенд РАППА, традиционно посещаемый русскоязычными посетителями выставки, в 2012 году пользовался большой популярностью и у иностранных специалистов, многие из которых собираются приехать в Москву на юбилейную выставку РАППА ЭКСПО-2013.

Насыщенной была и деловая программа выставки EAS-2012. Особый интерес у специалистов вызвало обсуждение состояния дел на развивающихся рынках индустрии развлечений в России, Польше и Турции.

Специалисты, прибывшие в составе группы РАППА, провели очень продуктивную работу: на выставке им удалось завести новые знакомства с зарубежными коллегами, установить деловые контакты с производителями интересующей их продукции, посмотреть последние новинки, получить свежие впечатления и новые идеи для своих парков и развлекательных зон, а помимо профессиональных задач, – познакомиться поближе с Берлином, его музеями, историей и культурой.

После окончания выставки и посещения ключевых достопримечательностей столицы Германии, наша группа выехала в Гамбург, который стал опорным пунктом для поездок в парки развлечений «Ханза» и «Хайде».







Парк «Ханза»

Что можно сказать об этих парках? Климатические условия в месте их расположения, конечно, отличаются от комфортного климата Флориды или Калифорнии, а класс многих аттракционов уступает американским, равно как и уровень посещаемости, поэтому сравнивать немецкие парки с американскими было бы некорректно.

Тем не менее, оба парка оказались очень ухоженными и приятными для проведения досуга людей различного возраста и вкусов. Их территория довольно компактная – в этом плюс, трудно заблудиться, и любой парк можно обойти за день.

Что существенно отличает немецкие парки от американских в лучшую сторону, так это грамотное использование зеленых насаждений, которые являются неотъемлемой частью парка. Обилие тенистых аллей и кустов, тщательно ухоженные клумбы с яркими сортовыми цветами, скамейки – все это дарит ощущение гармонии и покоя.

Даже холодная погода не помешала нам посетить парк «Хайде» и испытать на себе все аттракционы.

На момент нашего посещения, парк был оформлен под Хэллоуин: везде были развешены и расставлены в самых оригинальных позах фигуры ведьм, баньши, скелетов и вампиров.

Как уже было сказано, аттракционы в немецких парках порой уступают своим американским собратьям. Так, время катания на катальной горе «Кракен» в «Ханза-парке» оказалось чуть ли не в три раза короче, чем на аналогичной горке в американском парке «SeaWorld Orlando». В результате, нами едва не был сделан ложный вывод о легковесности и недостаточной остроте ощущений, получаемых на экстремальных аттракционах в немецких парках.



Выставка EAS-2012



Парк «Хайде»



В итоге выяснилось, что многие аттракционы парка, неприязательные на первый взгляд, при более близком знакомстве заставляют волосы на голове стоять дыбом. Такой эффект оказала на группу деревянная катальная гора «Colossos», являющаяся самой высокой и скоростной в Европе (высота 60 м, скорость 121 км/ч), и второй по длине в мире. Одно дело – смотреть на нее со стороны, совсем другое – ехать на ней, особенно при бьющем в лицо ветре и проливным дождем. В прошлом году участники деловой поездки РАППА в Лондоне имели шанс прокатиться на другой известной деревянной горе – «Megafobia», занимающей не последние строчки в рейтинге лучших британских и европейских деревянных катальных гор, однако, в сравнении с немецкой родственницей, «Megafobia» кажется дворовой горкой для детей.

Не менее глубокое впечатление оказала на группу и башня свободного падения «Scream», высота которой



Выставка EAS-2012



Парк «Хайде»

составляет 103 метра, а дистанция свободного полета – 71 метр. На сегодняшний день это одна из самых высоких башен свободного падения в мире.

Все эти аттракционы убедили нас с уважением относиться к работе немецких специалистов индустрии развлечений.

На следующий день наша группа посетила парк «Ханза». По размеру он оказался меньше, чем «Хайде», однако очень уютен, а по качеству тематизации аттракционов способен тягаться с лучшими тематическими аттракционами и зонами в парках развлечений США.

Среди аттракционов парка, на которых мы с удовольствием прокатились, безусловным фаворитом стала экстремальная тематическая катальная гора «Проклятие Новгорода». Судя по отзывам экспертов, это первая в своем роде гора, спрятанная под землей. Невероятные непредсказуемые повороты и петли в крошечной тьме (согласно одному из источников, якобы имитирующие изгибы реки Волхов), со стремительным вылетом на свежий воздух и въездом обратно в темные тоннели, вертикальным подъемом и последующим падением в черную бездну, все это позволило ощутить в полной мере, что значит выражение «захватило дух».

Стоит также отметить прекрасно оформленную,



Берлин

семейную катальную горку «Змея Мидгарда», которая переносит посетителя в эпоху викингов и странствий, а также сопутствующую тематическую игровую зону для детей с деревянными лошадками, сделанными из огромных бревен.

Поездка в Германию подарила всем нам богатые впечатления от выставки аттракционов, страны проведения и ее парков развлечений, а также новые деловые контакты с коллегами. Не сомневаемся, что следующая поездка РАППА на выставку EAS, которая состоится в Париже (Франция), окажется не менее интересной и насыщенной.

Ульяна Кухтина

**ООО «Алтай ИгроСервис»**

- Разработка и производство развлекательных автоматов для взрослых и детей.
- Технический сервис развлекательного оборудования.
- Аэрохоккеи и кран-машины, современные и яркие, надежные автоматы отличного качества по доступным ценам.

[www.igra-servis.ru](http://www.igra-servis.ru)  
 тел.: 8 903 947-79-06



проектирование, производство и монтаж

# аквапарков

2000 аквапарков в 82 странах



**Polin**<sup>®</sup>

Аквапарки и Водная техника

[www.polin.com.tr](http://www.polin.com.tr)

## Четыре измерения эффективности развлекательного центра:



Александр Бениаминов  
Компания EntenS Group, г. Москва

# ДЕНЬГИ, БИЗНЕС- ПРОЦЕССЫ, КЛИЕНТЫ, ПЕРСОНАЛ



Алексей Просандеев  
Компания EntenS Group, г. Москва

*Сфера развлекательных центров как полноценный бизнес имеет в России сравнительно недолгую историю. Тем не менее, этот бизнес уже прошел стадию зарождения и формирования, и теперь перед собственником начинают появляться вопросы роста эффективности.*

*В партнерстве с Российской ассоциацией парков и производителей аттракционов (РАППА) компания EntenS Group занимает активную позицию в сфере продвижения новых современных технологий оценки и повышения эффективности развлекательных центров. Для обеспечения качественного роста индустрии развлечений нами задуман цикл статей, в которых мы постараемся изложить свои взгляды за более чем 10-летний практический опыт в развлекательном бизнесе. Сотрудники компании принимали участие в создании и развитии сети семейных развлекательных центров «Игромакс». Работали над проектами «Фристайл-парк» г. Москва, проектом развлекательного центра «НЬ-ТЕРРА» г. Омск, детского развлекательного центра в ТЦ «INTEGRO» г. Ташкент. В настоящее время компания ведет ряд проектов по операционному управлению развлекательными центрами, одним из которых является развлекательный комплекс «Бегопарк» г. Караганда площадью более 5000 м<sup>2</sup>.*

*Каждая статья нашего цикла будет посвящена отдельному «измерению», которое отражает тот или иной аспект качества работы развлекательного центра, а также взаимосвязи между различными измерениями эффективности.*

## ИЗМЕРЕНИЕ ПЕРВОЕ: ДЕНЬГИ

Собственники и управляющие развлекательными центрами находятся сейчас в непростой ситуации: вследствие того, что развлекательный бизнес активно развивается и существующий спрос пока превышает предложение, даже не самые качественные проекты кажутся вполне успешными. В то же время рост конкуренции заставляет все чаще задумываться над вопросом: «А насколько эффективен мой развлекательный центр, как эту эффективность оценить и как ее корректно сравнить с показателями других развлекательных центров?».

Прежде всего, ошибочно считать, что какой-то один показатель вашей работы может дать исчерпывающий ответ на этот вопрос. Бизнес многогранен, и так же многогранна должна быть оценка его эффективности. Мы в своей деятельности опираемся на следующие основные измерения развлекательного бизнеса: финансовая составляющая, бизнес-процессы, клиенты и персонал. Существует еще и «пятое измерение», а именно согласованность всех вышеназванных процессов между собой.

Наиболее наглядным с точки зрения анализа является финансовая составляющая деятельности развлекательно-

го центра. Чаще всего, именно она является практически единственным показателем, с помощью которого оценивается качество развлекательного центра. Казалось бы, все просто – чем больший доход (прибыль) приносит развлекательный центр, тем он эффективней! Но практика показывает, что это является наибольшим заблуждением.

## Центры разные нужны, центры всякие важны

Развлекательные центры имеют разный масштаб, направленность, перечень предоставляемых ими услуг. Какой финансовый показатель может явиться отправной точкой для определения эффективности?

Показатели оборота отпадают в первую очередь, так как сильно зависят от масштаба бизнеса. Показатели чистой прибыли в большей степени отражают эффективность финансовой службы или готовность менеджмента и собственников принимать на себя дополнительные риски. Показатели маржинальности в сфере услуг имеют слишком неточную природу и тоже не могут являться сравнимыми величинами.

На наш взгляд, наибольшей объективностью для сравнения обладает показатель **операционной прибыли** – ЕВІТ (Earning Before Interest Tax). ЕВІТ – аналитический показатель, равный объему прибыли до вычета процентов по заемным средствам и уплаты налогов. Рассчитывается этот показатель достаточно просто:

$$\frac{\text{Расходы на операционную деятельность РЦ}}{\text{Доход РЦ}} \times 100 = \text{Операционная прибыль (в \%)}$$

К сожалению, даже по этому показателю прямое сравнение различных форматов не будет являться корректным. По нашему мнению, существуют как минимум следующие диапазоны форматов с разными показателями операционной прибыли:

Площадь развлекательного центра	Диапазон эффективной операционной прибыли
до 1000 м <sup>2</sup>	35 – 50%
от 1000 до 4000 м <sup>2</sup>	25 – 40 %
свыше 4000 м <sup>2</sup>	20 – 30 %

Попадание развлекательного центра конкретной площади в соответствующий диапазон по показате-

лю операционной прибыли и говорит о его финансовой эффективности. При этом необходимо отметить, что важны обе границы диапазона: как верхняя, так и нижняя. Превышение верхней границы диапазона, скорее всего, свидетельствует об излишней экономии средств на поддержание качества предоставляемых услуг. Достаточно скоро это ощутит на себе гость развлекательного центра и при наличии альтернативы уйдет в другой центр, где в поддержание качества услуг вкладывают достаточно средств. Снижение операционной прибыли за нижнюю границу диапазона, скорее всего, проявится в отсутствии средств на развитие бизнеса без привлечения дополнительного финансирования.

На первый взгляд, из таблицы следует, что по показателям операционной прибыли наиболее привлекательным является формат до 1000 м<sup>2</sup>. Значит ли это, что при проектировании развлекательного центра нужно стремиться именно к данному диапазону площади? Конечно же, нет. Ведь при больших показателях операционной прибыли данные развлекательные центры имеют значительно меньший оборот. А 30% с 1 млн.рублей больше, чем 50% с 500 тыс.рублей. При проектировании развлекательного центра, исходя из имеющихся возможностей, каждый решает для себя сам, какой бизнес ему необходим. Чем меньше площадь развлекательного центра, тем меньше издержек на ведение бизнеса, но и количество услуг, и величина «среднего чека» там тоже ниже.

  
**VEKOMA**  
RIDE MANUFACTURING BV

**VEKOMA RIDES HAS IT ALL!**  
 COME AND VISIT US IN MOSCOW, RAAPA EXPO 2013  
 MARCH 20-22 - PAVILION 75 - BOOTH NO. D9/2

<b>FAMILY COASTERS</b>	<b>THRILL COASTERS</b>	<b>INDOOR COASTERS</b>	<b>ATTRACTIONS &amp; SPECIALTIES</b>
FAMILY BOOMERANG	GIANT INVERTED BOOMERANG	CUSTOM DESIGNED INDOOR FAMILY COASTER	I-RIDE PANORAMIC FLIGHT SIMULATOR

SCHAAPWEG 18 6963 BA VLODRUP THE NETHERLANDS  
 TEL +31 (0) 475-409222 FAX +31 (0) 475-402115  
[WWW.VEKOMA.COM](http://WWW.VEKOMA.COM)

## Послушная эффективность

Управление финансовой эффективностью развлекательного центра, с использованием в качестве индикатора показателя операционной прибыли, требует работы с двумя основными переменными, его образующими (см. формулу выше).

Первое – это управление доходной частью.

**Каждому развлекательному центру – свой moneymaker!**

В кругах специалистов, связанных с развлекательным бизнесом, упорно насаждается мнение, что основной источник дохода развлекательного центра – redemption-аппараты. Это утверждение, на наш взгляд, является лишь отчасти верным и в большей степени отражает структуру доходуобразования в развлекательных центрах площадью до 1000 м<sup>2</sup>. Более правильно говорить об уникальной структуре дохода каждого центра развлечений. При этом данная структура доходов состоит, как правило, из следующих компонентов:

- Доход от игровых аппаратов
- Доход от redemption-аппаратов
- Доход от видеосимуляторов
- Доход от прочих игровых аппаратов
- Доход от аттракционов (лабиринт, карусель, скалодром, батут и т.п.)
- Доход от услуг по празднованию Дней рождений
- Доход от услуг общественного питания
- Доход от проведения корпоративных мероприятий

- Доход от специальных мероприятий (выпускных вечеров, дискотек и т.п.)
- Доход от боулинга
- Доход от бильярда
- Доход от продажи сувенирной продукции (pro-shop)
- Доход от проведения event-мероприятий (утренники в новогодние каникулы и т.п.)
- Доход от аренды (или субаренды) площадей для сопутствующих услуг (аквагримм, мастер-классы, фото- и видеослужбы и т.п.)
- Доход от арендованных аттракционов (например, капсула, гоночная трасса).

Для управления доходной частью, прежде всего, необходимо организовать учет всех денежных поступлений не «одной строкой», а разбив их на предложенные компоненты. Кроме этого, необходимо проанализировать условия ведения бизнеса (расположение развлекательного центра, характер гостевого потока, платежеспособность посетителей и т.д.) и на основе этих данных определить для себя **уникальный профиль дохода** вашего развлекательного центра. Ниже мы приводим иллюстративные примеры (все они встречались нам на практике работы с реальными развлекательными центрами) различных профилей дохода развлекательных центров (РЦ):

Статьи дохода	Структура дохода в процентах		
	РЦ площадью 500 м <sup>2</sup> , расположенный рядом с кинотеатром	РЦ площадью 1500 м <sup>2</sup> , расположенный в ТРЦ спального района	РЦ площадью 5000 м <sup>2</sup> , расположенный в отдельно стоящем здании
Игровые аппараты:	60%	40%	30%
redemption аппараты	40%	20%	15%
видеосимуляторы	15%	15%	10%
прочие игровые аппараты	5%	5%	5%
Аттракционы	30%	30%	15%
Услуга по празднованию Дней рождений	10%	10%	5%
Общественное питание	-	15%	25%
Проведение корпоративных мероприятий	-	-	5%
Специальные мероприятия	-	2%	1%
Боулинг	-	-	10%
Бильярд	-	-	5%
Сувенирная продукция (pro-shop)	-	-	1%
Event-мероприятий	-	1%	1%
Аренда площадей для сопутствующих услуг	-	1%	1%
Доход от арендованных аттракционов	-	1%	1%

# Игровые площадки **Солнечный остров**

- Дизайн проект - бесплатно
- Более 50 различных модулей
- Неограниченное количество вариантов
- Шеф-монтаж
- Гарантия 1 год



*Мы рады представить Вашему вниманию новейшую разработку в области детских игровых площадок - игровые комплексы «Солнечный остров».*

*В данных игровых комплексах гармонично сочетаются современные технологии и продуманный дизайн.*

*Все элементы являются интерактивными, а также имеют яркий и нестандартный внешний вид. Огромное количество элементов для наполнения игрового комплекса «Солнечный остров» делает данную концепцию подходящей для помещений с любыми габаритами.*



Изучая приведенные примеры профилей доходов, можно сразу определить, что обеспечивает уникальность того или иного развлекательного центра. Одновременно можно наметить и пути повышения показателей дохода того или иного центра. Но тут важно учитывать уже сложившийся профиль доходообразования, потому что, как показывает наша практика, резкое изменение этого профиля или стремление подогнать его под какие-либо «стандарты» сказывается на работе центра негативно.

Основным источником роста доходности центра, после проведенного анализа различных компонентов его образующих, можно считать:

1. Внедрение в практику работы центра услуг, ранее в нем отсутствовавших;
2. Развитие услуг, имеющих низкую долю в доходе центра. При реализации этого метода необходимо контролировать величину дохода от всех остальных компонентов, чтобы получить истинный рост дохода, а не перераспределение поступающих средств между отдельными компонентами структуры доходности.

Таким образом, управление доходностью развлекательного центра складывается из трех основных элементов:

1. Учет структуры дохода;
2. Мероприятия по поддержанию оптимальной структуры дохода;
3. Внедрение новых услуг и корректировка структуры дохода за счет роста низкодоходных компонентов, без падения доходов по высокодоходным статьям.

## Экономика должна быть...

Вторая составляющая – это управление расходами на ведение операционной деятельности. В этом вопросе поиск универсальных показателей и «стандартов» для различных центров является задачей еще более сложной. Для управления расходами необходимо в первую очередь организовать постоянный учет.

Ниже приведен минимальный перечень статей расходов, характерный для действующего развлекательного центра:

1. Зарплата для управления
2. Зарплата для персонала
3. Аренда (вкл. эксплуатацию и коммунальные расходы)
4. Клининг
5. Охрана
6. ИТ (кассы, ридеры, интернет, телефония)
7. Технический отдел (текущий ремонт и сервисное обслуживание)
8. Реклама и Маркетинг
9. HR (затраты на поиск персонала, обучение и т.п.)
10. Прочие затраты РЦ (канцтовары, инвентарь и т.п.)
11. Закупка продуктов и напитков (если есть кафе)
12. Другое (униформа, транспорт, интерьер и т.п.)

В статьях расходов мы можем выделить так называемые «переменные» и «постоянные» затраты. Постоянные затраты – расходы, которые мы должны понести вне зависимости от наличия или отсутствия операционной деятельности в развлекательном центре. Самый простой пример – арендная плата. Сумма арендной платы определяется договором и не зависит от эффективности работы вашего центра. Наличие в структуре расходов большого объема постоянных затрат делает работу центра очень неустойчивой. Таким образом, основной лозунг повышения финансовой эффективности работы центра: «Максимум затрат переменных, минимум – постоянных!!!». По той же аренде вполне можно согласовать с собственником или управляющей компанией торгово-развлекательного центра плату в виде процента от оборота развлекательного центра (в настоящее время вполне приемлемой является величина 10%-15% от оборота). Это позволит вашему бизнесу безболезненно переживать сезонные колебания спроса.

После этого можно переходить к анализу экономической эффективности отдельных видов и статей переменных затрат. Что такое экономическая эффективность затрат? Это, как правило, величина дохода, которую мы получим или не получим вследствие понесенной затраты или отказа от данного расходования средств. Таким образом, существует два вида расчетов экономической эффективности: по росту доходов и по избежанию потерь.

Например, во многих развлекательных центрах установлен аттракцион «Кордовые автогонки» компании «Болд». В зависимости от того, выделен отдельный оператор на данный аттракцион или нет, эффективность работы аттракциона отличается в разы. Показатели прибыли сильно зависят от качества работы оператора, но это тема отдельной статьи (о персонале). Ниже представлены показатели экономической эффективности затрат при выделении отдельного оператора для данного аттракциона:

**ВСЕ ДЛЯ БИЗНЕСА ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ**  
**WWW.HIPPO-KIDS.RU**

**БОЛЕЕ 300 АППАРАТОВ В НАЛИЧИИ**

**ПРОДАНА УСТАНОВКА ГАРАНТИЯ**

**HIPPO KIDS**  
 ENTERTAINMENT, МАШИНЫ И Т.Д.  
 WWW.HIPPO-KIDS.RU  
 SALES@HIPPO-KIDS.RU  
 +7 922 6005 605



УРИ "Завод "Воздушный Замок"

# AirPalace®

193079, Россия, г. Санкт-Петербург, Октябрьская наб., 80, корп. 1.  
Тел./факс (812) 44-77-949 e-mail: market@airpalace.spb.ru www.airpalace.ru

## ПРОИЗВОДСТВО НАДУВНЫХ АТТРАКЦИОНОВ

Надувные батуты.  
Водные горки. Аквапарки.  
Надувные бассейны. Пляшущие человечки.  
Мягкие модули. Навесы эстрады. Автоманежи.  
Пневмокаркасные сооружения.  
Воздухоопорные здания.



"Командные тачки"  
2,5x0,3x0,2 м  
Цена 20 500 руб.



"Командные штаны"  
Цена 6 000 руб.

"Горка мороженого"  
12,5 x 8,7 x 9,6 м  
Высота  
старта 6,2 м  
Цена 590 000 руб.



Арка "Королевская"  
15x8 м  
просвет 10,5 м  
Цена 140 700 руб.



"Спрут"  
7,6x7x1,8 м  
Цена 170 000 руб.

"Публичная избушка"  
3,2x2,5x3,6 м  
Цена 44 000 руб.



"Аквапарк мини"  
Комплектация:  
пескалка + горка +  
система очистки воды  
10,0 x 10,0 x 4,5 м  
Цена 445 000 руб.



"Скала малая"  
4,5 x 4,5 x 2,7 м  
Цена 62 500 руб.

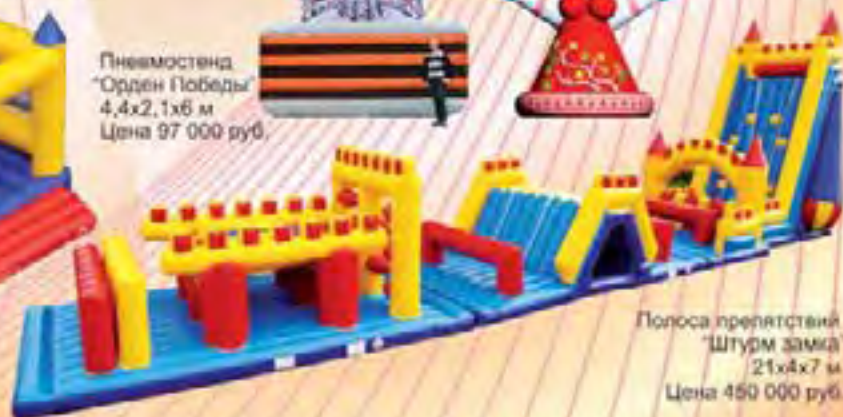


"Спорткомплекс" (без тента)  
8,4x7,4x3,2 м  
11,7x7,4x3 м  
Цена 370 000 руб.

Пневмостанд  
"Орден Победы"  
4,4x2,1x6 м  
Цена 97 000 руб.



"Масленица"  
h=8 м  
Цена 90 000 руб.



Полоса препятствий  
"Штурм замка"  
21x4x7 м  
Цена 450 000 руб.

1	2	3	4
Оборот без оператора, в месяц	Оборот с оператором, в месяц	З/п оператора (2 чел.), включая налоги	Экономическая эффективность
31 430 руб.	82 540 руб.	35 320 руб.	15 790 руб. $2 - (1+3) = 4$

Это расчет по способу роста доходов. Планируя ту или иную затрату, спрашивайте себя: «А насколько эта затрата увеличит мой доход?»

Пример расчета эффективности по способу минимизации потерь:

эксплуатация аэрохоккея требует постоянного запаса шайб как одного из основных расходных материалов (шайбы довольно часто улетают под игровые аппараты, да и просто некоторые посетители любят забирать их в качестве сувенира). Минимальная стоимость шайбы порядка 300р. На месяц в среднем необходимо 5 шайб. Таким образом, максимальный расход на месячный запас шайб составляет 1500 рублей. Предположим, среднее количество игр на одном аппарате составляет 30 раз за день. Цена игры – 50 рублей. Дневная выручка – 1500 рублей. Таким образом, период окупаемости данной затраты равен 1 (одному) рабочему дню данного аппарата, тогда как каждый час его простоя «вынимает» деньги из вашего кармана, то есть вы начинаете терять на том, что не понесли расход своевременно.

Планируя каждую затрату, спрашивайте себя: «Если я не совершу своевременно данных расходов, какие убытки я понесу?». Подобным образом необходимо проанализировать каждую статью и вид ваших затрат, и отказаться от тех расходов, которые не увеличивают ваш доход (или увеличивают его незначительно), и взять под личный контроль те затраты, отсутствие или несвоевременность которых может привести к существенным убыткам.

Так что такое «финансово эффективный развлекательный центр?». Резюмируя все вышесказанное, можно ответить на этот вопрос следующим образом: финансовая эффективность центра определяется оптимальной для него структурой доходов и расходов, позволяющих получать среднерыночные показатели операционной доходности. Некоторые подходы и инструменты достижения такого результата мы предложили вам в данной статье.

**exhibits.nl**

Exhibits.nl главный поставщик интерактивного развлекательного оборудования. Мы работаем по всему миру по наивысшим стандартам качества. Наше оборудование инновационное, развлекательное, обучающее и, кроме того, отвечает качеству мирового класса.

Exhibits.nl B.V. | STOKKESWEG 11 | 8571 TJ BERGRIJK | THE NETHERLANDS | P.O. BOX 47 | 8570 AA BERGRIJK  
 T +31 (0)497 88 80 70 | F +31 (0)497 88 80 10 | E INFO@EXHIBITS.NL | W WWW.EXHIBITS.NL

**ORIGINAL** innovations by WhiteWater!

**AquaPlay**  
by whitewater



**WHITEWATER.**

The **ORIGINAL** Waterpark & Attractions Company

[www.whitewaterwest.com](http://www.whitewaterwest.com)

Tel: +1.858.361.3202

[whitewater@bluewin.ch](mailto:whitewater@bluewin.ch)

# Свет Рождества в парке «Красная Пресня»



Зима для руководителей парков зачастую превращается в «головную боль». Нет понимания, как парку работать? Какие услуги предлагать? Рентабельно ли держать персонал? Как привлечь людей в парк? Думаю, многие директора задавали себе подобные вопросы.

Индустрия досуга сегодня значительно шагнула вперед, и существуют различные способы создать в парке условия комфортного отдыха зимой, а также предложить всякого рода зимние развлечения. И ни что так не привлекает людей в парк, как мероприятия и праздники, поэтому надо создавать шоу!

Одним из самых запоминающихся и уникальных событий прошедшего Нового года стал фестиваль «Свет Рождества», организованный авторами нашумевшего в прошлом году проекта «Moscow Flower Show» в партнерстве с Российской ассоциацией парков и производителей аттракционов (РАППА).

Фестиваль проходил с 20 декабря 2012 года по 13 января 2013 года в одном из старейших парков Москвы – «Красная Пресня», который на время проведения фестиваля превратился в сказочную страну.

Менее чем за месяц на территории парка вырос настоящий город, состоящий из уникальных инсталляций, ледовых скульптур, миниатюрных домиков и композиций, оформленных оригинальной подсветкой и

музыкальным сопровождением. В определенное время вся композиция «оживала»: при помощи света фигуры начинали «двигаться», деревья «качаться».

Уникальное световое шоу стало центральным событием фестиваля. Для его организации был приглашен всемирно известный специалист Ричард Холдман, гастроли которого расписаны на много месяцев вперед, а ролики его проектов собирают по 22 млн. просмотров на YouTube. Невероятно, как организаторам удалось в разгар рождественских праздников привлечь звезду такого масштаба!

В одной из зон парка разместились гигантские расписные валенки, высотой около 1,5 метров. В один из них принимались письма от детей с рассказами о до-





брых делах, которые они совершили в уходящем 2012 году. В другой зоне парка проводился конкурс снеговиков, в котором могли принять участие как начинающие, так и уже именитые дизайнеры. Обычные посетители фестиваля могли продемонстрировать свои творческие способности в различных конкурсах: «Арт-ель», «Санкин-сан», «Цвет зимы» (зимняя флористика), конкурс арт-объектов «Акцент» и других.

Также в рамках фестиваля была организована рождественская ярмарка, на которой российские и зарубежные ремесленники представили свои произведения искусства.

Программа фестиваля позволила создать в парке атмосферу светлого рождественского праздника для всей семьи. Все средства, собранные от продажи входных билетов на фестиваль, были перечислены в Региональный Благотворительный Общественный Фонд «Здоровый ребенок».

Главная идея фестиваля «Свет Рождества», по масштабам и качеству не уступающего ведущим европейским рождественским мероприятиям, заключалась в том, чтобы наглядно продемонстрировать, как с помощью световых композиций и приемов зимней флористики можно украсить парк, превратить его в «зимнюю сказку», в которую с радостью захотят окунуться посетители.

И никакие морозы не помеха!

*Андрей Осипов*



**ООО «АмурВнешТорг»**

Прямые поставки от производителей:  
детских игровых автоматов, качалок, лабиринтов  
надувных и спортивных батутов, игровых площадок,  
сухих бассейнов, аттракционов, каруселей, автодромов.  
Огромный выбор! Самые низкие цены!

**www.soft-toplay.ru**  
info@soft-toplay.ru; 8-924-316-77-48



# В погоне за Сэнди...

## Поездка на выставку IAAPA Attractions Expo 2012

В ноябре 2012 года Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА) традиционно приняла участие во всемирной выставке аттракционов IAAPA Attractions Expo 2012, которая прошла в г. Орландо, штат Флорида, США.

Помимо представителей ассоциации, к нашей группе присоединились специалисты индустрии развлечений из Иваново, Геленджика, Ейска, Санкт-Петербурга, Самары, Оренбурга и Казахстана.



Стенд РАППА

Финальный этап подготовки к поездке был полон тревожного ожидания и беспокойства, ведь ураган «Сэнди» и штормовые предупреждения на территории США имели место как раз накануне вылета нашей группы. Всех волновал вопрос: насколько гостеприимен окажется переживший разгул стихии Нью-Йорк – первая остановка на нашем маршруте на пути в Орландо, и сможет ли самолет приземлиться там вообще?

Страхи оказались преувеличены, мы прибыли в Нью-Йорк вовремя и без эксцессов. Город был в хорошем состоянии и встретил нас ласковым солнцем и теплом. Последствия урагана кое-где еще были заметны, но это не доставило особого дискомфорта участникам нашей группы. Разве что было обидно за отмену паромов до острова Свободы, и, как следствие, невозможности посетить самую известную достопримечательность Нью-Йорка.



IAAPA Attractions Expo 2012

Тем не менее, мы получили большое удовольствие от обзорной экскурсии по городу, в особенности, от визита на крышу Рокфеллеровского центра, откуда открывался грандиозный вид на небоскребы и Центральный парк Нью-Йорка. Сам Парк продемонстрировал ущерб от пережитого ненастья – тут и там лежали поломанные и поваленные деревья, за уборку которых кое-где уже взялись парковые рабочие.

Простившись с Нью-Йорком, мы вылетели в Орландо, где уже на следующий день начинала свою работу выставка IAAPA Attractions Expo 2012.

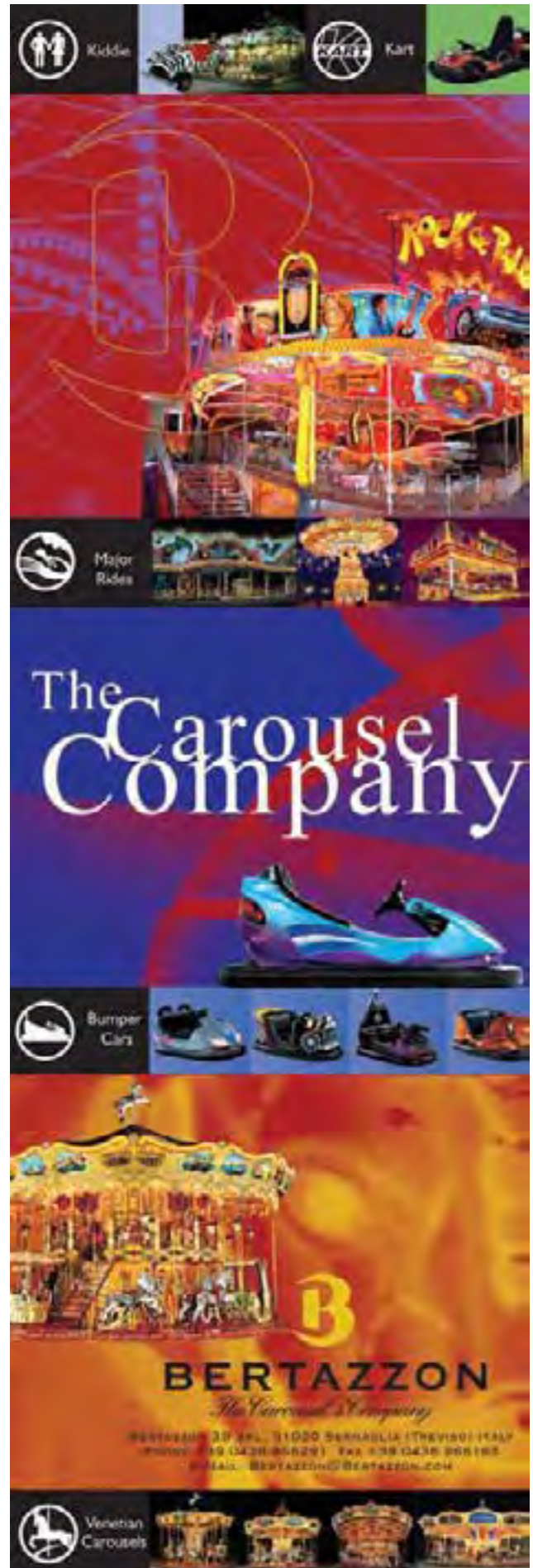
Как и в прошлые годы, IAAPA Expo оглушала и приводила в трепет своими размерами и разнообразием представленного оборудования. На американской выставке отражены все направления современной индустрии развлечений: от аттракционов и всевозможного развлекательного оборудования до различных сопутствующих услуг, которые традиционно очень широко представлены на выставке в Орландо. Зал выставочного центра Orange County был занят полностью.

Какие особенности выставки IAAPA Attractions Expo можно выделить в 2012 году?

Во-первых, большое количество новых развлекательных аппаратов редемпшн (аппаратов с выдачей призовых билетиков). Почти все мировые лидеры по производству подобной техники - Namco, UNIS, ICE, SEGA, Bay Tek подготовились к выставке основательно, представив новинки развлекательного оборудования, а также новые модификации уже зарекомендовавших себя марок. Среди них можно отметить аппараты: Fruit Mania, Tubin'Twist, Veggie Blast, Milk Jug Toss, Double Shot, Pirates of Monster Island, Pig Out и другие.

Другое заметное направление выставки IAAPA Expo 2012, вызывающее у специалистов не только интерес, но и неподдельный ужас – Dark Rides. Мерзкие зомби, вампиры, вурдалаки, оживающие портреты, монстры и прочая нечисть – всего этого было на выставке предостаточно. Не многие посетители нашли смелость зайти в Дом с приведениями, представленный в натуральную величину. Мы же попробовали – было очень страшно!

Участники нашей группы пробыли на выставке все четыре дня: все они прошли в переговорах с иностранными партнерами, многие заключили контракты



Участники поездки РАППА



Парк «Magic Kingdom»

Парк «Hollywood Studios»



на покупку оборудования, не говоря уже о собранных килограммах информационно-рекламных материалов, которые придется везти в Москву. Кстати, активно собирать рекламные листовки в этом году пришлось и нам, поскольку три российские компании, которые не смогли приехать на выставку в США, воспользовались услугой РАППА по заочному посещению международных выставок.

Специально для участников нашей группы в рамках выставки был также организован бизнес-тренинг «Академия эффективных развлекательных центров», который провела компания Gametrade. Тренинг включал знакомство с новинками развлекательного оборудования, представленного на выставке, а также посещение лучших развлекательных центров Орlando: «Dave and Buster's» и «Wonder Works» – знаменитый перевернутый дом. Завершилось мероприятие традиционным «Русским ужином», который состоялся в уже любимейшем всем нам ресторане «Bahama Breeze».

После окончания работы выставки нашу группу ждала не менее насыщенная программа знакомства с лучшими парками развлечений. Среди них были четыре парка Диснея (Animal Kingdom, Epcot, Hollywood Studios, Magic Kingdom), тематический парк-зоопарк Busch Gardens Tampa, Sea World и два парка Universal Studios (Islands of Adventure и Universal Studios Florida). Сколько мы посетили за эти дни аттракционов – не поддается счету!

Ежегодные поездки на выставку и в парки США позволяют зарядиться впечатлениями на целый год. Как гласит мудрая поговорка: «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». В 2013 году выставка IAAPA Attractions Expo снова пройдет в Орlando, поэтому не упустите возможность совместить бизнес и отдых, и посетить парки США, знакомство с которыми, безусловно, даст стимул для работы и развития Ваших предприятий индустрии развлечений.

Ульяна Кухтина



IAAPA Best New Product & Impact Award  
 WWA Innovation Award



EMPEX  
**WATER TOYS**

www.watertoys.com  
 info@watertoys.com  
 1 866 833 8580 | 905 649 5047



**КОНТРОЛЬНЫЕ БРАСЛЕТЫ**  
**ТЕМПКО**  
 САМЫЙ БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ В РОССИИ!

для парков развлечений, дискотек и концертов  
 для курортов, санаториев и домов отдыха  
 для аттракционов, аква-парков и бассейнов  
 а также для спортивных комплексов, бань и других мест отдыха или мероприятий

а также:  
 надежные и удобные  
**БРАСЛЕТЫ**  
 для КЛЮЧЕЙ



**ВОЗМОЖНА ДОСТАВКА СОВЕРШЕННО БЕСПЛАТНО!** ЭТИНАЧКОС  
 OF PAVENNE  
 SOVEREIGNO

(495) 972-1870, (926) 537-3345, (909) 685-0115, (926) 272-0808  
<http://wizard.msk.ru>; [zakaz@temtko.ru](mailto:zakaz@temtko.ru) ICQ: 8094381 Skype: TEMPKO

**ВИЗАРД-М**  
 БРАСЛЕТЫ В РОССИИ

ООО СЕТЬ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ  
**Галактика**  
**"ГАЛАКТИКА"**  
 ПРЕДСТАВЛЯЕТ  
**ЧЕУ BANANA** **БУЛЬДОЗЕР 2**



от 5 000 \$ от 4 800 \$ от 5 800 \$

ОКУПАЕМОСТЬ 1-3 МЕСЯЦА  
**ХИТЫ СЕЗОНА**  
 СРЕДНЕПРИЗОВЫЕ АВТОМАТЫ

453129, Республика Башкортостан,  
 г. Стерлитамак, ул. Марш 55,  
 офис 319-320  
 тел. / факс: +7 3473 253 902,  
 +7 803 354 0030  
 e-mail: galaxy-str@mail.ru  
 website: www.galaxy4u.ru

СО СКАДЬ  
 В.Г. Стерлит

**ГОЛЬФ СИМУЛЯТОРЫ**  
**ABOUT GOLF**  
 И МУЛЬТИСПОРТИВНЫЙ  
**VISUAL SPORTS**

В любых условиях вы можете играть в гольф, хоккей, футбол, баскетбол, бейсбол, американский футбол.

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР  
 ООО «ГОЛЬФ-СЕРВИС»  
 1 0 7 1 4 0, г. Москва,  
 Комсомольская площадь, д. 6  
[www.aboutgolf.ru](http://www.aboutgolf.ru)  
[www.visualsports.ru](http://www.visualsports.ru)  
 Гольф: +7(495)2333397



**ОБУЧЕНИЕ  
И СЕРТИФИКАЦИЯ  
ПЕРСОНАЛА  
ПРЕДПРИЯТИЙ  
ИНДУСТРИИ  
РАЗВЛЕЧЕНИЙ**



**УЧЕБНЫЙ  
ЦЕНТР  
РАПА**



**ОЧЕРЕДНАЯ  
УЧЕБНАЯ  
СЕССИЯ  
20 - 25 МАЯ  
2013 г.**



**БОЛЕЕ  
600 ОБУЧЕННЫХ  
СПЕЦИАЛИСТОВ  
ИЗ 69 РЕГИОНОВ  
РОССИИ  
И СТРАН СНГ**



**С ВЫДАЧЕЙ  
СЕРТИФИКАТА  
ФЕДЕРАЛЬНОГО  
УРОВНЯ**



**ПОДРОБНОСТИ  
И ЗАЯВКА  
НА УЧАСТИЕ  
НА САЙТЕ**

**[www.raara.ru](http://www.raara.ru)**



# SEGA®

- производитель и поставщик игровых автоматов компаний -

ANDAMIRO

ICE

KO USE

AMUSEMENT

TRIOTECH

## НОВИНКИ КОМПАНИИ SEGA ЛОНДОН



dream raiders

grid 52" deluxe



doodle jump



milk jug toss



harpoon lagoon



pirates of monster island

мы поставляем в любую точку мира полностью  
восстановленные б/у и новые видео автоматы, редемпшн  
гарантированно компанией SEGA

[www.segaarcade.com](http://www.segaarcade.com) [sales@segaarcade.com](mailto:sales@segaarcade.com)





# ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА В ОНЛАЙН СРЕДЕ:

комплекс инструментов продвижения,  
управление репутацией,  
привлечение клиентов



*Екатерина Крупнецкая*

*Генеральный директор компании «Fenix Consult Group»,  
кандидат социологических наук*

*С каждым днём всё больше людей задаётся вопросом: «Где провести время с семьёй?», «Как подарить любимому человеку массу приятных впечатлений?», «Куда сходить на выходных?». Собственно, скорее всего, именно эти вопросы они и задают поисковику в Интернете. Что они видят в итоге? Наша задача – помочь определиться с выбором, да так, чтоб личные интересы Вашего развлекательного центра были только в выигрыше.*

**А**спект первый, и основной. Если у Вас нет сайта, то Ваш бизнес не просто неуспешен. Его, скорее всего, вообще нет. Ну, или скоро не будет. И тут «виновны» два обстоятельства: во-первых – это не солидно, можно даже сказать, не прилично. Вряд ли у потенциального клиента сложится впечатление о Вас как серьёзном заведении, если у Вас нет даже сайта.

Во-вторых – «достоверной», официальной информации о Вас никто не сможет найти – а это уже не просто повод не посещать Ваш развлекательный центр, но и просто о нём никогда не узнать... Поэтому, сайт должен быть. И не просто «быть», а чтоб следующим действием человека после посещения Вашего сайта было посещение Вашего заведения.

Для этого, в разработке сайта необходим такой же креативный подход, какой использовался при разработке идеи самого развлекательного центра. У Вас ведь именно такой развлекательный центр? Запоминающийся и неповторимый?

Тогда идём дальше. Сайт должен быть пронизан темой веселья и приятных ощущений. Причём таких, какие реально получить можно ТОЛЬКО у Вас.

Уделите внимание таким моментам, как: наличие сервисов для различных групп потребителей (большим семьям с детьми будут интересны несколько иные развлечения, нежели влюблённым парам), оп-

тимизация карты развлекательного центра, реализация возможности online общения на сайте, разработка специальных приложений, игр, креативных сервисов, ну и проведение программ лояльности через сайт, конечно. Чем тщательнее и интригующе будет наполнен Ваш сайт – тем сильнее будет желание попасть в развлекательный центр. А это – основная задача.

Аспект второй, невозможный без существования первого. Именно на Ваш сайт должны иметь возможность ссылаться люди, обсуждающие тему отдыха и досуга. Как известно, наши головы устроены так, что сколько бы мы не получали официальной информации – решение о покупках, визитах заведений, и в целом использовании товаров и услуг мы принимаем исходя из советов знакомых, друзей, а также экспертов в данной области.

И в этом случае Интернет открывает Вам массу возможностей: от проведения рекламных акций в социальных сетях (причём выделяя их именно под Вашу целевую аудиторию) до написания рекламных статей с привлечением экспертов с дальнейшим размещением их в тематических электронных СМИ. Такие статьи существенно влияют на формирование имиджа Вашего развлекательного центра, и, кроме того, «утяжелают» Ваш вес среди конкурентов. А это – всегда приятно.



В этом аспекте особое внимание хотелось бы уделить именно активностям в социальных сетях, так как именно эти площадки являются идеальными для прямого общения с постоянными, а также потенциальными клиентами. К сожалению, многие не ценят реальных возможностей социальных сетей в привлечении целевой аудитории, ошибочно считая, что социальные группы - это «игры» и пустая трата времени. На самом деле, при грамотном, тематически интересном наполнении групп, анонсировании событий, акций, и спецпредложений, а также регулярном проведении конкурсов с призами – именно в лице участников группы Вы получите настоящих искренних поклонников, которые своими «лайками» и перепостами сообщений будут формировать Ваш имидж, как лучшего и любимого развлекательного центра среди своих друзей, знакомых, знакомых друзей...

Ну и конечно, самым большим плюсом наличия группы в социальных сетях является то, что Вы готовы к прямому общению со своими клиентами. Это всегда вызывает лояльность, и создаёт мнение о том, что Вы открыты для диалога и всегда готовы воплотить в жизнь желаемые предложения своих поклонников ради их комфорта.

Из подобных задач возникает ещё один вид площадок, где необходимо как минимум анонсировать все новшества – тематические форумы. Сегодня огромное количество родителей общаются и, проще говоря, «живут» на семейных форумах. А темы отдыха там генерируются бесконечно. Поэтому, не стоит забывать о возможности лишней раз пропихать новые услуги, акции, конкурсы, новинки среди реально заинтересованной публики.

Раз уж речь зашла о методах «советов» и «рекомендаций» - нелишним будет напомнить и о создании статей о Вашем развлекательном центре, привлекая к их обсуждению экспертов, специалистов, а возможно и публичных личностей. Такие статьи, размещённые на имиджевых ресурсах, будут побуждать аудиторию к обсуждениям, а соответственно, к желанию посетить Ваш развлекательный центр с такой отличной репутацией, дабы самим в этом убедиться.

Но, поскольку для молодой аудитории всё большими экспертами становятся не профессора и академики, а блоггеры и продвинутые юзеры – неверно рассчитывать обойтись без них, при желании побудить Вашу целевую аудиторию к визиту в Ваш развлекательный центр.

Сегодня такие проекты уже набирают популярность и становятся социально значимыми, их освещает телевидение, за ними наблюдает аудитория. Такие акции, как блог-туры – являются прекрасным инструментом в продвижении и пиаре развлекательных центров. Во-первых – это места, где блоггерам должно понравиться, во-вторых – снятые на видео и выложенные в сеть сюжеты с драгоценными комментариями кумиров – дорого ценятся их подписчиками и просто любителями поглазеть и послушать. Суть их заключается в том, что на протяжении какого-то времени команда блоггеров будет тестировать развлекательный центр, транслируя свои «приключения», приправленные впечатлениями с точки зрения посетителей.

Такие туры обеспечивают максимальную вовлечённость, а также вызывают интерес со стороны прессы. В результате достигаются максимально благоприятные условия для вирусного распространения информации о развлекательном центре и для обсуждений среди заинтересованной аудитории.

Также не следует пренебрегать такими любимыми молодёжью активностями, как флэш-мобы и тематические квесты. В них всегда с удовольствием участвуют, а потом с ещё большим удовольствием «делятся» в сети. Проведение их на территории развлекательного центра, либо на тему развлекательного центра однозначно привлечёт внимание и заставит, как минимум, зайти на сайт, или поискать через поисковик информацию. А если учитывать проведение всех вышеперечисленных активностей, то и посещения сайта, и поисковик выдадут нужный Вам результат. Это будет информация о развлекательном центре с безукоризненной репутацией, современной инфраструктурой, отличным качеством и сервисом, который советуют не только простые посетители, но и эксперты области, и кумиры молодёжи – блоггеры-тысячники. Информация о развлекательном центре, о котором говорят, который обсуждают, в который хочется попасть. Все эти активности привлекут к Вам новых посетителей, повысят продажи, позитивно отразятся на имидже в целом.

Насколько широки сегодня возможности для привлечения аудитории в онлайн среде к визиту в развлекательный центр в реальности, настолько их следует использовать. Всегда работающим является и такой инструмент как контекстная реклама. Но и иные, вышеперечисленные инструменты также эффективны. Они не просто привлекают к Вам аудиторию, а формируют полноценную картину Вашего развлекательного центра, формируют тот имидж, который необходим для успешного прибыльного бизнеса.

Естественно, позитивным является и тот факт, что в Интернете информация накапливается, создавая единый образ благоприятного места для отдыха, проведения досуга, образ «эксперта» в области развлечений. Все любят чувствовать, что о них заботятся. Это – беспроигрышный вариант. Если развлекательный центр сумел создать впечатление полного взаимопонимания со своей целевой аудиторией – он получит её любовь и преданность. Для этого и предполагаются активности в социальных сетях, для этого бесстрашно допускаются во все «святыни» развлекательного центра блоггеры, для этого развлекательный центр регулярно участвует в благотворительных мероприятиях и акциях, что само собой формирует его имидж как серьёзной и социально ответственной организации.

Важно понимать, что если задача состоит в дарении людям радости и приятных ощущений – нужно нести это как миссию, никогда не забывая о качестве, безопасности, комфорте. И тогда, развлекательный центр научится сам себя «продвигать» – его будут хвалить, видео с сюжетами о его посещении будут распространяться с невероятной скоростью, а количество поклонников и постоянных посетителей будет только возрастать – ведь мы любим делиться приятными впечатлениями, верно?



# Производственное объединение **ГРОС**

Более 25 наименований детских и семейных аттракционов собственного производства

## СЕМЕЙНЫЕ:

«Автодром», «Ракушки», Американская горка «Гусеница», цепочные карусели, джет «Летающие слоны» и другие.

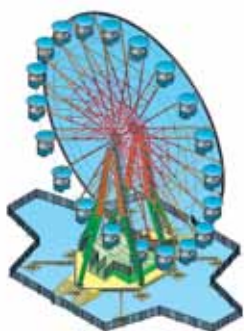


Колесо обозрения, г. Адлер

Джет «Летающие слоны»

## ДЕТСКИЕ:

паровозики, мини-джеты, свадебные карусели, детские колеса обозрения, карусели сложного вращения



**НАЛИЧИЕ СЕРТИФИКАТОВ  
СООТВЕТСТВИЯ ТРЕБОВАНИЯМ  
ГОСТ Р 53130-2008  
«БЕЗОПАСНОСТЬ АТТРАКЦИОНОВ»  
И ГОСТ Р 52170-2003  
«БЕЗОПАСНОСТЬ АТТРАКЦИОНОВ  
МЕХАНИЗИРОВАННЫХ»**

660115, г. Красноярск,  
ул. Гросовцев, стр. 3  
т. (391) 226-27-26;  
факс (391) 226-27-35;  
e-mail: [info@inpark.su](mailto:info@inpark.su)  
[www.inpark.su](http://www.inpark.su)



Детское колесо обозрения, г. Москва



«Ракушки», г. Москва



«Автодром», г. Белогорск



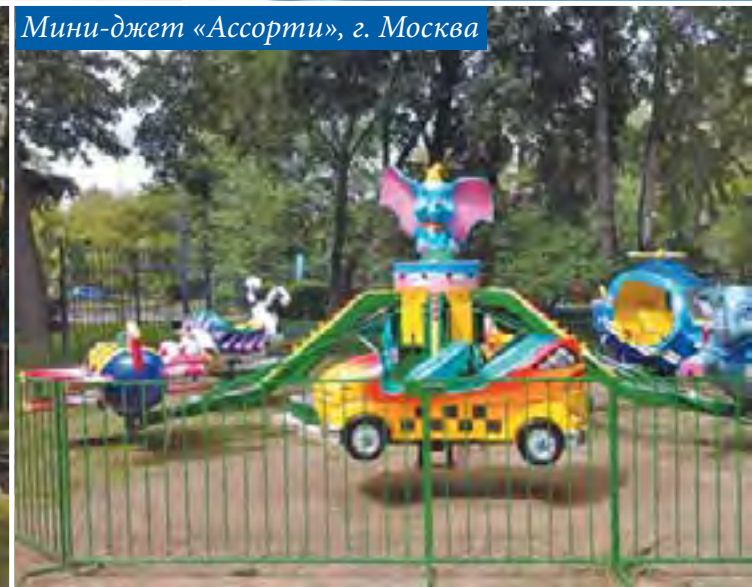
Паровозик «Веселый поезд», г. Москва



«Корабль», г. Москва



Мини-джет «Ассорти», г. Москва





# АКВАПАРК-вечное лето

Владимир Десяткин  
Компания «Альянс Медиа»

*Индустрия услуг и развлечений растет темпами, опережающими рост других отраслей промышленного производства. Сегодня нас уже не удивляют торговые молы, развлекательные комплексы, фитнес-центры, спа-салоны, рестораны экзотической кухни и другие развлечения для души и тела.*

*В моем далеком детстве, кроме коммунизма в 80-ом, нам обещали вечное лето – тропический рай в городах под стеклянными куполами. И, как не удивительно, это свершилось! Аквапарки, медленно, но верно, входят в нашу жизнь и дарят нам возможность окунуться в лето среди морозной зимы.*

Пока не каждый крупный регион может похвастаться наличием хотя бы одного водного парка. В Европе и Америке их насчитываются тысячи, в Германии – один на 400 тысяч жителей. Мы же делаем первые шаги в сфере строительства и эксплуатации аквапарков.

Создавая первые аквапарки в России, вполне естественным выглядит решение отечественных проектных и строительных организаций, законодательных и контролирующих органов, обратиться к опыту зарубежных стран в сфере нормирования, проектирования, контроля качества и эксплуатации подобных объектов.

Проектирование аквапарков в конце 90-х и начале 2000-х годов велось в России на основании европейских и американских норм в области использования схем подготовки воды и безопасности аттракционов, пока в 2003 не вышел СанПиН 2.1.2.1331-03 «Гигиенические требования к устройству, эксплуатации и качеству воды аквапарков», а в 2011 году ГОСТ Р 52603–2011 «Аттракционы водные». Однако, даже при

их наличии, российским специалистам приходится обращаться к зарубежной нормативной базе при строительстве и оснащении новых водных объектов.

Проектирование водных аттракционов, хотя и узкоспециализированная, но динамично развивающаяся отрасль мирового промышленного производства. Ежегодно ведущие мировые компании представляют новейшие разработки в этой сфере: водные аттракционы, скоростные горки, детские водные городки, оборудование для волновых бассейнов, бассейнов для серфинга и многое другое.

Основным приоритетом при разработке проектов водных парков является обеспечение безопасности аттракционов. Необходима проверка надежности опорных конструкций, крепежных узлов, качество покрытия скольжения. Кроме проверки основных прочностных характеристик конструкций, проводится анализ рисков, расчет максимальной скорости и ускорения на отдельных участках трасс. После выполнения монтажа, должны быть проведены всесторонние испытания аттракционов. Также не менее важно





грамотное составление эксплуатационной документации на все объекты водного парка.

Посетители и владельцы водного развлекательного комплекса должны помнить о том, что аквапарк, как и любой водный объект, является экстремальным развлечением. Поэтому, необходимо неукоснительно контролировать, как соблюдаются правила поведения посетителями, с которыми они должны быть заранее ознакомлены. Сколько бы ни были тщательными усилия, направленные на создание безопасного отдыха производителями аттракционов и работниками развлекательных комплексов, они могут быть вмиг перечеркнуты беспечностью посетителей или операторов аквапарка.

Печальным примером тому могут служить периодически приходящие новости о жертвах в аквапарках России. Статистика жертв водных парков в Европе, а в особенности в Америке, не менее печальна. Учитывая подобный опыт, Мировая ассоциация аквапарков и Ассоциация бассейнов и СПА-специалистов ежегодно проводят «Месячник безопасности на воде». В бассейнах и аквапарках Европы и Америки проходят уроки обучения плаванию детей. Последние годы открываются и успешно работают курсы для обучения плавания детей грудного возраста. Такие курсы начинают работать и в России. Поистине заработал известный лозунг города Васюки: «Спасение утопающих – дело рук самих утопающих».

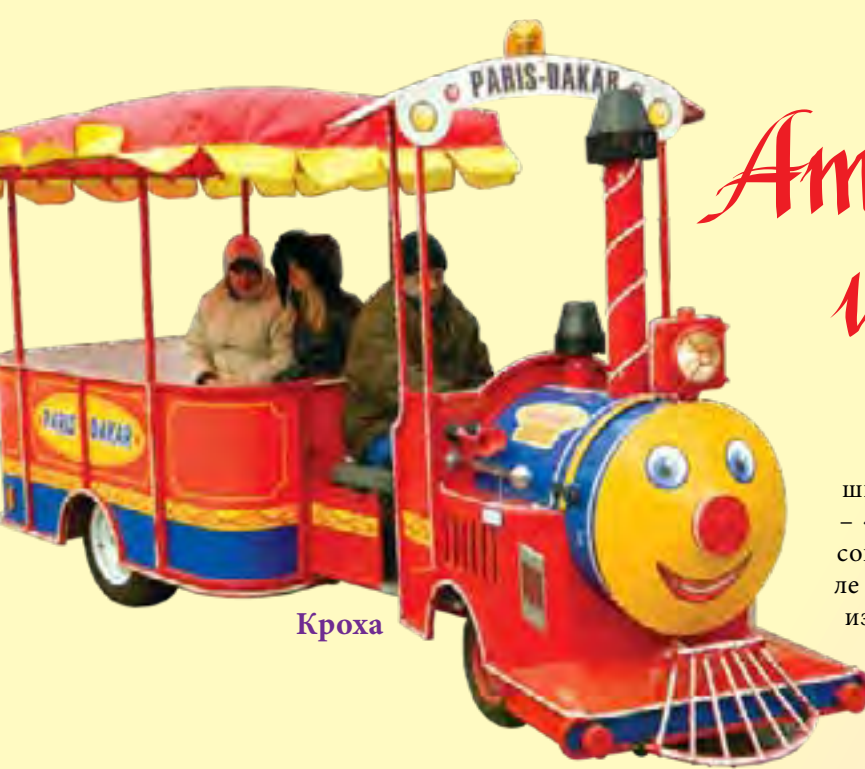
Наблюдая за практикой эксплуатации аквапарков в России, не перестаешь удивляться «изобретательности» наших посетителей. Как, например, при анализе рисков, можно было учесть неожиданное желание клиента спрыгнуть внутри аттракциона с круга, для того, чтобы прокатиться стоя на ногах, а затем нырнуть вниз головой в финишный бассейн? Или как можно защитить ребенка, который разворачивается головой вперед внутри закрытой трубы назло спасателю, запретившему ему это сделать на старте?

Конечно, самое главное на воде – это быть внимательным к детям. Родители, приходящие в аквапарк с детьми не должны оставлять их ни на минуту. Надо помнить, что для того, чтобы утонуть, ребенку достаточно одного случайного вдоха.

Будьте внимательны по отношению к себе и окружающим, и тогда отдых в аквапарке принесет вам радость и здоровье.



# Аттракционы из Волжского



Кроха



Чих-Пых

... **В**от уже почти 14 лет мы продаём паровозики. Теперь уже их четыре вида – два больших с двухосными и одноосными вагончиками – «Весёлая радуга» и «Малыш» и два маленьких, совсем разных – «Кроха» на бензиновом двигателе и «Чих-Пых» на электрической тяге. С каждым из них связана часть нашей жизни, каждый дорог и нам, и нашим заказчикам, по-своему.

«Весёлая радуга» - самый «взрослый» и самый большой – бесменный весёлый транспорт между санаторием и пляжем, проводник экскурсий по паркам-заповедникам, всегда загруженный туристами на красивейших набережных как юга страны, так и дальневосточных окраин. Более изящный и «семейный» «Малыш» - во многих-многих парках страны и ближнего зарубежья неумоимо катает мам-папабушек-дедушек с детьми или просто одних детишек, и мамы-папы-бабушки-дедушки могут наблюдать за своими чадами с ближайших скамеек. Лет семь уже такие же функции выполняет и наша «Кроха». Конечно, паровозик этот поменьше и подешевле, но ведь всё равно бежит к нему ребяшня, завидев эту весёлую глазастую мордочку. Теперь паровозик «Кроха» уже тоже обзавёлся вторым вагоном, 20 детских посадочных мест – это уже вполне приличный аттракцион. Да ещё и светиться стал, как новогодняя ёлка – мы украсили паровозик светодиодами. Да, ещё и детские песенки, раздающиеся из колонок, - ну как тут устоять, не прокатиться на таком чуде. А самый молодой (ему всего чуть больше 2-х лет!) паровозик «Чих-Пых» катает детей не только в парках и скверах, но и в помещениях, торгово-развлекательных центрах. Паровозик-то на аккумуляторах, поэтому нет от него никаких выхлопов, может работать и на улице, и в помещении.



Малыш

404111, г.Волжский, Волгоградская обл.,  
ул. Молодёжная, 30, офис 207.  
Тел./факс: (8443)27-53-13,  
Тел.: (8443)27-35-30, 8(902)311-0093  
[www.locomotive.org.ru](http://www.locomotive.org.ru)  
[raduga0512@mail.ru](mailto:raduga0512@mail.ru)

## Мини-карусель



Авансцена для тира «Охота»

Для торгово-развлекательных центров мы изготавливаем также авансцены для тиров – набор мишеней, объединённых единым сюжетом, выполненный по типу театральной сцены. Этот аттракцион давно уже завоевал симпатии наших заказчиков как самый кассовый и беспроблемный – места занимает немного, текущие затраты невелики, ломаться в нём просто нечему, а выручку даёт в несколько раз больше, чем дорогой и сложнообслуживаемый аттракцион. Теперь ещё мы выпускаем и небольшие мобильные карусельки, изготовленные из стеклопластика с покрытием акриловыми красками с блёстками – тоже удобный и недорогой аттракцион.

Но скоро – лето! А значит – жара, солнце, вода! Предлагаем наши водные аттракционы! Прежде всего - «Аквалан» - катер-катамаран с лопастными колёсами, не имеющий аналогов в России и за рубежом (имеем Патент на изобретение, выданный Федеральной службой по интеллектуальной собственности России). Этот аттракцион подходит даже для небольших парковых прудов, он совершенно не портит флору и фауну водоёма. Кроме того, в парковых прудах вы можете использовать нашу «Водную карусель» - совершенно новый аттракцион, представляющий собой удобную смотровую площадку на воде с использованием эффектов водных струй и светомузыки. На речных просторах можно прекрасно прокатиться на нашем прогулочном катере «Арго». Ну и, конечно, небольшие водные катамараны-байдарки – это байдарки, которые не переворачиваются, прекрасно управляются, дают неопишуемые ощущения свободы передвижения на воде. Кроме того, водные велосипеды, водные качели...

Желаем заранее позаботиться об аттракционах к весенне-летнему сезону! Звоните, пишите, заказывайте!

*С уважением,*

*Ефименко Галина Алексеевна.*

*Старший менеджер*

*СП «АТТРАКЦИОНЫ ИЗ ВОЛЖСКОГО»*



Аквалан



Водная карусель



Арго



Водные качели



Катамаран - байдарка

# АЗИАТСКИЙ ЭКСТРИМ



## Международные выставки в Китае, Турции и Индии

*В последние годы календарь международных выставок индустрии развлечений стал очень насыщенным. Выставки по-прежнему остаются одним из самых эффективных маркетинговых инструментов продвижения продукции на рынок, поэтому компании активно в них участвуют, предлагая свои товары и услуги.*

*Помимо всемирно известных выставок IAAPA в США и Азии, EAS в Европе, РАППА ЭКСПО в России, интерес представляют ряд национальных выставок, которые постепенно завоевывают статус международных.*

*Национальные рынки развлечений многих азиатских стран сегодня переживают заметный рост. Существует мнение, что производство аттракционов на Востоке уступает по качеству производителям из Европы, России и США, но за последние годы, в связи с возросшей конкуренцией, эта ситуация стала меняться, и продукция многих азиатских производителей по качеству стала не хуже европейских и американских компаний. Растет и число открывающихся в азиатском регионе парков и развлекательных комплексов. Уже привычно слышать, что именно здесь построили что-нибудь «самое высокое» или «самое большое». Азия продолжает ставить рекорды.*

### G&A Fair 2012

Среди активно развивающихся рынков развлечений на Востоке, в первую очередь, стоит выделить Китай. Объем производства аттракционной техники в этой стране один из самых высоких в мире. Многие китайские компании выходят за пределы национального рынка. Об этом говорит хотя бы растущее с каждым годом число китайских экспонентов на международных выставках. Многие китайские фирмы давно активно работают в России.

В самом Китае проходит несколько выставок развлекательного и паркового оборудования, и здесь есть на что посмотреть. Очень впечатляет ежегодная выставка, проходящая в Шанхае, на которой экспонируется порядка 3000 компаний. Однако у нас в прошлом году наибольший интерес вызвала выставка развлекательного оборудования «G&A Fair 2012», которая прошла с 30 октября по 04 ноября в г. Жоншане. Российская ассоциация пар-

ков и производителей аттракционов (РАППА) приняла в выставке участие с целью знакомства с новыми китайскими производителями аттракционов.

Из всех китайских выставок по развлекательной тематике «G&A Fair» наиболее специализирована под индустрию развлечений и не демонстрирует продукцию игорного бизнеса. На выставке было представлено много аттракционной техники, развлекательного оборудования, игрушек, оборудования для аквапарков, батуты, игровых автоматов, 5D-кинотеатров и прочее.

Если Вы не знаете китайского языка, то собираясь на любую выставку в Китай, следует позаботиться о переводчике, поскольку китайцы неохотно разговаривают на английском. В этом плане была неординарна помощь Стивена Чао - партнера РАППА в Китае, который не только помог представителям Ассоциации провести важные переговоры, но не остался безучастным и к проблемам многих знакомых нам посетителей из России.

## Atrax 2012



**Т**урция – еще один центр, в котором сегодня наблюдается активное развитие индустрии развлечений. Имея статус раскрученного туристического центра, это очень благоприятный регион для ведения развлекательного бизнеса.

С 6 по 9 декабря 2012 г. в Стамбуле впервые прошла Международная выставка «Atrax 2012». Сказать, что выставка нас удивила – не сказать ничего. Заявив о себе впервые, выставка сразу вызвала интерес у участников рынка.

В «Atrax 2012» приняли участие 174 компании из 22 стран. Среди них не только турецкие фирмы, но и много мировых лидеров индустрии развлечений, в т.ч. российские производители: Компания «МИР» и «Транс Форс».



Помимо аттракционов на выставке было представлено много сопутствующих услуг для индустрии развлечений.

Рекордным стало число посетителей выставки. За все дни работы невооруженным глазом было видно, что их очень много. Из официального отчета ее посетили более 13000 человек из 49 стран. На стенде РАППА нам хватало работы все дни. Для РАППА это была отличная возможность не только расширить деловые связи и контакты, но также укрепить сотрудничество с организаторами выставки – Turkes International Fairs, которых мы с нетерпением ждем на выставку в Москву.

## IAAPI 2013

**И**ндия – еще одна страна БРИК, переживающая в настоящее время бум развития индустрии развлечений.

Национальный рынок Индии, безусловно, пока уступает китайскому, но индийских производителей сегодня можно встретить на многих международных профессиональных форумах.

Самая известная выставка индустрии развлечений в Индии – «IAAPI Amusement Expo», в которой РАППА впервые приняла участие в 2013 году с 29 по 31 января в Нью-Дели.

В выставке участвовало около 100 компаний из 15 стран. Было интересно познакомиться с индийскими производителями и поставщиками, многие из которых проявили живой интерес и к выставкам РАППА,



и в целом к российскому рынку. Отметим, что индийские компании представили практически все виды аттракционов и развлекательного оборудования для парков и РЦ.

Безусловное преимущество индийской выставки в том, что, как и в России, ее организатором является национальная ассоциация парков и производителей аттракционов – это значительно расширяет возможности и повышает эффективность выставки, в отличие от мероприятий, организуемых коммерческими выставочными компаниями.

Производство аттракционов в азиатских странах в настоящее время – это масштабная индустрия, активно развивающаяся отрасль промышленности, которая оказывает влияние на развитие мирового рынка развлечений. Многообразие профессиональных выставок, проходящих на территории азиатского региона, предоставляет широкие возможности для прямого диалога с поставщиками необходимого Вам оборудования. Единственное, определяясь с маршрутом, не забывайте, что «Восток – дело тонкое», и выбирая производителя внимательно изучайте все стороны возможного сотрудничества.

*На выставках были*

*Елена Швецова и Диана Лукина*

## Проектируемые и открытые торгово-развлекательные центры в России и СНГ (за период 2013-2014 гг.)

№ п/п	Город, расположение	Наименование объекта	Стоимость проекта/площадь объекта	Ввод в эксплуатацию/дата открытия	Торгово-развлекательная составляющая (представленные операторы)	Источник
<b>2013 г.</b>						
1	Иркутск	ТРЦ «Модный квадрат»	38 700 м <sup>2</sup>	I квартал 2013	Развлекательный центр площадью 1170 м <sup>2</sup>	knightfrank.ru
2	Красногорск	ТРЦ «Комсомолец»	37 200 м <sup>2</sup>	I квартал 2013	Кинотеатр, зона кафе и ресторанов, развлекательная зона	irn.ru
3	Ангарск	ТРЦ «Фестиваль»	20 700 м <sup>2</sup>	I квартал 2013	Развлекательная зона, фуд-корт, рестораны и др.	m2.ru
4	Барнаул	ТРЦ «Арена»	150 000 м <sup>2</sup>	Март 2013	Искусственные водоем и пляж, водные горки, детский развлекательный центр, кинотеатр, боулинг, фудкорт и др.	sibarendator.ru
5	Минск, Белоруссия	ТРЦ «Galileo»	57 000 м <sup>2</sup>	1 мая 2013	7 залов кинотеатр, рестораны, кафе и др.	realt.onliner.by
6	Москва	ТРЦ «Весна!»	126 000 м <sup>2</sup>	II квартал 2013	Многозальный кинотеатр «Кронверк синема» (4 000 кв.м.), ресторанный дворик	joneslanglasalle.ru
7	Тамбов	ТРЦ «Акварель»	1,2 млрд руб./35 000 м <sup>2</sup>	II квартал 2013	5-зальный кинотеатр «Киномакс», фуд-корт, ресторан, кофейня.	kommersant.ru
8	Волгоград	ТРЦ «Акварель»	121 000 м <sup>2</sup>	II квартал 2013	Фуд-корт, развлекательная зона	aquarelle-centre.ru
9	Архангельск	ТРЦ «Золотая миля»	35 000 м <sup>2</sup>	III квартал 2013	Кинотеатр на семь залов, детский развлекательный центр и фитнес-центр (4000 кв.м.)	lrre.ru
10	Брянск	ТРЦ «Парк Саяны»	98 000 м <sup>2</sup>	III квартал 2013	Детский развлекательный центр, многозальный кинотеатр, рестораны, рядом: пляж	briansk.ru
11	Таганрог	ТРЦ «Мармелад»	1,5 млрд. руб./52 000 м <sup>2</sup>	III квартал 2013	Кинотеатр «Чарли», кинотеатр 7D «Аватар», двухуровневый детский развлекательный центр и обширный фуд-корт, уникальный цветомузыкальный фонтан, кафе, рестораны	marmeladmall.ru
12	Баку Азербайджан	ГК «Гала-алты Отель & Spa»	71 054 м <sup>2</sup>	IV квартал 2013	Развлекательный центр, игровые домики для детей, спортивные и игровые площадки, терапевтические сады и др	rencons.com
13	Саратов	ТРЦ «Июнь»	90 330 м <sup>2</sup>	IV квартал 2013	Многозальный кинотеатр (7 200 кв.м)	regionsgroup.ru

14	Москва	ТРЦ «Vegas Crocus City»	10,5 млн евро	IV квартал 2013	Детский парк «Kidzania», кинотеатр, развлекательный центр, ресторанный дворик	rbcdaily.ru kidzania.com
15	Новый Уренгой	ТРК «Солнечный»	40 000 м <sup>2</sup>	IV квартал 2013	Кинотеатр, каток, детская игровая зона, кафе и рестораны	arendator.ru
16	Псков	ТРК «Рига Гранд Молл»	47 000 м <sup>2</sup>	IV квартал 2013	Многозальный кинотеатр, фудкорт, развлекательно-игровая зона для детей	danan.ru
17	Брянск	ТРЦ «МераГ-РИНН»	4 млрд. руб./ 110 000 м <sup>2</sup>	IV квартал 2013	Парк аттракционов, детский развивающий центр, 6-зальный кинотеатр, боулинг, фуд-корт, рестораны, ледовый каток, ночной клуб «ЧАСЫ», бильярдный клуб и караоке-клуб, панорамный аквариум с размером смотрового окна 6x12 метров	grinn-corp.ru
18	Армавир	ТРЦ «Красная Площадь»	2 млрд. руб./ 59 000 м <sup>2</sup>	IV квартал 2013	6-зальный киноцентр, а также детский развлекательный центр	nterfax-russia.ru
19	Киев	ТРЦ «Ocean Plaza»		Ноябрь, 2013	Развлекательная зона, детский центр HarryPot, кинокомплекс на 11 залов, самый большой в Европе аквариум	oceanplaza.com.ua
20	Ярославль	ТРЦ «Аура»	5,7 млрд. руб./ 62 550 м <sup>2</sup>	Ноябрь, 2013	Развлекательный центр, фуд-корт	auramall.ru
21	Киев, Украина	ТЦ «Полярный»	8 634 м <sup>2</sup>	2013	Детская комната, фуд-корт, рестораны	the-village.ru
22	Киев, Украина	ТРЦ «Мармелад»	58 000 м <sup>2</sup>	2013	Детский развлекательный центр (5 000 кв.м.), фитнес-центр, фудкорт и др.	the-village.ru
23	Киев, Украина	ТРЦ «Silver Breeze»	75 700 м <sup>2</sup>	2013	Боулинг-клуб, детский развлекательный центр	svitland.com
<b>2014 г.</b>						
24		ТЦ «Водный»	166 300 м <sup>2</sup>	II квартал, 2014	Многозальный кинотеатр, фудкорт	shopandmall.ru
25	Сыктывкар	ТРЦ «Парк Саяны»	21 400 м <sup>2</sup>	II квартал, 2014	5-зальный кинотеатр, фуд-корт	komionline.ru
26	Обухово	ТРЦ «Сфера Молл»	82 000 м <sup>2</sup>	III квартал, 2014	Многозальный кинокомплекс	dearhome.ru
27	Саратов	ТРЦ «Галерея ТАУ»	184 000 м <sup>2</sup>	IV квартал 2013	Многозальный кинотеатр, большая ресторанный зона и фуд-корт	rway.ru
28	Набережные Челны	ТРЦ «Гранд Вояж»	106 000 м <sup>2</sup>	2014	Многозальный кинотеатр, развлекательный центр, разнообразный фудкорт	shopandmall.ru
29	Пенза	ТРЦ «Июнь»	50 000 м <sup>2</sup>	2014	Многозальный кинотеатр, боулинг, ресторанный дворик	june.ru
30	Омск	ТРЦ «Июнь»	50 000 м <sup>2</sup>	2014	Многозальный кинотеатр, боулинг, рестораны и кафе	june.ru



## Dear Friends!

I congratulate you with the opening of the 15th anniversary International exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2013». For over 15 years, your exhibition brings guests together at the territory of All-Russian Exhibition Center. The implementation of such large-scale projects, where the most recent achievements in the entertainment industry are exhibited, helps domestic amusement parks to acquire modern safe equipment and technologies, improve the level of provided services, attract to this sector more investment.

All amusement industry professionals appreciate your contribution to the development of cultural and leisure activities, your long-term fruitful work on spreading safe amusement rides and modern entertainment equipment around Russia, creating favorable conditions for the full-scale rest of the population, especially of children and youth.

I wish all participants of the anniversary exhibition a constructive communication, new business contacts and all the best.

Sincerely,  
M. Shvydkoi  
*Special Representative of the President  
of the Russian Federation for the International  
Cultural Cooperation*

## The Exhibition from which started amusement industry in Russia

In 2013 the International Exhibition of Amusement Rides and Entertainment Equipment “RAAPA EXPO” is 15 years old.

Established in 1999 under the modest name “Russian fair “Amusement parks and Clubs”, nowadays “RAAPA EXPO” has turned into the world renowned business platform that makes the top five of the international amusement industry exhibitions.

What did it all start from?

Amusement industry exhibitions that were held in Russia in the early 1990’s, in particular “Elex”, presented mainly the gambling business. A few private enterprises occupied with entertainment equipment manufacturing had to exhibit its product at the gambling exhibitions, but as a rule they could not find their customers there. At the same time heads of Russian amusement parks, being not in their prime-time, were lacking information about novelties of machinery and entertainment equipment. Foreign companies also did not know practically anything about the Russian amusement rides market nor about potentials of Russian companies in amusement industry.

Therefore the following situation came about when by the end of 1990’s there was not any exhibition on the whole territory of the former Soviet Union which could be a platform for the amusement industry development, where domestic and foreign partners and customers could meet.

In 1992 at the opening of the German exhibition of amusement rides in Dusseldorf, which was attended by the Russian delegation comprised Ministry of Culture representatives and “Pax Company Ltd” CEO Vladimir Gnezdilov, there was a case worth attention.

Chancellor of Germany, Helmut Kohl, having opened the exhibition said in his speech: “My colleagues and opponents claimed that instead of doing important state affairs I flew to you to do “unimportant affairs”. Well, everyone thinks to the best of his depravity and to level of his responsibility to people. As the Head of state I think that in the complicated crisis conditions we are obliged to provide facilities for cultural leisure of the citizens”.

The idea of the Russian amusement rides exhibition, say, was “thick in the air”.

In 1999, in the epoch of gambling industry prosperity, Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA) made a courageous step and established the first specialized exhibition in Russia dedicated to amusement rides, family leisure and entertainments.

Holding of the first exhibition under the name “Amusement parks and Clubs” was connected with lots of organizing and financial difficulties: there was not clear understanding yet how to hold exhibitions, what companies should be invited, how to work with the customers. However the fact that the exhibition was held under the aegis of Russian Association of Amusement Parks, which at that time carried out active work on amusement rides safety issues and development of amusement industry in our country, let gather



53 companies on the territory of pavilion 69 at All-Russian-Exhibition-Center (VVTs). And the most important thing is that amusement industry specialists came to the exhibition: several dozens of contracts were signed for the manufacture and delivery of amusement rides and another entertainment equipment to Russian amusement parks. The great achievement was participation in the exhibition of 11 foreign companies from Holland, Italy, Switzerland and Germany. Finally foreign professionals could estimate capabilities and needs of Russian amusement market.

Russian amusement rides exhibition got “a start in life”!

It is worth noticing that amusement industry in foreign countries is highly profitable, intensively developing industrial sector. It is known, for example, that Defense Technology exhibition is the first place in the world in volume of exhibiting items and exhibition attendance, Computer Technology exhibition is the second, exhibitions of Amusement Industry – the third.

The development of “RAAPA EXPO” is closely related to the amusement industry itself in Russia. Nowadays Russian manufacturers produce practically all kinds of amusement rides – from giant ferris wheels about D 100 m and more to trampolines, kiddie rides, 5D cinemas and etc.

Against the background of Russian amusement industry growth, the possibilities which “RAAPA EXPO” gave to amusement ride designers and operating organizations, turned out to be in high demand.

From year to year the exhibition has become more and more significant event in the world of entertainments. Organizers’ enthusiasm and professionalism contributed mainly to that. It should not be left unmentioned that the success of any event is always created by hard organizer’s labor.

So, three years after, the number of exhibitors increased to 122, the number of countries-participations to 15, the number of foreign companies to 34.

Another step was the 10th Exhibition “RAAPA EXPO – 2008” which covered 7000 sq. m. and gathered 170 exhibitors and more than 4 000 professional visitors from different countries of the world.

Since 2007, considering the manufacturers’ demand, Russian Association of Amusement Parks has begun to hold, in addition to the spring show, annual autumn exhibition “RAAPA EXPO Autumn” which has quickly gained high popularity as well.

During 15 years the thematic sections of the exhibition have widened essentially. If primarily there were mostly amusement rides presented then in the present time RAAPA EXPO covers practically all current amusement industry trends: amusement rides, entertainment equipment, related services, festive events organization, landscape decoration and design, amusement business consulting, personnel training and many others.

The essential particularity of “RAAPA EXPO” exhibitions consists of the fact that within the frames of every exhibition an extensive business programme is held which includes conferences, seminars, business-trainings, master-classes, round-tables, exit events with attending amusement industry enterprises – amusement parks, water parks, FECs.

Annually about 300 specialists gather at the business programme to familiarize themselves with advanced

practice of various profile amusement industry enterprises’ operation, amusement industry leading experts’ experience and opinions.

Chairman of Gosstandard of Russia G.P. Voronin, Head of Gosstandard Machine Manufacturing Department V.V. Shildin, “Disney” company Vice-President Grag Hale, International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) Presidents and Chairmen of the Board John Graff, Alain Baldacci, John Collins, Charlie Bray, Robert Masterson, VITALA GROUP company President Wolf Vierig and many other well-known Russian and foreign professionals made the speech at RAAPA conferences and seminars in different years.

By today RAAPA EXPO has become the largest thematic exhibition in Russia, the CIS and Eastern Europe and the largest business platform of experience exchange and the possibility of direct business dialogue between amusement industry professionals of Russia, the CIS and foreign countries.

The 15th Anniversary exhibition “Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO -2013” will be held on the territory of new exhibition pavilion 75 at the VVTs. Over 200 exhibitors from 22 countries will take the part in it, among them over 63 foreign manufacturers.

For 15 years the Exhibition RAAPA EXPO has become one of the leading exhibition brands of amusement industry, the center of policy development formation of Russian amusement business. As an example of highly effective model of exhibition communication, RAAPA EXPO provides exhibitors with universal marketing instruments which let them be armed with best world achievements and technologies, find new partners and effective solutions on business development. Attending RAAPA exhibition for the most of specialists has become the element of image and professional culture.

Having gained the immense authority among professionals, RAAPA exhibition has become a unique business platform which not only demonstrates modern entertainment equipment but also gives opportunity to estimate the next development directions of Russian amusement industry.

*Nikita Kuznetsov*





## Client responses

### Gerry Robinson

*TSI Ltd, Managing Director, UK*

"The fact that the RAAPA Expo has been not only in existence for 15 years but has continually grown both in the number and variety of exhibitors and in quality visitors numbers is a reflection on its importance, placing it at the forefront of the Russian attractions and amusement industry. It is now the second largest European industry trade event.

My first visit to Moscow in 1999, the subsequent "birth" of the Expo, the exceedingly warm welcome and hospitality of my hosts, are memories that will remain with me forever.

There have, of course, been many changes in the industry the most significant of which has seen the advancement in the number Russian made equipment and the provision of specialist services. Many can now compete within the international market place.

Equally has been the growth of amusement and attraction facilities, from Family Entertainment Centres to amusement and water parks.

On the important issue of safety RAAPA has taken a leading role by bringing together worldwide representatives to create an International Standard (ISO) for amusement rides.

The future for the Russian parks and amusement facility industry depends on constant innovation of product and expansion of specialist services.

With RAAPA that future is in good hands."

### KCC Entertainment Design team, Belgium

"KCC Entertainment Design congratulates RAAPA Expo on the occasion of their 15th birthday!

During many years KCC Entertainment Design has participated in the RAAPA Expo in Moscow and we have seen a very positive evolution of the RAAPA Expo towards an exhibition which anticipates and follows the growth of the Russian entertainment market.

We feel that RAAPA Expo gets bigger, more professional and successful each year!

We congratulate the organization on this evolution and wish them to continue the same trend in the future!"

### Nataliya Palman

*Chief Editor of "KIR" magazine, Saint-Petersburg*

"Dear colleagues, RAAPA EXPO organizers!

The team of "The Amusement Industry Catalogue" greets you heartily and congratulates all the RAAPA exhibition team on the 15th anniversary. During these years partnership relations between RAAPA and KIR have formed and enhanced.

It is pleasant to realize that over so many years we have been working together on the Russian amusement industry market developing.

In the present-day world one can reach success who is well informed. We have many common tasks with you and we complement each other harmoniously in tackling them. In fact the exhibition lets visitors not only rely on pallid statistics on figures but feel visibly and perceiving all charm of modern attractions. RAAPA gives company-participants the opportunity to exhibit best samples of their entertainment equipment and technologies.

We think RAAPA exhibition is a reliable instrument of market analysis, a wonderful place for marketing research and contract signing.

That is why "The Amusement Industry Catalogue" cooperates with you with pleasure being the main media sponsor of the exhibition.

We sincerely believe that the reliability of a business partners is a guaranty of success.

Dear friends! We wish you good health and RAAPA project further development, the growth of exhibition area and increase in the number of exhibitors and visitors.

The main thing is we wish you eternal professional interest to your forum from amusement industry specialists!"

### Agi Reddersen

*Chief Editor of Kirmes & Park*

*Revue/Gemi Verlag GmbH, Germany*

"Agi Reddersen and the Kirmes & Park Revue team of Gemi Verlag GmbH Germany would like to take this opportunity to congratulate RAAPA on its 15th anniversary/birthday event.



Having been associated with RAAPA since 2001, I have had the personal experience of observing the growth and development of this now internationally valued and respected exhibition, for many years.

Growing from a small but friendly event, initially serving the Russian States predominantly, it is now an international exhibition that serves major theme parks, manufacturers, and suppliers from all over the globe.

The 14th event last year was superb – the 15th will be even better!”

### **Owen Ralph**

*Editor, Park World, UK*

«During over a decade as editor of Park World magazine, I have watched RAAPA Expo grow significantly, mirroring the rise of the amusement industry in Russia and other CIS countries. In Moscow, and at other events around the globe, I have always received a warm welcome from RAAPA and its representatives. I congratulate the association on reaching the 15 year milestone, and trust there are many prosperous years ahead for all its members.»

### **Larisa Dmitrieva**

*Director, “Park Chudes”, Kemerovo*

“In 2006 I was appointed occasionally as Director of “Park Chudes” in Kemerovo and under the principle

“if it is necessary – we will work” I made my first visit to the conference and exhibition of amusement rides equipment “RAAPA – 2006”. It was a light shock of Alice in Wonderland: it came out that so many people were into amusement industry! Adult men and women discussed questions of amusement rides, shopping units placement, leasing issues, analyzed the profit and income, argued over marketing matters etc.

Attending RAAPA exhibitions allows to get to know amusement parks work experience in the country and bring something interesting to your amusement park. It is great that there is a small spot on the world map named “RAAPA” where one can go for.

Take a start to the next 15th anniversary!”

### **Steven Chao**

*Project Manager,*

*Shanghai Ultrasia Exhibition, China*

“RAAPA will be 15 years old!

As the biggest amusement and entertainment trade show in Russia and the CIS, it's already become one of the greatest platforms for communication and study in this sphere. I heartily congratulate the 15th RAAPA EXPO, wish a full success, and look forward RAAPA will bring more and more surprises and miracles to us.”

## **Yaroslavl's Amusement Parks: To be better than yesterday**

Continuing to cover the scopes of amusement industry in our country, we would like to tell about Yaroslavl's amusement parks. There is probably not a person who has not heard of this amazing city, one of the pearls of the well-known “The Golden Ring of Russia”.

Certainly, so far many visitors of Yaroslavl are first interested in historic monuments, magnificent churches and other places of interest. City residents prefer to take rest in more habitual places, and amusement parks are not the last place here, especially in summer. However, it is just around the corner when Yaroslavl's city parks will become everyday frequented spots for tourists too, since the essential changes are waiting for them.

Last year we were lucky to visit Yaroslavl's parks which there are eight in the city. “The Park on the Damanskiy Island” can be called the most noticeable among them, which is actually located on the Island and surrounded by water all around.

Like in many cities of Russia, Yaroslavl's amusement parks are included into the unified institution – Municipal Unitary Enterprise “City Park of Culture and Leisure”.

It often happened that under such organized structure only one park stood out (as a rule, the central one) in which most resources were invested. As a result, it becomes the main economical anchor of the whole organization, other parks become unprofitable. Until recently, the same situation used to be in Yaroslavl as well, but the new administration noticed that the management model was not quite “healthy”

and decided to change fundamentally the function of the city parks.

The amusement industry does not stand still but is in a constant development. Sometimes it seems that we have reached everything but after a while we notice that we remained behind. The example of Yaroslavl's parks shows that it is necessary to go ahead and to be better today than yesterday.

In what direction Yaroslavl's parks will be developed and what will be changed in them and the most interesting –



what has already changed by now, the Director of MUE “City Park of Culture and Leisure” of Yaroslavl”, Taras Evgenyevich Buryak, told us.

*Taras Evgenyevich, as far as we know, until recently, Yaroslavl’s parks worked under the principles “If only we were not disturbed”. At the end of the past year the situation changed: the administration started paying attention to the parks and set definite tasks for their development. What transformations are going to be in Yaroslavl’s parks?*

That is not to say that Yaroslavl’s parks were shambles, they were likely in some desolation. From an outsider’s viewpoint it looked that there was a life in the parks but it left much to be desired and demanded changes. A new Mayor of Yaroslavl, Evgeniy Robertovich Urlashov, set his mind on improving the parks, park areas and city planted territories. A reconstruction of six parks united under the structure of MUE “City Park of Culture and Leisure” is planned for 2013-2014. The reconstruction will be done for account of private investors who are ready to invest for a long period. During this year “the Central park on the Damanskiy Island” will be renovated: new rides, lighting and ambient sound, repaired paths, new trees, automatic admission system and video surveillance system will be installed there.

“The Park of 30th anniversary of Victory” is the second one to be renovated. It has been supplied with new attractions: a 5D cinema, a whirlingig and a dodgem field.

In parks of Dzerzhinsky and Leninsky region of Yaroslavl besides attractions, a sports zone will be installed: sports grounds with simulators and football playgrounds.

Each park will have its own special: “the Park of Fountains”, “The Park of Soviet Cartoons”, etc.

“The Park of Fountains” which was opened especially to the 1000th anniversary of Yaroslavl at all times had a cascade of fountains spanning the two alleys that have been out of service for several years. Now we are carrying on negotiations for deriving water again to make the fountain work. In the park there has already been laid paths, set down litter-baskets, benches, in other words, all the necessary



conditions for visitors’ comfort leisure in the park were created.

All these and other upturns allow making Yaroslavl’s parks more visited.

*In the light of prospective changes, how do you think “the visitor’s image” of parks will be changed?*

In every park we can see our visitor. The parks used to be targeted at parents with kids and the main entertainment was kiddy rides. Now we would like to attract the youth to parks, so we are planning to install family rides, so that people of different age could take a ride.

I should also notice, that riding bicycles, roller-skating used to be prohibited in Yaroslavl’s parks and, in general, very little attention used to be given to sports. Therefore, a certain group of visitors who prefer healthy lifestyle and active leisure was cut off. In this concern, we will provide the necessary conditions for going in for sports and active leisure. This is important because a considerable group of our visitors is schoolchildren and students for whom there is often just no place to go in for sports as not every school has its own playground.

As for rides, the last major rides in Yaroslavl’s parks were bought in 1999, so most locals have already had enough time to take a ride on them more than once and it is not surprising that they have lost interest in them in the course of time. Our aim is to attract these people back.

When choosing amusement equipment, besides obligatory safety criterion, we proceed from the eye-catching design of attraction. If we compare Italian and Russian dodgem fields, domestic manufacturers are certainly more attractive in terms of price but they fall short of quality. Visitors are attracted by the exterior appearance of attractions and only afterwards – by their functioning. At the same time, it often occurs that an attraction is very interesting in use but has a poor appearance.

However, it should be remembered that people come to parks not only to take a ride but also to have a rest, to communicate, to admire the nature, to visit cafes.

We will develop a food-court sector in parks. For now, we are expanding in this direction, so any restaurant which will operate in summertime must be designed accordingly and fit in the concept of a certain park. For instance, when it comes for “The Park of Fountain” and “The Damanskiy Island”, then, consequently, there will be the maritime theme and proper cuisine. We refused a branding system, i.e. when a well-known brand (for example, “Pepsi” or “Coca-Cola) provides its own pavilions and we organize a food-court in them. It was popular in the 90’s, now we tend to create a special atmosphere in each park.

*How did the parks work last winter and how are they going to function in the cold period?*

It was the first winter when I took over a business and we went through it quite well – increased income and reduced operation expenses. Next winter season we are going to install new ice slides, skating rinks and other winter entertainments. Certainly, the most effective way to attract visitors to a park in winter period is to organize festive

events and entertainment shows. We held many events during the New Year holidays, each event was attended by not less than 200-300 people, the figures are not high but without holding the events, there would not be any.

Events and festivals are the most important component of successful park operation. Last year we inducted the position of Art Manager – the person who is responsible for events organization, who connects with artists, institutes of culture. It is very important to have an own organizer as parks work daily and many operational issues may arise.

*We know the figures, with the population 600 thousand people the park was visited by approximately 700 thousand people per year. What do you think, will the number go up?*

I am sure it will, because there will be new rides, new services, new leisure conditions. This year the parks were visited by 9 thousand people during the New Year holidays. Let's not forget that we have a million tourists per

year as well. Earlier, we could only show them “a park of Soviet period” with old rides, and the famous place where the movie “Bolshaya peremena” was shot, nothing else interested them. Those quality changes which are going to happen in Yaroslavl's parks give us grounds to figure on a significantly increased number of visitors this year.

*On your opinion, what determines the park success, its popularity and attendance?*

Much depends on creativity. This work is in constant process. Some people think that a director should sit still, should not go anywhere, and be occupied only with the so-called development. But how can he develop anything if he does not see how the modern world of entertainment is organized around him. We have many business trips over Russia, Europe, Asia where we try to get acquainted with foreign experience, to take the best of it, improve it and bring into our parks.

## AT THE FINISH OF 2012 SEASON

### The results of the 6th Moscow International autumn exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO AUTUMN - 2012»

It has already become a kind of tradition for amusement industry specialists to finish the summer season at the exhibition “RAAPA EXPO Autumn” which was held for the sixth time with great success on October 24-26 at Pavilion 55 of All Russian Exhibition Center.

Year by year, the exhibition «RAAPA EXPO Autumn» has been steadily growing and becoming more representative.

Originating as “The Manufacturer's Day”, where the experts could timely choose and order new equipment after the end of summer season, over 6 years “RAAPA EXPO Autumn” has significantly expanded its capabilities, has gained popularity and has become an important business platform for the meeting of manufacturers, suppliers and operators of amusement equipment.

In 2012 the list of exhibitors included over 70 companies offering products and services in various spheres of amusement industry - from the simulators and XD-cinemas to kiddie playgrounds, bowling equipment, ticketing systems, attractions, services for the project planning and landscape design of amusement parks, etc. Among the exhibitors we can highlight the Russian representatives of such world-famous foreign companies as Polin (Turkey), Antonio Zamperla (Italy), Proludic (France), Italtank (Italy) and QubicaAMF (the USA), as well as domestic manufacturers: the PAX Group of Companies (Moscow), «PlaySpace» company (Moscow), the Group of companies «RIF (Rostov-on-Don), «Attraction» JSC (Yeisk), «Air Palace» factory (St. Petersburg), «Italtank» company (Mytishchi), the Group of companies «GameCity» (Belgorod), and others.

Balloons, festive inflatable constructions and trampolines, flashing redemption machines, a variety of virtual simulators and 5D-attractions presented at the booths attracted the visitors' attention and created at the exhibition a festive atmosphere of the coming New Year.

It is worth mentioning that many manufacturers have a tradition at the autumn exhibitions RAAPA EXPO to test novelties of entertainment equipment. For example, in 2012, the exhibition visitors demonstrated a great interest to the novelties, presented by «Technologii Kino» Design Department and «Roboarmiya.rf» company. The first one showcased a «FLYMotion» simulator and «XD-Motion» racing simulator, the second - a hand of a giant robot.





The company «Nettle», producing a new generation virtual rides, that make one believe in the reality of what one has seen even with a dynamic movement of the player, participated in the exhibition for the first time. The company «Dreamsim Trade» presented a unique capsule with three Full HD screens. The crossbow shooting gallery by «Robin Hood» shooting club and the spherical cinema theater effectively constructed and presented by the «Society of Spherical Cinema» (Moscow) in the open air area of the exhibition didn't stay unnoticed by the specialists.

In addition to the increase in the number of exhibiting companies, there is an obvious increase in the number of visitors of RAAPA Autumn exhibition, among whom one can meet not only the representatives of Russian companies but also foreign experts.

During three days the exhibition it was visited by more than 1 500 professionals, including heads of amusement parks, arcades, family entertainment centers, water parks, representatives of cities and regions' administration, individual entrepreneurs and other interested persons.

According to many exhibitors' opinion, it is always possible to meet new clients and customers at RAAPA autumn exhibitions, especially those who are just starting to work in the entertainment business.

The visitors noted not only a high level of organization of RAAPA EXPO Autumn - 2012, but also the relevance of the business program, held during the exhibition.

On October 23 a business training took place on the topic ««Operational efficiency of a modern family entertainment complex: CLIENT, SERVICE, PERSONNEL», which was provided by the EntenS Group company, for over 6 years specializing in the provision of services in preparation for the launching and management of projects in the field of entertainment. Original approaches of the coaches to the revealing of the topic impressed even the most experienced professionals in the entertainment business. Despite the tight schedule, the participants remained active and attentive until the very end of the event, and even after the completion of the program did not want to break up, keeping on asking the keynotes more and more questions.

During the exhibition working days the round tables were also held on topical issues of the amusement industry: «How to attract visitors to the amusement park and increase revenue by new deposit and club loyalty systems»

and «Getting ready for adoption of technical regulation «On Safety of Amusement Rides» also there took place a stably popular among the amusement industry specialists professional a informational and educational tour over modern family entertainment centers of Moscow.

This year this exciting event was focused on the edutainment centers and interactive play complexes. During the day, the tour participants were welcomed by «Dinosauria» theme park, a virtual entertainment complex «Physics Theatre by Nikola Tesla» Teleportation», «Eksperimentanium» entertaining science museum, and «Cosmic Belaya Dacha» epicenter of active leisure . Executives and top-managers talked about the peculiarities and management secrets of family entertainment centers, work with personnel, about the operation peculiarities of various amusement rides and entertainment equipment.

Presence at the exhibition «RAAPA EXPO Autumn - 2012» of a target interested audience was facilitated by the fact that these days RAAPA Training and Education Center sessions took place on safe and efficient operation of amusement rides (October 22-27). 45 experts from 23 cities of Russia and the CIS countries came to acquire new knowledge and share experiences with fellow professionals. In addition to traditional lectures and practical classes, the attendees were able to visit the exhibition «RAAPA EXPO Autumn-2012», for which they expressed gratitude to the organizers of the event.

Participants of RAAPA events once again featured a wide geographical palette, coming from all parts of our country, the CIS and foreign countries. Over 200 amusement industry professionals took part in the events that were held within the frames of the exhibition.

According to the participants and guests' feedback, the autumn exhibition was very successful. All three days exhibitors were occupied with business: they negotiated, signed contracts, discussed cooperation issues etc.

The results of RAAPA EXPO Autumn - 2012 can be summed in a very simple way: interesting, informative, saturated, useful for business!

Year by year «RAAPA EXPO Autumn» is taking new height, becoming more and more popular and wide scale.

We invite you to the 7th Moscow International exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO Autumn - 2013» which will be held on October 16-18, 2013 at Pavilion 55 at VVTs (All-Russian-Exhibition Center).

To book the exhibition area contact: raapa@raapa.ru or raapa5@raapa.ru. More detailed information you may get at RAAPA: Tel./Fax: +7(495) 234-50-15, 234-52-68 [www.raapa.ru](http://www.raapa.ru)

## Table of projected and put into operation family entertainment centers in Russia and the CIS countries (2013-2014)

№	City/ location	Name of the facility	Project cost/ object area	Putting into operation/ date	Trade and entertainment component (operators presented)	Source
<b>2013</b>						
1	Irkutsk	FEC «Modny kvadrat»	38 700 m <sup>2</sup>	2013, 1 <sup>st</sup> quarter	FEC sized 1170 sq.m.	knightfrank.ru
2	Krasnogorsk	FEC«Komsomolets»	37 200 m <sup>2</sup>	2013, 1 <sup>st</sup> quarter	Cinema theatre, food court, entertainment area	irn.ru
3	Angarsk	FEC «Festival»	20 700 m <sup>2</sup>	2013, 1 <sup>st</sup> quarter	Entertainment area, food court, restaurants, etc.	m2.ru
4	Barnaul	FEC «Arena»	150 000 m <sup>2</sup>	March 2013	Artificial pool and the beach, water slides, kiddie entertainment center, cinema theatre, bowling, food court, etc.	sibarendator.ru
5	Minsk, Belarus	FEC «Galileo»	57 000 m <sup>2</sup>	May 1, 2013	7-hall cinema theatre, restaurants, cafes, etc.	realt.onliner.by
6	Moscow	FEC «Vesna!»	126 000 m <sup>2</sup>	2013, 2 <sup>nd</sup> quarter	Cineplex «Kronwerk Cinema» (4 000 sq.m.), food court	joneslanglasalle.ru
7	Tambov	FEC «Akvarel»	1.2 milli-ard RUR/ 35 000 m <sup>2</sup>	2013, 2 <sup>nd</sup> quarter	5-hall cinema theatre «Kinomax», food court, restaurant, coffee house	kommersant.ru
8	Volgograd	FEC «Akvarel»	121 000 m <sup>2</sup>	2013, 2 <sup>nd</sup> quarter	Food court, entertainment area	aquarelle-centre.ru
9	Archangelsk	FEC «Zolotaya Milya»	35 000 m <sup>2</sup>	2013, 3 <sup>d</sup> quarter	7-hall cinema theatre, kiddie entertainment center, fitness center (4000 sq.m.)	lrre.ru
10	Bryansk	FEC «Park Sayany»	98 000 m <sup>2</sup>	2013, 3 <sup>d</sup> quarter	Kiddie entertainment center, cineplex, restaurants, close to a beach	briansk.ru
11	Taganrog	FEC «Marmelad»	1.5 milli-ard RUR/ 52 000 m <sup>2</sup>	2013, 3 <sup>d</sup> quarter	«Charlie» cinema theatre, 7D cinema theatre «Avatar», 2-level kiddie entertainment center and an expansive food court, a unique color music fountain, cafés, restaurants	marmeladmall.ru
12	Baku Azerbaijan	Hotel complex «Gala-alty Hotel & Spa»	71 054 m <sup>2</sup>	2013, 4 <sup>th</sup> quarter	Entertainment center, kiddie play houses, sport and playgrounds, terapeutic gardens, etc.	rencons.com
13	Saratov	FEC«Iun'»	90 330 m <sup>2</sup>	2013, 4 <sup>th</sup> quarter	cineplex, entertainment area, food court	regionsgroup.ru

14	Moscow	FEC «Vegas Crocus City»	10,5 mln. euro	2013, 4 <sup>th</sup> quarter	Kiddie park «Kidzania», cinema theatre, entertainment center, food court	rbcdaily.ru kidzania.com
15	Novy Urengoi	FEC «Solnechny»	40 000 m <sup>2</sup>	2013, 4 <sup>th</sup> quarter	Cinema theatre, ice skating rink, kiddie play area, cafés and restaurants	arendator.ru
16	Pskov	FEC «Riga Grand Mall»	47 000 m <sup>2</sup>	2013, 4 <sup>th</sup> quarter	Cineplex, food court, entertainment and play area for kids	danan.ru
17	Bryansk	FEC «Mega-GRINN»	4 млрд. руб./ 110 000 m <sup>2</sup>	2013, 4 <sup>th</sup> quarter	Amusement park, kiddie development center, 6- hall cinema theatre, bowling, food court, restaurants, ice skating rink, «Chasy» night club, billiards club and karaoke club, panoramic aquarium with the viewing window sized 6x12 m	grinn-corp.ru
18	Armavir	FEC «Krasnaya ploshad»	2 mlrd. RUR/ 59 000 m <sup>2</sup>	2013, 4 <sup>th</sup> quarter	6-hall cinema center, and kiddie entertainment center	nterfax-russia.ru
19	Kiev, Ukraine	FEC «Ocean Plaza»		November, 2013	Entertainment area, kiddie center HappyLion, 11-hall cinema complex, the biggest aquarium in Europe	oceanplaza.com.ua
20	Yaroslavl	FEC «Aura»	5.7 milli-ard RUR/ 62 550 m <sup>2</sup>	November, 2013	Entertainment center, food court	auramall.ru
21	Киев, Украина	FEC «Polyarny»	8 634 m <sup>2</sup>	2013	Kiddie play room, food court, restaurants	the-village.ru
22	Kiev, Ukraine	FEC «Marmelad»	58 000 m <sup>2</sup>	2013	Kiddie entertainment center (5 000 sq.m.), fitness center, food court, etc.	the-village.ru
23	Kiev, Ukraine	FEC «Silver Breeze»	75 700 m <sup>2</sup>	2013	Bowling, kiddie entertainment center	svitland.com
<b>2014</b>						
24		FEC «Vodny»	166 300 m <sup>2</sup>	2014, 2 <sup>nd</sup> quarter	Cineplex, foodcourt	shopandmall.ru
25	Syktvykar	FEC «Parma»	21 400 m <sup>2</sup>	2014, 2 <sup>nd</sup> quarter	5-hall cinema theatre, food court	komionline.ru
26	Obukhovo	FEC «Sfera Mall»	82 000 m <sup>2</sup>	2014, 3 <sup>d</sup> quarter	Cineplex	dearhome.ru
27	Saratov	ТПЦ «Галерея ТАУ»	184 000 m <sup>2</sup>	2014, 4 <sup>th</sup> quarter	Cineplex, big restaurant zone and food court	rway.ru
28	Naberezhnye Chelny	FEC «Grand Voyage»	106 000 m <sup>2</sup>	2014	Cineplex, entertainment center, various food court	shopandmall.ru
29	Penza	FEC «Jun'»	50 000 m <sup>2</sup>	2014	Cineplex, bowling, food court	june.ru
30	Omsk	FEC «Jun'»	50 000 m <sup>2</sup>	2014	cineplex, bowling, restaurants and cafes	june.ru