АТТРАКЦИОНЫ и РАЗВЛЕЧЕНИЯ

ATTRACTIONS & ENTERTAINMENTS

№ 41 октябрь 2026

В НОМЕРЕ:

- Летняя встреча РАППА-2026 в Омске
- Как сделать парк интересным в разные сезоны
- Вторая жизнь аквапарка: реинжиниринг вместо ребрендинга
- Масштаб впечатлений: Hello Park Воронеж



Александр Янтураев
Генеральный директор
SKY PARK, г. Бишкек

Алёна Янтураева
Директор по развитию
SKY PARK, г. Бишкек

Информационно-рекламный журнал для профессионалов индустрии развлечений





RIF®

ПРОИЗВОДСТВО
АТТРАКЦИОНОВ
И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО
ОБОРУДОВАНИЯ




+7(903) 401 29 11
+7(961) 426 29 03
WWW.RIF2000.RU

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

От редактора.....2

ИНТЕРВЬЮ
SKY PARK: среда впечатлений
А. Янтураев.....4

ВЫСТАВКИ, ФОРУМЫ, КОНФЕРЕНЦИИ
Итоги РАППА ЭКСПО -2026
И. Соловьева.....10

СОБЫТИЕ СЕЗОНА
Лауреаты премии ПРОПАРК-2026.....16

ГОРОДСКАЯ СРЕДА
Как сделать парк интересным днём, вечером и в разные сезоны
Н. Толстых.....18

ВЫСТАВКИ, ФОРУМЫ, КОНФЕРЕНЦИИ
14-я Летняя встреча РАППА в Омске
И. Соловьева.....22

ПОЛЕЗНО ДЛЯ БИЗНЕСА
Логистика аттракционов: как отрасль адаптируется к новой реальности
М. Детинников.....30

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС
Белый марал. Как создавалась центральная фигура парка «Дримвуд» на Алтае
ИОЛЛА.....32

ВОДНЫЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ
Вторая жизнь аквапарка: реинжиниринг вместо ребрендинга
А. Олимпов.....40

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС
Масштаб впечатлений: Hello Park Воронеж
Б. Писаревская.....46

ПРАВОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ
Подростки на аттракционах
РИФ.....50

ПАРКИ
Мир Аттракционов Петропавловска
А. Осипов.....52

«АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ»
Информационно-рекламный журнал

УЧРЕДИТЕЛЬ:
Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА)

ИЗДАТЕЛЬ:
АНО ДПО «Учебный Центр РАППА»

Адрес редакции:
г. Москва, проспект Мира, 101.с.1, 3 этаж, офис 323
Почтовый адрес: 129085, г. Москва,а/я 82
Тел/факс: (495) 604-11-29
E-mail: tec@raapa.ru; www.raapa.ru

РЕДАКЦИЯ:

Главный редактор
Игорь Родионов

Дизайн, верстка
Анастасия Буянкина

Над номером работали:
Диана Лукина
Марина Горбачева
Марина Иллензеер
Ирина Соловьева
Тамара Алдашкина

Отдел рекламы:
(495) 604-11-30

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 «ЗетаПринт».

Дорогие читатели!



Перед вами новый номер журнала «Аттракционы и развлечения».

Индустрия развлечений сегодня – это целая высокотехнологичная экосистема, уверенно адаптирующаяся к новым реалиям. Рост внутреннего туризма и спрос на семейный досуг делают парки драйвером экономики: они становятся точками притяжения и помогают удерживать молодёжь в регионах. Мы видим, как модернизируются парки культуры и отдыха и появляются масштабные всесезонные комплексы, а отечественные производители аттракционов совершили качественный скачок – от импортозамещения к созданию собственных конкурентоспособных инженерных решений.

Наш журнал остаётся вашим верным вестником о событиях в отрасли и рабочим инструментом для поиска решений в профессиональной деятельности. В этом выпуске:

Интервью с руководителем Sky Park – одного из самых амбициозных парков Центральной Азии.

Репортажи о двух парках. «Мир аттракционов» в Петропавловске – пример того, как бережное отношение к истории помогло превратить городской парк в современное прибыльное пространство. Hello Park в Воронеже – мир сенсорных технологий и дополненной реальности, где физический контакт с оборудованием уступает место полному погружению.

Кейс-практика от архитекторов: как создавать тематические зоны и парки, актуальные круглый год.

Логистика аттракционов: особенности доставки оборудования из-за границы и важные нюансы, требующие внимания.

Аквапарки: как сохранять актуальность и соответствовать современным техническим и технологическим требованиям.

Итоги ключевых событий отрасли: РАППА ЭКСПО-2026, Летняя встреча в Омске и премия ПРОПАРК-2026.

Дорогие читатели, не будем забывать, что в период частых тревожных новостей и цифрового шума именно наша индустрия создает позитивные эмоции и дает людям возможность радоваться.

Я желаю вам стабильного потока гостей, надёжной работы предприятий, верных партнеров и, главное, находить время приходить в парки для себя, чтобы в полной мере осознать, ради чего мы все работаем.

С уважением,
Главный редактор
Игорь Родионов



Безопасная эксплуатация аттракционов и устройств для развлечений

17-20 ноября 2026 Онлайн

РАППА УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР

Реклама

обучение и сертификация персонала предприятий индустрии развлечений

Более 4000 обученных специалистов из 250 городов России и СНГ

Лекции ведущих экспертов отрасли

Удостоверение и сертификат на 3 года

Лицензия Департамента образования и науки города Москвы №Л035-01298-77/01858459

Проводит обучение и сертификацию специалистов индустрии развлечений по программе: «Безопасность и эффективность эксплуатации аттракционов и устройств для развлечений». По итогам обучения слушатели получают удостоверение и сертификат «Специалиста по безопасной и эффективной эксплуатации аттракционов и устройств для развлечений».

Программа рассчитана для специалистов различного уровня: руководителей парков, развлекательных центров, аквапарков, площадок аттракционов; главных инженеров, механиков, инженеров по ОТ; администраторов, зав. аттракционами; сотрудников инспекций Гостехнадзора и др. Обучение проводится в форме лекционных и практических занятий с посещением предприятий индустрии развлечений.

Сайт: www.raapa.ru Электронная почта: tec@raapa.ru Телефон: +7 (495) 604-11-30, 604-11-29



SKY PARK: СРЕДА ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Александр Янтураев
Генеральный директор
SKY PARK, г. Бишкек

В прошлом году в Бишкеке открылся один из самых масштабных парков развлечений в Центральной Азии – «Sky Park». Этот уникальный проект не только значительно разнообразил развлекательный сектор региона, но и уже успел завоевать признание профессионалов, получив в этом году сразу две награды на премии ПРОПАРК.

Сегодня мы беседуем с человеком, который знает о парке всё, – генеральным директором «Sky Park» Александром Янтураевым.

Расскажите об истории появления Sky Park.

Sky Park появился не как идея построить еще один парк аттракционов, а как желание создать в Бишкеке современное семейное пространство, ради которого не нужно ждать отпуска или поездки за границу. Мы начинали с простого вопроса: каким должно быть место, куда родители сами хотят возвращаться вместе с детьми? Первый проект дал нам главное – живую обратную связь от гостей и понимание того, что городу нужен не набор отдельных аттракционов, а полноценная среда впечатлений. Поэтому Sky Park постепенно вырос в комплекс, где соединены аттракционы, активный отдых, семейный досуг, события и гастрономия. Каждый следующий этап мы строим уже на опыте предыдущего, сохраняя при этом ощущение новизны.

В чем заключается главная миссия и философия вашего развлекательного комплекса?

Наша миссия – создавать качественное время для семьи. Для нас развлечение – это не просто несколько минут на аттракционе, а эмоция, которая остается у человека после посещения. Мы хотим, чтобы ребенок получил яркое воспоминание, подросток – пространство свободы и активности, а взрослый – возможность действительно провести время вместе с близкими. Поэтому философия Sky Park строится вокруг трех вещей: безопасности, эмоций и постоянного развития. Парк должен быть живым организмом, который меняется вместе со своей аудиторией.

> ***Хороший парк нельзя однажды закончить. Он должен постоянно давать человеку новую причину вернуться.***

Что представляет из себя развлекательный комплекс – из чего он состоит?

Sky Park – это многоформатный семейный развлекательный комплекс. В нем объединены уличные аттракционы для разных возрастов, семейные и экстремальные форматы, детские зоны, активити-пространства, событийные площадки, зоны отдыха и питания. Мы сознательно формируем парк так, чтобы семья могла провести здесь не двадцать минут у одного аттракциона, а несколько часов, и каждый нашел свой сценарий отдыха. Отдельное внимание уделяем вечерней атмосфере: освещению, музыке, визуальной среде и событиям – всему, что превращает территорию в самостоятельное городское место притяжения.



Чем вы руководствовались при выборе концепций и форматов разных зон комплекса?

Главный принцип – не проектировать парк глазами владельца или поставщика оборудования. Его нужно проектировать глазами гостя. Мы анализируем возраст аудитории, маршруты движения, длительность пребывания, пропускную способность, сезонность и то, какие эмоции человек получает в каждой точке. В хорошем парке должны чередоваться динамика и отдых, массовые аттракционы и более камерные впечатления, детские и семейные сценарии. Важен и визуальный ритм: гость должен постоянно видеть впереди что-то, что вызывает любопытство и ведет его дальше по территории.

С какими главными вызовами вы столкнулись на этапе проектирования и строительства объекта?

Самая сложная часть любого большого парка – синхронизировать десятки процессов, которые зависят друг от друга. Это проектирование, фундаменты, инженерные сети, поставка оборудования, монтаж, благоустройство, сертификация, обучение персонала и подготовка операционной модели. При этом часть оборудования производится индивидуально и приезжает из разных стран, а сезон ждать не будет. Еще один вызов – развивать действующий парк так, чтобы стройка нового этапа минимально влияла на впечатление гостей. Такие проекты учат очень жестко управлять сроками, рисками и качеством.

В чем уникальность вашего парка и какое место он занимает в культурно-досуговой жизни региона?

Я считаю, что уникальность Sky Park не в одном конкретном аттракционе. Ее создает масштаб впечатлений и то, как они собраны в единый продукт. Мы стремимся формировать современный стандарт семейного досуга в регионе – с серьезным отношением к безопасности, дизайну, сервису и событийной составляющей. Для Бишкека Sky Park уже стал заметной точкой семейного притяжения, а для нас это одновременно большая ответственность: люди сравнивают каждое новое посещение не только с другими площадками города, но и с нашим собственным предыдущим уровнем.

Кто ваша основная целевая аудитория?

В центре нашей аудитории – семья, но само понятие семейного отдыха сегодня очень широкое. Это родители с маленькими детьми, школьники, подростки, молодые пары, компании друзей, бабушки и дедушки с внуками. Поэтому мы не строим парк только для детей. Наша задача – соз-





дать пространство, где разные поколения могут провести время вместе, не разделяясь на тех, кто развлекается, и тех, кто просто ждет.

Сколько человек работает в штате парка?

Численность команды меняется в зависимости от сезона и событийной нагрузки. В высокий сезон непосредственно в работе комплекса и обеспечивающих службах задействовано порядка 550 человек, в межсезонье команда становится заметно компактнее – около 250 сотрудников. При этом ядро специалистов – техническая служба, управление, безопасность, эксплуатация, маркетинг и ключевой операционный персонал – сохраняется круглый год. Для нас важно не просто набрать людей к сезону, а сохранить компетенции внутри команды.

Какими принципами Вы руководствуетесь в управлении и работе с персоналом?

Первый принцип – ответственность должна быть персональной и понятной. Второй – у сотрудника должны быть полномочия, соответствующие этой ответственности. Третий – гостеприимство невозможно написать только в инструкции: человек должен понимать, зачем он делает свою работу и какое впечатление создает для гостя. Я сторонник измеримых целей, короткой управленческой коммуникации и постоянного обучения. В парке особенно важна культура безопасности: здесь не существует мелочей, которые можно оставить на потом.

Что представляет собой событийная программа Sky Park?

Событийная программа для нас – один из инструментов, которые превращают парк из места разового посещения в пространство, куда хочется возвращаться. Мы проводим тематические выходные, семейные праздники, детские программы, концерты и шоу, сезонные открытия, праздничные программы и специальные активности. Отдельные события собирают несколько тысяч гостей за день. Но для меня важнее не рекорд посещаемости сам по себе, а эффект: человек должен открыть знакомый парк заново. Поэтому мы постепенно движемся к календарю собственных ежегодных событий, которые будут ассоциироваться именно со Sky Park.

Участвует ли Sky Park в социальных проектах?

Да, и мы считаем это естественной частью работы семейного бизнеса. Мы поддерживаем инициативы, связанные с детьми и семьями, проводим благотворительные посещения и стараемся давать возможность побывать в парке тем, для кого такой досуг по разным причинам менее доступен. Я не люблю превращать социальную помощь в рекламную кампанию, поэтому часть таких инициатив мы сознательно не афишируем. Для команды важнее, чтобы помощь была регулярной и реальной.

Какие у Вас планы по развитию комплекса? Каким Вы видите Sky Park через пять лет?

Через пять лет я вижу Sky Park уже не как один парк, а как сильный развлекательный бренд с несколькими форматами. Мы хотим развивать крупные семейные парки, крытые active entertainment-площадки и новые phygital-форматы, где физическое развлечение соединяется с цифровым сценарием, персонализацией и игровым прогрессом. География для нас тоже не ограничивается

одним городом или одной страной. Но масштабирование имеет смысл только тогда, когда качество продукта можно воспроизвести. Поэтому наша ближайшая задача – стандартизировать то, что мы уже умеем делать хорошо, и одновременно продолжать экспериментировать.

Как сохранить актуальность парка спустя годы – Ваше мнение?

Самая опасная мысль в нашем бизнесе – считать, что парк однажды можно закончить. В момент, когда ты перестал его менять, он начинает устаревать. Удерживает аудиторию не скидка, а причина вернуться: новый аттракцион, событие, новый сценарий, сезонное оформление, улучшенный сервис, цифровая механика или просто ощущение, что здесь постоянно что-то происходит. Мы смотрим на парк как на контентную платформу: инфраструктура может служить годами, но впечатления внутри нее должны регулярно обновляться.

Как лично Вы попали в развлекательный бизнес?

Я пришел в этот бизнес скорее через управление проектами и предпринимательский интерес, чем через детскую мечту работать с аттракционами. Меня привлекло то, что здесь соединяются совершенно разные дисциплины: строительство, инженерия, безопасность, сервис, маркетинг, финансы, психология гостя и даже режиссура пространства. И да, это сложный бизнес. Со стороны видны музыка, свет и счастливые люди, а за кулисами – огромная техническая и управленческая система, которая должна работать без права на случайность. Наверное, именно эта сложность и делает его для меня интересным.



Фотографии предоставлены автором

БЛИЦ

Какой зарубежный парк развлечений служит для Вас главным ориентиром?

Я бы не называл один парк. По масштабу мышления – Disney, по инженерной культуре и работе с тематизацией – Universal, а по умению создавать сильные региональные семейные проекты мне интересны ведущие парки Европы и Азии. Мы берем не копии аттракционов, а принципы.

Ваш любимый аттракцион в Sky Park?

Мне сложно выбирать как руководителю: каждый аттракцион я помню еще на стадии чертежей и монтажа. Но особенно люблю те, на которых одновременно получают эмоцию родители и дети. Для меня лучший аттракцион – тот, после которого вся семья выходит с одинаковой улыбкой.

Самая необычная просьба или отзыв, которые Вы получали от посетителя?

Однажды после насыщенного дня ребенок очень серьезно спросил, можно ли ему остаться жить в парке, если родители разрешат. Это, пожалуй, один из лучших отзывов о нашей работе: дети формулируют впечатления намного честнее взрослых.

Если бы бюджет не имел ограничений, какой один фантастический объект Вы бы построили завтра?

Я бы построил огромный крытый иммерсивный парк будущего – целый город приключений, где реальные декорации, аттракционы, робототехника, дополненная реальность и искусственный интеллект создают персональную историю для каждого гостя. Чтобы два человека, пришедшие в один день, фактически прожили два разных приключения.

ГК БОЛИД

ОДИН ПАРТНЁР ТРИ РЕШЕНИЯ

для прибыльных зон призовых аттракционов и тиров



ПРОИЗВОДИМ ОБОРУДОВАНИЕ

Призовые аттракционы и тиры для площадок любого масштаба

ЗАПУСКАЕМ И УПРАВЛЯЕМ

Эффектные зоны призовых аттракционов с высокой доходностью

ПОСТАВЛЯЕМ ПРИЗЫ

Мягкие игрушки для собственной сети и других операторов рынка

Реклама

СОБСТВЕННАЯ СЕТЬ ЭКСПЛУАТАЦИИ
14 ГОРОДОВ / РОССИЯ и КАЗАХСТАН / 25 ЛЕТ ОПЫТА

СОЗДАДИМ НОВУЮ ЗОНУ ИЛИ УСИЛИМ ДЕЙСТВУЮЩУЮ

+7 812 425-36-42
arcadegames.pro

КОСМИЧЕСКИЙ БАСКЕТБОЛ НЕОНОВАЯ ПРЕМЬЕРА



КОСМИЧЕСКИЙ БАСКЕТБОЛ модель **ФАЙВ**

НОВАЯ НЕОНОВАЯ МОДЕЛЬ

Аппарат для игры вдвоём. Необходимо быстро нажимать цветные кнопки и отправлять мяч в корзину соперника. Побеждает тот, кто забросил больше.

Реклама

2 года* гарантии
бессрочная техподдержка

Для любых площадок
РЦ, ТРЦ, фудкорты, парки, кинотеатры

Не требует оператора
и специального техобслуживания

Любой тип оплаты
монеты, купюры, эквайринг и т.п.

УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ НА НАШЕМ САЙТЕ
cosmicbasketball.ru

СДЕЛАНО В РОССИИ

ГК БОЛИД

*ограниченная гарантия по отдельным частям. Перечень исключений см. в условиях гарантии.



ИТОГИ РАППА ЭКСПО-2026

С 18 по 20 марта 2026 года в Москве на ВДНХ в 57-м павильоне состоялась 47-я Международная выставка аттракционов, развлекательного оборудования и услуг для индустрии развлечений «РАППА ЭКСПО-2026».

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ВЫСТАВКИ:

- 183 компании-участника из России, Беларуси, Италии, Китая и Турции;
- 53 компании приняли участие впервые;
- более 4000 посетителей-специалистов;
- география посетителей: 264+ городов России и зарубежных стран;
- 600+ участников деловых мероприятий (конференции, семинары, мастер-классы).

Организатором выставки выступила Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА). Генеральным спонсором – группа компаний «МИР». Генеральным информационным партнером – журнал «Аттракционы и Развлечения»; интернет-партнерами выставки стали: vtorio.com и др.

В выставке приняли участие 183 компании из России, Беларуси, Италии, Китая и Турции, из них 53 компании представили свою продукцию на выставке впервые.

Экспозиция охватила все основные направления современной индустрии развлечений: парковое оборудование, аттракционы, оборудование для детских и спортивных площадок, технологии виртуальной реальности; решения по благоустройству территорий, ландшафтному оформлению и тематизации; услуги по сертификации аттракционов и устройств для развлечений, проектированию парков, аквапарков и развлекательных центров; обучение персонала парков, организация праздничных мероприятий, услуги общественного питания и др.

Среди постоянных участников выставок РАППА ЭКСПО присутствовали компании: Antonio Zamperla SPA, ГК РИФ, АТТРАПЛАСТ, АэроМир, Алтай-Композит, Восток, Завод «Воздушный Замок», ИТАЛПАРК, ПК Карусель, ГК «МИР», Фабрика аттракционов, ГК Болид и другие компании.

Стоит отметить компании из Китая – их оборудование вызвало большой интерес и было практически полностью реализовано в ходе выставки.

Отметим также тренды выставки этого года.

Механизированные аттракционы

Одним из главных трендов стало развитие механизированных аттракционов – каруселей, семейных аттракционов и колес обозрения. Российские производители не только расширяют ассортимент, но и успешно конкурируют с зарубежными брендами. Лидерами сегмента на выставке выступили компании: МИР, Фабрика аттракционов «Сказка», Горки LAND, ПК «Карусель», Восток, РИФ, Аттрапласт. Этот сдвиг отражает общую тенденцию к локализации производства и импортозамещению в индустрии досуга.

Интерактивные развлечения и игровые технологии нового поколения

Этот тренд заняли производители интерактивных аттракционов, игровых симуляторов и аркадных автоматов, ориентированных на семейные развлекательные центры и крытые парки. Компании: Guangzhou Movie Power Technology Co., Guangzhou Skyfun Animation Technology Co., Canicula Games. Среди новинок – гоночный симулятор автомобиля, представленный компанией FUNZONE. Такие решения показывают переход индустрии к иммерсивному игровому опыту и развитие цифровых развлечений.











Активити-развлечения и спортивные форматы

Отдельный сегмент выставки составили компании, создающие активные развлечения – лазертаг, верёвочные парки, спортивные игровые зоны. Компании: Laserwar, Luxsol Sport, Rolling C. Этот сегмент растёт благодаря популярности активного семейного досуга и командных развлечений.

Водные аттракционы и аквапарки

Продолжает развиваться направление оборудования для аквапарков и водных развлекательных комплексов – от водных горок до проектов SPA-центров. Компании: Polin Waterparks, Aqualine Waterparks & Technology, STY Waterparks. Расширение этого сегмента связано с ростом курортных кластеров и всесезонных акватермальных комплексов.

Детские игровые центры

Значительная часть участников представила решения для детских развлекательных центров, игровых площадок и крытых парков. Компании: Art People Kids, Funlandia Play System, Zhejiang Lanbao Amusement Equipment Co. Данная тенденция отражает рост сегмента семейных развлекательных комплексов.

Тематизация, цифровизация и инфраструктура отдыха

Современные парки развлечений чаще всего представляют собой комплексные пространства для отдыха, сочетающие в себе развлечения, тематический дизайн и развитую инфраструктуру. Компании: Elephant Sculpture Art Co., Ltd, DINOMACHINE, Game-Keeper, Lime Soft, Риапарк, GOPARK. Важной частью становится инфраструктура комфорта для посетителей. Например, компания Техника+ представила решения для точек общественного питания.

Лучшие стенды

Лучшие экспозиции выставки были отмечены золотыми дипломами РАППА. Ими стали стенды компаний: ACE AMUSEMENT INT. CO. (Китай), Aqualine Waterparks & Technology (Турция), Elephant Sculpture Art Co. (Китай), FUNZONE, LASERWAR, Polin Waterparks (Турция), Robotic Retailers, ПП АэроМир, ГК БОЛИД, ГК МИР, ГК РИФ, КачалкиБай, ПК КАРУСЕЛЬ, РиаПарк.

Посетители

За три дня выставку посетили более 4000 специалистов более чем из 264 городов России и зарубежных стран: Беларуси, Армении, Казахстана, Киргизии, Узбекистана, Китая, Турции. Среди специалистов: владельцы и руководители парков, развлекательных центров, аквапарков, кинотеатров, домов отдыха, санаторно-курортных комплексов, представители городских администраций и органов власти, ивент-агентства, девелоперы и инвесторы, владельцы и директора домов отдыха, гостиниц, курортов, производители, поставщики и дистрибьюторы развлекательного оборудования, индивидуальные предприниматели, представители СМИ и другие заинтересованные лица.

Отзывы о выставке

По отзывам большинства участников и посетителей, РАППА ЭКСПО-2026 стала эффективной площадкой для обмена опытом, демонстрации современных технологий и развития партнерских связей. Вот лишь некоторые из них:

АНАСТАСИЯ КАНДРАШИНА
компания «Твой кадр»

«Выставка оставила исключительно положительные впечатления. Организация на высоте. Переговоры прошли очень активно – мы увидели живой интерес к нашему продукту со стороны целевой аудитории. Нам удалось не только заявить о себе, но и сразу получить первые договоренности о сотрудничестве. От себя лично хочу выразить благодарность организаторам за оперативное решение вопросов. Спасибо за отзывчивость и профессионализм!»

ЭДУАРД ИВАНОВ
компания «Robotic Retailers»

«РАППА ЭКСПО стала хорошим тест-драйвом для всей нашей команды. Было много целевых контактов и заинтересованных людей. Особенно было приятно встретиться с коллегами, с которыми раньше общались только по телефону. Выставка РАППА – это важное событие, куда приезжают все профессионалы нашего дела».

Образовательная программа

Выставка сопровождалась насыщенной деловой программой. В различных бизнес-тренингах, конференциях, семинарах и мастер-классах приняли участие более 600 специалистов.

В рамках мероприятий были представлены темы, касающиеся развлекательного бизнеса, такие как мастер-класс «Ключевые подходы к управлению развлекательным бизнесом» (спикеры: Александр Бениаминов, генеральный директор, и Алексей Просандеев, управляющий партнер «Энтенс Групп», г. Москва); мастер-класс «Ивент-продукты центра











развлечений, приносящие прибыль круглый год» (спикер – Ксения Елисеева, управляющая Центром приключений «ТИМ ПАРК», г. Александров); мастер-класс «Парки, где правила игры меняются каждый день: эволюция детских развлечений. Тренды 2026» (спикеры: Наталия Лиховецкая, учредитель «Агентства Наталии Лиховецкой», г. Москва, и Елена Байдукова, управляющая сетью парков «Гугол-бум», г. Омск); семинар «Экономика и эффективность парка культуры и отдыха» (спикер – Игорь Ивонтьев, зам. генерального директора ЦПКиО «Лакреевский лес», г. Чебоксары); мастер-класс «Искусственный интеллект и нейросети для парков развлечений» (спикер – Николай Тюменев, учредитель сети семейных развлекательных центров «Фэмили Парк», г. Ставрополь); юридический семинар «Правила оказания спортивно-развлекательных услуг как инструмент защиты от уголовного преследования и гражданско-правовых споров» (спикер – Евгений Зорин, адвокат МКА «SED LEX», г. Москва); мастер-класс «ДНК выручки парка: как увеличить прибыль на падающем рынке. Практика 2025 на примерах из 10 парков» (спикеры: Антон Буйнов, «Лайм АйТи», г. Екатеринбург, и Константин Попов, тг-канал «Адвокат клиента», г. Москва); мастер-класс «5 трендовых идей, или как сделать детский развлекательный центр более прибыльным, конкурентным и надолго завоевать преданность аудитории» (спикер: Темур Курбанов, основатель компании «Свобода игр», г. Москва).

Конференция «Комплексное проектирование и обустройство парков отдыха и общественных пространств» вызвала широкий интерес у профессионального сообщества и собрала большое число участников. По её завершении состоялась встреча с руководством парка «Сокольники» и экскурсия по территории.

Конференция «Тенденции развития индустрии парков и развлечений: стратегии роста и адаптации в меняющейся среде» также привлекла значительное внимание посетителей выставки и отличилась высокой посещаемостью.

Целевую аудиторию собрала конференция «Аквакомплексы: организационные аспекты и стратегии развития», модератором которой стал Игорь Синькевич, генеральный директор аквапарка «Ква-Ква-Парк».

Премия ПРОПАРК

В рамках РАППА ЭКСПО-2026 в третий раз прошло вручение Профессиональной премии в сфере отдыха и развлечений ПРОПАРК. Лауреатами стали 15 компаний и специалистов из разных секторов индустрии развлечений. Спонсорскую поддержку премии оказали: компания «Аттрапласт», ГК БОЛИД, ГК РИФ, компания «Италпарк» и Фабрика аттракционов «Сказка».

Выставка РАППА ЭКСПО-2026 представила актуальные тренды рынка развлечений: рост производства аттракционов, развитие интерактивных и активных развлечений, расширение сегмента аквапарков, обновление развлекательных центров, тематизацию парков и цифровизацию управления индустрией досуга.

За годы своего существования РАППА ЭКСПО превратилась не просто в событие, где отечественные и зарубежные производители демонстрируют свои товары и услуги. Сегодня это уникальная деловая площадка, на которой происходит обмен опытом между профессионалами отрасли, генерируются новые идеи и проекты, способствующие развитию и улучшению сферы досуга в нашей стране.

Ирина Соловьева

Ждем Вас на следующей 49-й Международной выставке «РАППА ЭКСПО-2027» (17-19 марта 2027 г., Москва, ВДНХ, павильон №20)

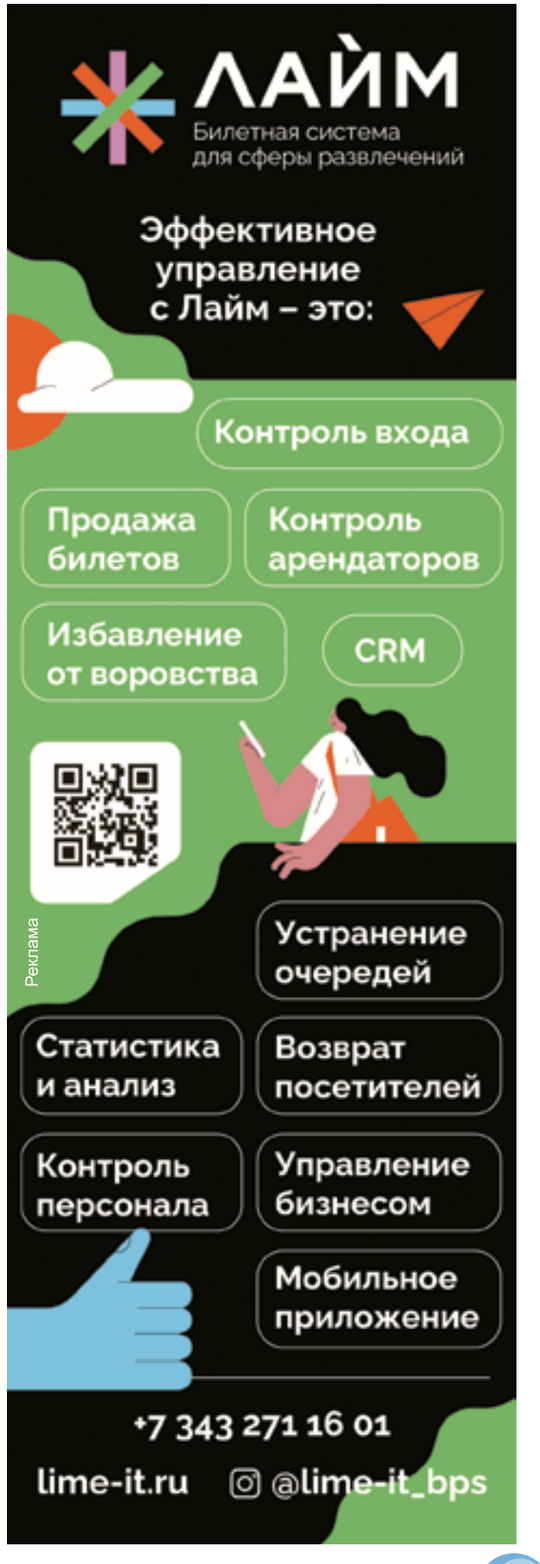
По вопросам участия обращайтесь к организатору: +7 (495) 604-11-30; +7 (495) 604-11-61; raapa@raapa.ru

С НАМИ В МИР РАЗВЛЕЧЕНИЙ!









СОБЫТИЕ СЕЗОНА

Лауреаты премии ПРОПАРК 2026



Лучший городской парк в городе с населением до 280 тыс. человек

Семейный парк аттракционов «ЧАЙЛЭНД» (АВ-ПАРК), г. Мытищи



Лучший городской парк в городе с населением более 280 тыс. человек

МАУК «Центральный парк культуры и отдыха», г. Йошкар-Ола



Лучший открытый парк развлечений (парк аттракционов)

Парк развлечений «SKY PARK», г. Бишкек, Кыргызская Республика



Лучший крытый развлекательный комплекс (площадью свыше 2500 кв.м)

Активити-парк «Grek Land», г. Красноярск



Лучший проект, технология или решение для развлекательного бизнеса

Парк приключений «ДРИМВУД», курорт Манжерок, Алтай



Лучший крытый развлекательный комплекс (площадью до 1000 кв.м)

Активити-парк «ДвижОК, г. Омск



Лучший водный развлекательный комплекс

Аквапарк «ЛетоЛето», г. Тюмень



Лучшее культурно-досуговое мероприятие в парке

ЦПКиО им. С.М. Кирова, г. Санкт-Петербург



Лучший производитель в индустрии развлечений

Компания «РиаПарк», г. Новороссийск



Профессионал отрасли

Алсу Илгизеровна Габбасова



Специальное мнение жюри

Парк «Вокруг света», г. Омск



Лучшее мероприятие в развлекательном центре

Развлекательный комплекс «ARTGAME», г. Саранск



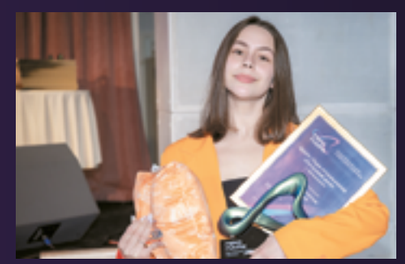
Лучший крытый развлекательный комплекс (площадью от 1000 до 2500 кв.м)

Развлекательный центр «SKY PARK», г. Бишкек



Специальное мнение жюри

Сады Мечты, г. Абакан



Приз зрительских симпатий

МАУК «Парк аттракционов «Потешный двор», г. Архангельск



Как сделать парк интересным днём, вечером и в разные сезоны

Николай Толстых
Основатель Фабрики «Бачо»,
руководитель проектов «Парк Айва» и LUMIA

Основатель Фабрики «Бачо» Николай Толстых – о том, что стоит предусмотреть ещё на этапе концепции, чтобы после открытия парк можно было обновлять без капитальных изменений.

Парк продолжает развиваться и после открытия: меняются сезоны, появляются новые мероприятия, а посетителям нужны новые впечатления. Но каждый раз перестраивать территорию дорого и неудобно.

Поэтому ещё на этапе концепции важно определить, что останется постоянным, а что можно будет легко менять: добавлять праздничное оформление, вечерний свет, новые фотозоны или временные декорации. Чем больше таких возможностей предусмотрено заранее, тем проще обновлять парк в дальнейшем.

Опыт парка «Айва» показал, как принятые решения проявляют себя после нескольких лет реальной эксплуатации. При разработке концепции LUMIA во Вьетнаме этот опыт учитывается уже на старте, мы заранее продумываем расположение объектов, дневной и вечерний сценарии, технические решения, обслуживание и возможность менять оформление.

Парк должен уметь меняться

Круглогодичный парк не должен одинаково выглядеть и работать все двенадцать месяцев. Зимой, летом и во время праздников одна и та же территория может восприниматься по-разному.

Зона, которая днём используется для прогулок и фотосессий, вечером может получить новое световое оформление, а к праздникам появятся дополнительные декорации и тематические элементы. Основные объекты при этом останутся прежними.

Важно не только что разместить, но и где

Крупная скульптура почти всегда собирает вокруг себя людей: кто-то фотографируется, кто-то рассматривает детали, рядом останавливаются дети. Если для этого не оставить достаточно места, популярный объект начнёт мешать движению, и посетители перекроют проход или создадут встречный поток.

> ***Круглогодичный парк не должен одинаково выглядеть и работать все двенадцать месяцев.***

Поэтому при размещении объекта важно оценивать не только выразительный ракурс. Нужно понимать, сколько людей сможет одновременно находиться рядом, где они будут фотографироваться и куда направятся дальше. То же относится к кафе, игровым зонам и местам отдыха.

Что предусмотреть для будущих изменений

После открытия в парке появляются новые форматы мероприятий, фотозоны и сезонное оформление. Чтобы каждое такое обновление не требовало значительных работ, ещё на этапе проектирования важно предусмотреть подключения для временного оборудования, места для дополнительного декора и возможность дополнять существующие зоны. Тогда основные объекты остаются на месте, а свет, оформление и новые детали меняют впечатление от пространства.

То же касается обслуживания. Важно заранее понимать, можно ли быстро добраться до креплений, заменить элемент подсветки, очистить поверхность или выполнить небольшой ремонт без демонтажа всей композиции. Иногда возможность легко обслужить или обновить объект оказывается не менее важной, чем его первоначальный внешний вид.

Парк «Айва»: пространство, которое менялось вместе с посетителями

В 2020 году Фабрика «Бачо» открыла на территории московского парка «Сказка» топиарный парк «Айва». Это было не просто собрание фигур, а цельное сказочное пространство, где сам маршрут становился частью впечатления.

Маршрут строился на смене фактур и материалов: встречались элементы, напоминающие деревянные срубы, небольшой мостик и декоративная геопластика. Вдоль одной из дорожек появились небольшие грибы. Их задумывали как часть оформления, но дети быстро придумали им другое применение и стали переходить от одной шляпки к другой. Для нас это стало наглядным примером того, как посетители сами создают новые сценарии использования пространства.

Территорию разделили на несколько зон: Африка, водоём, животные средней полосы, игровая зона для детей от двух до пяти лет и пространство отдыха для взрослых с глубокими закрытыми коконами.

По мере эксплуатации для некоторых решений, среди которых коконы и декоративные покрытия, приходилось усовершенствовать регламент ухода и отдельные технические детали с учётом погоды и поведения посетителей. Этот опыт помог точнее сформулировать требования к обслуживанию в следующих проектах.

При этом важно было сохранить ощущение, что парк находится внутри природы. «Айву» вписали в существующие посадки и деревья, сделав зелёный ландшафт частью общей композиции.

Отдельно продумывали входную группу. Сделали три варианта и ещё до запуска показывали их посетителям, предлагая выбрать тот, который кажется наиболее понятным и вызывает желание войти. В итоге выбрали вариант, набравший больше всего голосов.



Парк «Айва», открытый в 2020 году на территории московского парка «Сказка». Первый топиарный парк в Москве.



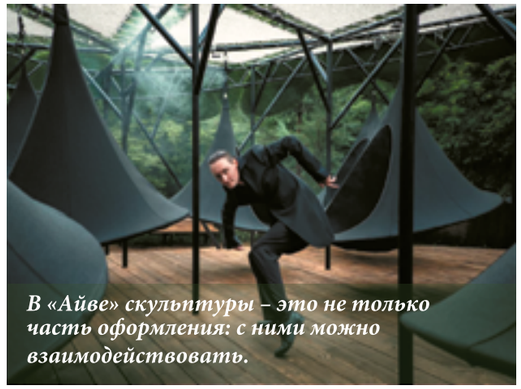
Сказочный домик дополнил парк «Айва» и стал площадкой для праздников и мероприятий.



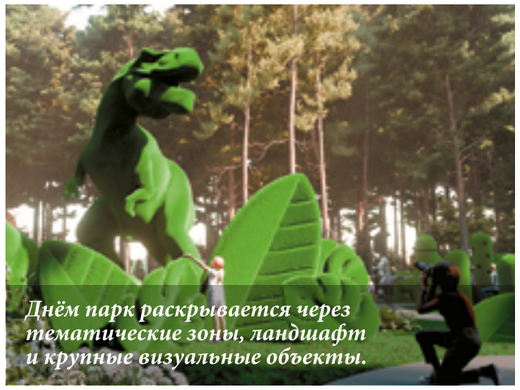
В проекте LUMIA световые решения и точки подключения заложены на этапе концепции.

Но на этом работа над «Айвой» не закончилась. В течение нескольких лет после открытия парк постепенно дополнялся новыми объектами и сценариями.

Одним из них стал сказочный домик – что-то среднее между норой, пещерой и жилищем тролля. Внутри появились камин, большой де-



В «Айве» скульптуры – это не только часть оформления: с ними можно взаимодействовать.



Днём парк раскрывается через тематические зоны, ландшафт и крупные визуальные объекты.



После заката свет и звук меняют восприятие пространства.

ревянный стол и семейные фотографии. Домик стал местом для праздников, дней рождения и квестов, а также игровой зоной с полкой настольных игр.

Отсюда начинались квесты по всему парку: участникам нужно было искать таинственные предметы и выполнять задания. Со временем здесь же появились тематические фотозоны – весенняя и зимняя, новогодняя, которые помогали менять атмосферу пространства в течение года.

Зимой парк адаптировался и к погоде: при большом количестве снега дети раскрашивали его, лепили снеговиков и играли прямо на территории.

Так «Айва» показала нам важную вещь: парк не заканчивается в день открытия. Посетители придумывают свои сценарии, эксплуатация выявляет новые задачи, а пространство постепенно меняется вместе с людьми.

Именно этот опыт мы переносим в следующие проекты: то, что пришлось решать уже в работающем парке, теперь можно предусмотреть ещё на этапе проектирования.

LUMIA: два разных мира днём и вечером

Топиарный парк LUMIA задуман как цельное путешествие через череду уникальных тематических пространств. Зоны, такие как Грибной лес, Мир динозавров и Африканская фауна, в сочетании со световыми, звуковыми и визуальными эффектами формируют иммерсивный опыт, погружая посетителей в фантазийный мир парка.

В LUMIA задача была сделать так, чтобы с наступлением темноты знакомое пространство воспринималось по-новому.

Днём внимание сосредоточено на ландшафте, скульптурах и тематических зонах. После заката главную роль начинают играть свет и звук. Основные объекты остаются на своих местах, при этом атмосфера и сценарий восприятия меняются.

Поэтому дневной и вечерний сценарии проектируются одновременно: одни и те же точки маршрута должны быть выразительными при естественном свете и получать новое прочтение после заката.

Световое оформление в таком проекте не финальное дополнение, а часть концепции с самого начала. Вместе с размещением скульптур определяются технические подключения, основные световые точки и участки, которые должны особенно хорошо работать после заката.

Опыт «Айвы» и работа над LUMIA подтверждают общий принцип: хорошая концепция должна предусматривать возможность для сезонного оформления и обновления зон без капитальной перестройки территории.

В конечном счёте успех парка определяется не только тем, какое впечатление он производит в первый сезон. Гораздо важнее, сможет ли он через несколько лет по-прежнему удивлять посетителей и давать им новые причины вернуться.

Фотографии предоставлены автором

ТЕМАТИЧЕСКИЕ

ТОПИАРНЫЕ

ПАРКИ БАЧО

ПРОСТРАНСТВА, В КОТОРЫЕ **ХОЧЕТСЯ ВОЗВРАЩАТЬСЯ**









Реклама

Бачо
ФАБРИКА

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПРОСТРАНСТВА
АРТ-ОБЪЕКТЫ ПАРКИ

ОТ КОНЦЕПЦИИ ДО РЕАЛИЗАЦИИ

ART-BACHO.COM



Поедем с вами куда угодно!

14-я Летняя встреча РАППА в Омске

С 22 по 25 июля 2026 года в Омске с большим успехом прошла 14-я Летняя международная встреча специалистов индустрии развлечений, организованная Российской ассоциацией парков и производителей аттракционов (РАППА) при поддержке Правительства Омской области.

Мероприятие объединило руководителей и специалистов парков, аквапарков, развлекательных центров, туристических и санаторно-курортных комплексов, представителей органов власти, производителей оборудования и поставщиков услуг для индустрии развлечений. Встреча вновь стала важной профессиональной площадкой для обмена опытом, обсуждения актуальных вопросов развития отрасли, презентации новых технологий и укрепления деловых связей.

Генеральным спонсором мероприятия выступила Группа компаний «БОЛИД». Спонсором форума также стала Фабрика аттракционов «Сказка». Партнером форума выступил парк «Вокруг света» (г. Омск).

Краткие результаты

- В этом году форум собрал 157 специалистов из 54 городов и 4 стран (Россия, Казахстан, Италия, Турция);
- 4 дня насыщенной деловой и экскурсионной программы;
- 22 компании представили новинки на Форуме производителей;
- 3 образовательные секции и пленарная конференция;
- 7 профессиональных объектов индустрии развлечений и туризма посетили участники (ДвижОк, АкваРИО, ГУГОЛ-BOOM!, парк «Вокруг Света», Мишкин Парк, Старина Сибирская, Большеречен-ский зоопарк);
- Международная постпрограмма в Петропавловске (Казахстан).

Официальное открытие 14-й Летней Международной встречи специалистов индустрии развлечений состоялось 23 июля в конференц-зале Cosmos Omsk Hotel.

С приветственными словами к участникам обратились представители Правительства Омской области, Министерства культуры региона, Российской ассоциации парков и производителей аттракционов, а также партнеры и спонсоры мероприятия.

Центральным событием первого дня стала конференция «Общественные пространства и индустрия досуга как фактор устойчивого развития регионов». В своих выступлениях представители Правительства Омской области, Министерства культуры и руководства парков рассказали о реализации проектов по развитию общественных пространств, туристической инфраструктуры, механизмов государственно-частного партнерства и современных подходах к созданию комфортной городской среды.

На «Форуме производителей» ведущие российские и зарубежные компании представили новинки аттракционов, развлекательного оборудования, цифровых решений и услуг для индустрии развлечений. Свои разработки презентовали 22 компании, среди которых: ГК «БОЛИД», Фабрика аттракционов «Сказка», АТТРАПЛАСТ, TwinFly, ИТАЛПАРК, DOF Robotics (Турция), GameKeeper, ПО ГРОС, АэроМир, Лайм-Софт, Восток, ДИНОМАШИНА, АтТРИ, ИОЛЛА, RIF Group, Твой Кадр, Волгоградские аттракционы, Happy Photo, Алтай Композит, Funindustry.ru, Учебный центр РАППА и ГК МИР.

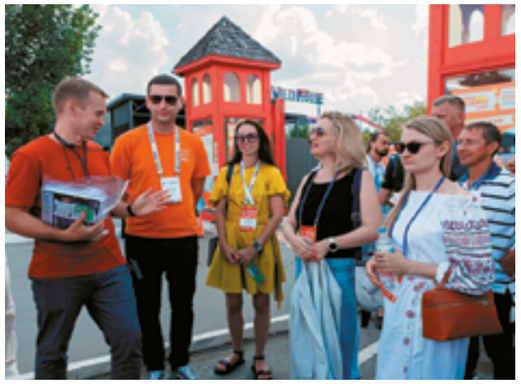
Практическая часть первого дня включала посещение нового активити-парка «ДвижОк». Руководство парка познакомило участников с концепцией объекта, современными технологиями организации семейного досуга и особенностями управления развлекательным комплексом.

Второй день форума по доброй традиции начался с Летнего забега РАППА. Несмотря на раннее утро, участники вышли на старт, чтобы зарядиться энергией перед насыщенной деловой программой. Забег уже стал неотъемлемой частью мероприятия, объединяя коллег не только в профессиональном общении, но и в стремлении к активному образу жизни.

Деловая программа продолжилась сразу тремя образовательными секциями, посвященными развитию парков, семейных развлекательных центров и акватермальных комплексов.

На секции «Парк как точка притяжения. Концепция устойчивого развития общественного пространства» участники обсудили современные подходы к развитию парков как









центров городской жизни, туристических магнитов и драйверов регионального развития. Представители парка «Вокруг Света» поделились опытом создания одного из крупнейших парков развлечений Сибири и его роли в развитии туристической привлекательности Омска. Эксперты компании EntenS Group представили современные подходы к оценке эффективности управления общественными пространствами и формированию устойчивых моделей развития парков. Команда парка «Дримвуд Алтай» (курорт «Манжерок») рассказала о создании современных рекреационных территорий, способах вовлечения посетителей и развитии парков как круглогодичных центров отдыха и притяжения туристов.

В этом году форум собрал 157 специалистов из 54 городов и 4 стран (Россия, Казахстан, Италия, Турция).

Секция «Парадокс эффективности: какие центры развлечений победят в будущем», подготовленная командой сети парков «ГУГОЛ-BOOM!», была посвящена цифровизации бизнеса, развитию корпоративной культуры, управлению персоналом и новым подходам к организации работы развлекательных центров.

Параллельно в аквапарке «АкваРИО» состоялась специализированная конференция по развитию акватермальных комплексов, организованная комитетом «Аквапарки» САПИР и РАППА. Эксперты рассмотрели вопросы цифровизации, экологической устойчивости, безопасности, развития внутреннего туризма и современных форматов городских курортов.

Во второй половине дня участники посетили интерактивити-парк «ГУГОЛ-BOOM!», познакомились с его уникальной концепцией семейного отдыха, системой организации мероприятий и работой собственной анимационной команды.

Затем состоялась экскурсия в парк «Вокруг Света» – один из крупнейших парков развлечений России и флагман индустрии Сибири. Участники познакомились с инфраструктурой парка, современными аттракционами, включая 68-метровое колесо обозрения и экстремальный 40-метровый аттракцион «Бустер», а также опытом управления одним из лучших парков страны.

Дополнительно для желающих была организована экскурсия в семейный развлекательный центр «Мишкин Парк», а вечером участники посетили концерт группы IOWA в парке «Вокруг Света».

В рамках форума также прошел ряд неофициальных мероприятий: экскурсия по Омску, прогулка по реке Иртыш, поездка в историко-культурный музей-заповедник «Старина Сибирская» и Большереченский зоопарк и тур в город Петропавловск (Республика Казахстан).

Летняя встреча РАППА в Омске вновь подтвердила высокий интерес профессионального сообщества к вопросам развития индустрии развлечений, благоустройства общественных пространств и внедрения современных технологий.

ОТЗЫВЫ:

АНДРЕЙ ПЕТРЕНКО
эксперт по безопасности аттракционов

«Огромное спасибо Ассоциации РАППА за прекрасную возможность собраться вместе, обменяться опытом и просто пообщаться в неформальной обстановке. Был искренне рад видеть каждого – и давних знакомых, и новых участников. Такие мероприятия всегда заряжают энергией и напоминают, что мы делаем одно общее дело. До скорых новых встреч! Желаю всем профессиональных успехов и, самое главное, безопасной эксплуатации всегда и во всем»

АРТЕМ СТРОИЛОВ
компания Фабрика аттракционов «Сказка»

«Друзья, возвращаясь домой, хочется поблагодарить организаторов и участников Летней встречи! Отдельной благодарности заслуживает город Омск за теплый и солнечный прием. В очередной раз отмечаю теплоту, заботу и душевность в общении со всеми участниками мероприятия. Омск, до свидания, а вам, коллеги, – до очередной скорой встречи!»





ТАРАС БУРЯК
компания «Регионы энтертейнмент» (парк «Остров мечты»)

«Хочу искренне поблагодарить РАППА, принимающую сторону и всех участников за прекрасно организованную XIV Летнюю международную встречу. Получилась по-настоящему содержательная, динамичная и очень теплая встреча профессионалов. Особенно ценно, что деловая программа была дополнена посещением современных объектов развлечений. Спасибо коллегам за открытость, честный обмен опытом, новые идеи и полезные знакомства. До новых встреч!»

ВАСИЛИЙ КАТУНЬКИН
компания «Happy Photo»

«Летняя встреча РАППА стала для нас настолько важным и тёплым событием, что каждый год мы ждём его с большим нетерпением. Нам уже даже не так важен город, в котором проходит форум. Я уверен, что он всегда будет проходить на высочайшем уровне. Поэтому, уважаемые организаторы, мы поедем с вами куда угодно!»

Форум стал эффективной платформой для профессионального общения, обмена лучшими практиками и поиска новых направлений сотрудничества. Разнообразная деловая программа, экскурсии по ведущим объектам отрасли и гостеприимство Омска оставили у участников исключительно положительные впечатления.

Многочисленные отзывы участников подтвердили высокий уровень организации мероприятия и его значимость для индустрии развлечений.

Организаторы выражают благодарность всем участникам, спикерам и партнерам форума!

До новой Встречи!
Ждите нас в своем городе!

Ирина Соловьева





Реклама

"Создавая будущее иммерсивных развлечений"

DOF Robotics — мировой лидер в области роботизированных систем, технологий иммерсивного обучения и развлечений, динамических симуляторов, разработки игр и контента, а также программного обеспечения для анализа изображений — продолжает формировать будущее индустрии развлечений во всём мире. После успешного выхода на Стамбульскую фондовую биржу Borsa Istanbul компания вступила в новый этап инновационного развития и роста: расширяет глобальное присутствие, инвестирует в НИОКР, искусственный интеллект и кибербезопасность, а также создаёт передовые симуляторы и сюжетные иммерсивные решения, задающие новые стандарты индустрии развлечений.

Штаб-квартира DOF находится в Турции. Компания самостоятельно выполняет весь цикл работ — от проектирования и инженерной разработки до производства: от компактных аттракционов с высокой пропускной способностью до масштабных флагманских инсталляций. Такой подход обеспечивает операторам уровень качества и индивидуализации, который способны предложить лишь немногие компании отрасли.

Более 80 стран

Более 500 проектов

Более 50 международных наград

В портфолио компании входят флагманские аттракционы, такие как Hurricane 360, SphereFly, Riot 360, Monster Jam, Supernova, Defender и City Fly, а также крупноформатные аттракционы, включая Flying Theater, Dark Ride, Immersive Tunnel, XD Theater, Nautilus и Dive Bell.

В основе каждого проекта DOF — работа DOF Studio — собственной креативной студии компании, которая разрабатывает оригинальные проекты, такие как Phantom City и Mars Odyssey, а также лицензионные проекты в сотрудничестве с Marvel, Hasbro, Monster Jam, Angry Birds и Smurfs.

MARVEL · Hasbro · MONSTER JAM · ANGRY BIRDS · THE SMURFS · TRANSFORMERS

Реклама

DOF Robotics

dofrobotics.com



ЛОГИСТИКА АТТРАКЦИОНОВ: как отрасль адаптируется к новой реальности

Максим Детинников
Руководитель филиала компании «ТРАСКО» в Ростове-на-Дону

Доставка аттракционов сегодня превратилась в сложный инженерно-логистический процесс. О том, как выстраиваются поставки в новых условиях и какие решения реально работают, рассказывает Максим Детинников, руководитель филиала компании «ТРАСКО» в Ростове-на-Дону.

Как бы Вы описали текущее состояние рынка логистики аттракционов?

Рынок сейчас проходит этап серьезной перестройки. Привычные каналы поставок, которые раньше закрывали большую часть потребностей, больше не работают в прежнем виде. Это заставило участников пересобрать всю цепочку: от выбора поставщика до маршрута доставки. Сложности добавляют расчеты с зарубежными производителями. До сих пор платежи могут задерживаться, из-за чего сдвигаются сроки производства и отгрузки. На этом фоне увеличилось и общее время доставки – примерно в полтора-два раза по сравнению с тем, что было 5-6 лет назад. Отдельный фактор – безусловно сезонность. В период подготовки парков к открытию резко возрастает спрос на специализированный транспорт, и его просто не хватает, особенно когда речь идет о негабаритных перевозках.

Как изменилась география поставок?

Сегодня основной фокус сконцентрирован на трех направлениях, и у каждого есть свои особенности. Первое направление – это Китай, который стал основным источником оборудования для парков аттракционов. Оттуда поставляется практически весь ассортимент. При этом на практике ключевой вопрос при работе с Поднебесной не столько доставка, сколько подготовка груза. Качество упаковки здесь часто требует дополнительного контроля.

Активно нишу среднего ценового сегмента сегодня завоевывает Турция, которая успешно заменила европейских производителей, особенно в проектах аквапарков и семейных аттракционов. Здесь логистика во многом зависит от работы паромных линий, а значит – от погодных условий и загрузки портов, как турецких, так и нашего Новороссийска.

И третье – это страны СНГ, которые дают понятную и быструю логистику за счет прямых автоперевозок. Это удобный вариант, но он ограничен по типам оборудования.

Как вы подходите к выбору транспорта для таких проектов?

Каждый аттракцион состоит из разных по характеристикам элементов, поэтому универсального решения нет – подход всегда комбинированный. Для тяжелых конструкций используются низкорамные тралы, что позволяет доставить ключевые элементы без лишних перегрузок, хотя требует сложной подготовки и согласования разрешений. Стандартные автопоезда применяются нами для модульных частей и декоративных элементов и обеспечивают наиболее быстрый и защищенный способ доставки. Контейнеры же чаще задействуются для мелких компонентов и электроники, особенно на длинных маршрутах, хотя здесь повышаются требования к фиксации груза.

> *Таможенные требования к аттракционам изначально жесткие, так как это оборудование связано с безопасностью людей.*

На практике автомобильная логистика чаще оказывается более удобной и доступной, потому что позволяет сохранить целостность конструкции и избежать лишних операций по перегрузке.

Какие особенности таможенного оформления аттракционов и оборудования наиболее критичны?

В этой категории требования изначально жесткие, так как речь идет об оборудовании, связанном с безопасностью людей. Вся техника должна соответствовать регламенту ЕАЭС 038/2016, без этого выпуск невозможен. Часто используется схема ввоза по частям, когда крупные аттракционы разбиваются на блоки, и для этого заранее оформляется классификационное решение. Но это требует точной координации между всеми участниками процесса. Также большую роль играет документация: чертежи, спецификации и обоснование безопасности должны быть подготовлены без ошибок и корректно переведены. Даже небольшие неточности приводят к задержкам доставки или полному развороту груза на границе и возврату его производителю.

Что бы Вы рекомендовали инвесторам и операторам парков на этапе планирования?

Практика показывает, что ключевые решения принимаются задолго до начала поставки. Поэтому, если вы решились на покупку аттракционов за рубежом, первое, что нужно сделать, – это провести таможенную проработку проекта. Коды ТН ВЭД, требования к сертификации и формат ввоза лучше определить еще на стадии планирования и проектирования. Во-вторых, необходимо контролировать упаковку у производителя, ведь это напрямую влияет на сохранность оборудования, особенно при длительных перевозках. В-третьих, всегда уделять особое внимание срокам доставки. Реалистичный график сегодня должен включать дополнительный запас времени – не менее 30-40% от первоначального плана. И еще один немаловажный момент – необходимо организовать целостное управление проектом. Когда одна команда сопровождает процесс от завода до площадки монтажа, это снижает количество рисков и упрощает координацию всего процесса доставки.

Как практический опыт реализованных проектов влияет на организацию поставок?

Здесь ключевое значение имеет накопленная практика, ведь работа с аттракционами требует понимания не только логистики, но и того, как оборудование будет собираться и эксплуатироваться. В нашем случае значительная часть экспертизы сформирована на проектах для парков в разных регионах: от Москвы до юга России и курортных зон Сибири. Это позволяет нам сегодня заранее учитывать типовые риски и корректировать решения еще на этапе планирования. Отдельное направление в работе – это взаимодействие с производителями, в том числе из Италии, как одного из лидеров рынка ЕС, Китая – мирового лидера по производству аттракционов, а также из других стран. Такой опыт помогает быстрее согласовывать технические требования, упаковку и формат поставки. В итоге проекты становятся более управляемыми: меньше неопределенности на этапах производства, доставки и монтажа, а значит – выше предсказуемость сроков и результата.





БЕЛЫЙ МАРАЛ

Как создавалась центральная фигура парка «Дримвуд» на Алтае

В самом конце 2025 года, а именно 26 декабря, была открыта 1-я очередь парка приключений «Дримвуд» в Манжероке (Алтай).

Белый Марал стал центром всей концепции парка — фундаментальной фигурой его легенды, своего рода идолом и главным героем всей истории. Соответственно, его значение должно было выражаться в визуальной доминанте над всей территорией. Так родилась идея крупнейшего сооружения — скалы, воплощающей образ Белого Марала.

Однако это сооружение должно было не только производить визуальное впечатление, но и выполнять функциональную роль — стать одним из главных хабов парка. В итоге скульптура Марала стал первым объектом, встречающим гостей. Его видно задолго до входа: из окон гостиницы, с проезжающих автомобилей, с подъездных путей. Уже одним своим масштабом и монументальностью он притягивает и интригует. А в тёмное время суток, благодаря художественной подсветке и мэппинг-шоу, его образ раскрывается ещё до полного знакомства с ним.

Проекционное шоу стало творением команды SILA SVETA, которая воплотила по-настоящему масштабную и впечатляющую задумку в честь открытия тематического парка «Дримвуд». Парк приключений «Дримвуд» за это сложнейшее мэппинг-шоу на уникальной площадке в виде Головы Белого Марала получил профессиональную премию ПроПарк 2026, одну из главных наград индустрии развлечений в России, в номинации «Лучший проект, технология или решение для развлекательного бизнеса». Для парка «Дримвуд» на Алтае это первая награда и одновременно начало большого пути, впереди которого еще будет много новых побед, свершений и сильных историй.

Как все происходило от зарождения идеи до момента, когда зашли первые посетители в парк и смогли увидеть все то, о чем написано выше?

Первым автором самой ранней концепции стал Крис Ланге, креативный директор и владелец компании CSB - Creative Studio Berlin GmbH, представивший это величественное сооружение в предгорье парка. Именно тогда Марал получил свое место на мастер-плане строящегося парка. Согласно изначальному замыслу, он был обращен спиной к горам и должен был смотреть в сторону Манжерокского озера. Так Белый Марал стал центром всего парка, основной фигурой его легенды, своего рода идолом и главным персонажем всей истории. Соответственно, и его значение в пространстве парка должно было быть выражено максимально ясно: он должен был стать безусловной визуальной доминантой над всей территорией. Так появилась идея главного и самого крупного сооружения — масштабной конструкции скалы в виде головы Белого Марала.

Над адаптацией концепции Криса Ланге трудились концептуалисты, архитекторы, конструкторы и инженеры компании «Иолла» совместно с командой парка. За это время Марал пережил множество вариантов воплощения: от многоэтажных функциональных зданий с различными видами активностей и развлечений до иных пространственных и инженерных решений.

При этом данное сооружение должно было не только нести мощный визуальный смысл, но и обладать полноценной функциональной составляющей, также доминирующей в структуре парка. Скульптура Голова Белого Марала стала первым, встречающим объектом на территории парка.

Марал начинает завлекать и интриговать гостя еще до непосредственного знакомства с ним — уже одним своим обликом и грандиозным масштабом.

А если прибавить к этому художественную подсветку в темное время суток и, тем более, впечатляющее мэппинг-шоу , созданное компанией SILA SVETA, то загадка Марала начинает раскрываться задолго до того момента, когда посетитель подойдет к нему вплотную. Марал должен стал главной точкой притяжения будущего парка или, если использовать профессиональный термин, «иконическим строением» всей его территории, iconic building.





В давние времена культ зверей и природы играл важнейшую роль в мировоззрении людей. Марал являлся и до сих поря является одним из часто упоминаемых и почитаемых животных Алтая, его символом. Сегодня мы могли своими глазами наблюдать картину фантастического масштаба строительства, где в помощь современным специалистам было задействовано большое количество техники и ресурсов, чтобы результат произвел тот эффект, который должен соответствовать такому символическому сооружению.

Чтобы построить подобное сооружение в наше время, требуется колоссальный вклад проектировщиков, архитекторов и инженеров. И это только на этапе проектирования. Чертежи должны учитывать современные технологические возможности, свойства материалов и весь спектр инженерных требований. Но прежде всего необходимо было в принципе определиться с внешним обликом Марала: каким он должен быть по масштабу, форме, цвету, какое архитектурное окружение должно формироваться вокруг него и, конечно, какой функционал он должен нести.

В течение нескольких лет велась кропотливая работа над совершенствованием внешнего облика, назначения и конструктивных особенностей будущего сооружения. Рассматривались и прорабатывались самые разные версии и точ-

Реклама





ки зрения, а работа над созданием наиболее оптимальной инженерной модели шла практически непрерывно. Эта модель должна была одновременно учитывать эстетические особенности, заложенные Крисом Ланге, и отвечать на вызовы, связанные со сложной геологической и сейсмической ситуацией региона, а также с конкретной точкой размещения объекта.

Таким образом, включение парка развлечений в уже существующий географический и этнический ландшафт является чрезвычайно важной задачей. Оно позволяет решить сразу несколько принципиальных вопросов: создать парк развлечений как целостный проект, сделать его максимально узнаваемым и привлекательным и одновременно построить новый крупный объект так, чтобы он максимально органично и лаконично вошел в ту среду, которая существовала здесь на протяжении многих десятков, а возможно, и сотен лет.

Возведение сооружения такого масштаба в столь сложной местности требует исключительно тщательного проектирования с учетом всех инженерных и конструктивных расчетов. Это работа, занимающая огромное количество времени, требующая научно-технического сопровождения (НТС) и прохождения многочисленных экспертиз. В результате строительный этап дал максимально приближенное по форме к будущему художественному образу сооружение — огромного Марала, выполненного в железобетонных конструкциях.

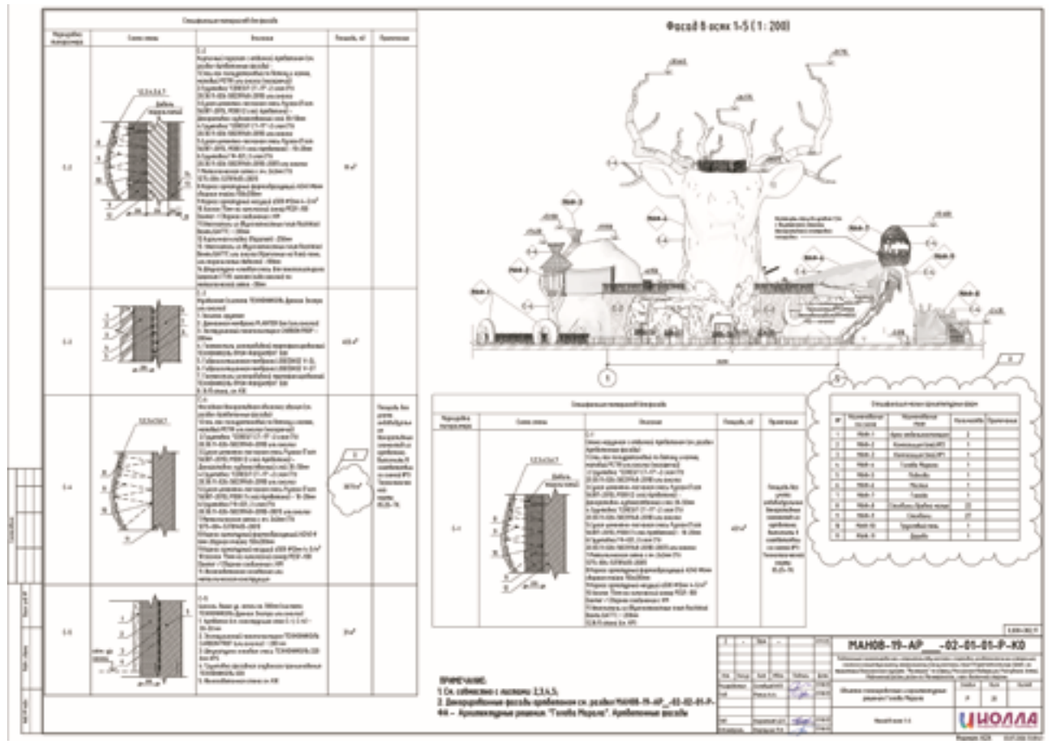
Но это была лишь основа, своего рода черновик. Разумеется, без этой основы невозможно двигаться дальше, однако сама по себе она должна была впоследствии превратиться в гигантскую скалу в виде Марала или, напротив, в Марала, настолько сросшегося со скалой, что их уже невозможно разделить. Достичь такого результата без детального проектирования всех сопутствующих конструктивных решений попросту невозможно. Это сложнейшая задача сначала для инженеров и конструкторов, а затем и для художников со скульпторами.

Поверх железобетонной основы разрабатывался проект металлических конструкций, задающий дальнейший пространственный каркас головы, шеи, лица и рогов величественной фигуры Марала.

Проектирование металлической основы стало многомесячным и кропотливым трудом инженеров, которым необходимо было найти оптимальные решения, учитывающие всю сложность последующей работы скульптурной группы и одновременно обеспечивающие максимально быстрый, удобный и безопасный монтаж металлических конструкций. Все это увязывалось с требованиями и нюансами региона, где сейсмическая и климатическая сложность находится на действительно критическом уровне.

Поэтому последующие этапы представляли собой исключительно плотный и интенсивный процесс, в котором было задействовано огромное количество не только человеческих ресурсов, но и значительное число единиц подъемной техники. Площадка проведения работ была крайне ограниченной по площади, и потому техника буквально со всех сторон окружала сооружение.

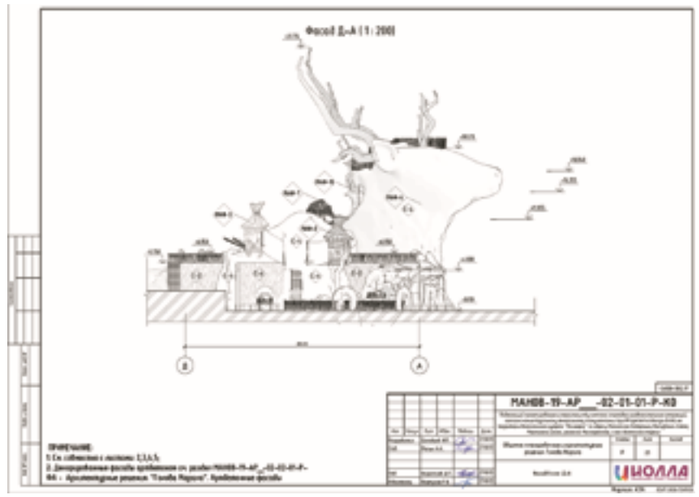
Со стороны процесс возведения каркаса выглядел почти как волшебство: будто в нем участвуют не привычные строительные машины, а какие-то удивительные сказочные механизмы. И если в нашем воображении мы просто предположим, что когда-то в этом месте могло бы существовать подобное сооружение, то можно представить, что древние цивилизации воздвигали подобное строение в виде Марала каким-то похожим, почти фантастическим способом.



Отдельно стоит рассказать о конструкциях, которые в итоге стали рогами Марала. Эти элементы были спроектированы как по-настоящему уникальные инженерные сооружения. Каждый из двух рогов весил около 25 тонн. Выполнение расчетов таких конструкций с учетом итогового визуального эффекта требовало сложнейших инженерных вычислений, учитывающих колоссальные запасы на отрыв, на опрокидывание, на ветровые нагрузки, а в этом регионе сильные порывы ветра совсем не редкость, и, разумеется, на сейсмичность, которая достигает 9 баллов, а это исключительно высокий показатель.

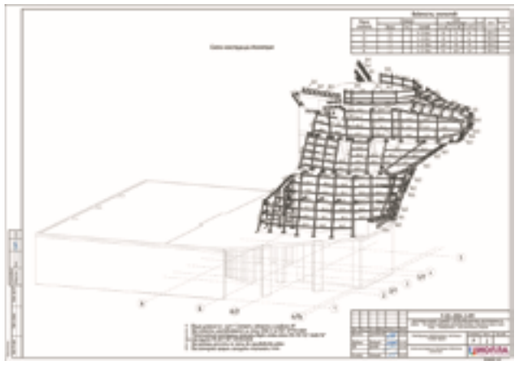
Работы по изготовлению велись в течение 11 месяцев в производственном цеху с применением станков с ЧПУ, электроприводных кран-балок и специально изготовленной оснастки. Основной каркас 20 марок рогов и монтажные пластины были выполнены из конструкционной стали С355-6 с полным циклом раскроя, позиционирования, сварки и усиления ребрами жесткости. С учетом высокой ответственности конструкции каждый миллиметр сварных соединений проходил обязательный ультразвуковой контроль. Это существенно повышало трудоемкость и увеличивало сроки выполнения работ.

Работа включала в себя 3D-сканирование каркаса, корректировку цифровой модели, высокоточную гибку и поэлементную подгонку с последую-



Реклама







щим монтажом. Каждая марка требовала исключительной точности сопряжения конструктивных и облицовочных элементов с учетом художественной геометрии объекта. Далее следовала доставка крупногабаритного груза в Манжерок несколькими фурами с сопровождением, поскольку перево-зимые конструкции являлись негабаритными.

Уникальность монтажных работ определялась технологической сложностью, высотностью и поэтапной сборкой конструкций уже непосредственно на объекте. После доставки в Манжерок была выполнена разгрузка и последовательное позиционирование 20 марок рогов в соответствии с утвержденной схемой монтажа. Подъем каждой марки производился с учетом точек весового баланса с использованием крана грузоподъемностью 100 тонн и временным подвижным закреплением к ранее смонтированным элементам.

Осуществлялось точное угловое и пространственное позиционирование относительно продольных, поперечных и сопрягаемых осей с обязательной проверкой соответствия проектным решениям. После выверки выполнялся монтаж закладных соединительных элементов с периметральной обваркой по всему контуру, проведением ультразвукового контроля сварных швов и последующим монтажом ранее демонтированных участков облицовки.

Работы велись на высоте от 15 до 30 метров с применением подъемной техники, в том числе 100-тонного крана, вспомогательного подъемного оборудования и высотных механизмов. Этот этап стал, пожалуй, самым ярким и самым грандиозным за все время строительства парка.

Параллельно с монтажом рогов, без остановки, шла филигранная и не менее впечатляющая работа по формированию внешнего облика будущей исполинской фигуры Марала, прежде всего его шеи и головы. По всему периметру были возведены многоэтажные строительные леса, окутывающие шею и голову по максимально возможной площади. Десятки специалистов днем и ночью, в любую погоду, включая дождливую, работали в круглосуточном режиме, создавая каркас финальной геометрии гигантского животного.

Одновременно на выступающих участках и труднодоступных поверхностях, куда нельзя было полноценно добраться со строительных лесов, непрерывно двигались вверх и вниз специальные подъемные средства. Они доставляли материалы и позволяли нескольким бригадам художников-сварщиков и художников-скульпторов работать буквально в воздухе.

Главная задача заключалась в том, чтобы создать Марала таким образом, чтобы он воспринимался либо как гигантская скала в виде окаменевшего животного, либо как колоссальное животное, почти превратившееся в скалу. Выступы, впадины, щели и трещины, выполненные из артбетона и имитирующие скальный рельеф, должны были выглядеть одновременно максимально правдоподобно и максимально эффектно. Посетитель не должен был получать однозначного ответа на вопрос: перед ним скала или огромное животное, похожее на скалу. По сути, здесь рождалось нечто большее, чем архитектурный объект, здесь создавались волшебство, загадка, легенда.





Выполнить столь неординарную работу на высоте более 25 метров, в стесненных условиях кабины подъемника задача, требующая настоящего человеческого героизма и высочайшего профессионального опыта. Даже скульптура высотой в человеческий рост под силу только специалистам. Но создать произведение высотой с многоэтажный дом, одновременно оставаясь и монтажником-высотником, и высококвалифицированным художником, — это уже почти за пределами привычного представления о профессии.

Однако и этим уникальность объекта не исчерпывается. Дневной эффект действительно ошеломляет. Но с наступлением темноты пространство должно продолжать жить, ведь отдых и развлечения на курорте Манжерок не заканчиваются с уходом солнца. И именно здесь начинается еще одна важнейшая глава истории Белого Марала — его феерическое световое шоу, разработанное и выполненное компанией SILA SVETA.

Сюжет шоу основан на алтайской мифологии. Через образы петроглифов, древних наскальных рисунков, история рассказывает о сотворении мира и борьбе добра со злом. Символы оживают в проекциях, а финал закрепляет главный образ — Белого Марала, сакрального животного региона.

Центральным объектом шоу стала 32-метровая скульптура Головы Белого Марала.

Рельефная поверхность с множеством фактурных деталей задала нестандартные условия для реализации мэппинга. Сначала вся поверхность была отсканирована до мельчайших подробностей, затем выполнена цифровая модель, и уже по ней велась работа над созданием этого по-настоящему удивительного шоу. Первые гости увидели 7-минутную программу в рамках открытия, а в дальнейшем мэппинг должен стать частью постоянной программы всего парка.

Тематический парк — это не просто территория с аттракционами и развлечениями. Это пространство, которое несет изначальный смысл, объясняющий, почему парк устроен и декорирован именно таким образом, соотносящийся с этническими и историческими особенностями местности и учитывающий культурный код существующего окружения.

Белый Марал в алтайской традиции — это не единый сюжет, а целый пласт сказаний, имеющий множество прочтений, версий и интерпретаций. Практически каждый представитель народа Алтая может рассказать собственную историю, связанную с этим именем. Потому что разные люди слышали разные легенды о Белом Марале. Но объединяет их одно: в этих историях Марал всегда остается существом сказочным, светлым и благородным, персонажем положительным, который приходит на помощь людям, противостоит злым духам и спасает Алтай от темных сил и разрушительных героев. Теперь все желающие могут увидеть его на территории тематического Парка Приключений «Дримвуд» в Манжероке.

Реклама

ИОЛЛА
КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТ РЕАЛИЗАЦИЯ

Компания «ИОЛЛА»
г. Москва
+7 (495) 748-8163, +7 (926) 088-9930
www.iolla-art.ru

Больше маршрута и комфорта: SBF-VISA Group представляет Ultra Family Coaster



Компания SBF-VISA Group представила новую семейную горку Ultra Family Coaster. Новинка получила более протяженный маршрут по сравнению со стандартными семейными моделями производителя и новый комфортабельный поезд.

Первые аттракционы уже установлены в двух европейских парках — в Финляндии и Германии.

193 метра трассы

Длина маршрута Ultra Family Coaster составляет 193 метра, максимальная высота — около 11 метров, скорость — до 11 м/с, то есть почти 40 км/ч.

Для сравнения: стандартная Family Coaster MX48 от SBF-VISA Group имеет трассу длиной 138 метров и высоту 5,5 метра. Таким образом, маршрут Ultra Family Coaster длиннее на 55 метров — почти на 40%.

Более протяженная трасса позволяет сделать поездку насыщеннее: увеличить продолжительность маршрута и разнообразить его подъемами, спусками и поворотами. При этом аттракцион сохраняет семейное позиционирование и рассчитан на посетителей, которым важны яркие эмоции без экстремальных перегрузок.

Новый Freedom Train

Для Ultra Family Coaster предусмотрен новый поезд Freedom Train. Его отличают более просторная компоновка и индивидуальные поясные фиксаторы для каждого пассажира.

Вместимость Freedom Train — до 16 человек. Новая конструкция ориентирована на повышение комфорта при посадке и во время поездки.

Для парков это особенно важно: семейные аттракционы должны быть интересны разным возрастным группам и удобны для совместного отдыха.

Для семейных и тематических парков

Ultra Family Coaster подойдет паркам, которым нужен заметный семейный аттракцион без ухода в экстремальную категорию.

Горка может быть интересна:

— семейным паркам развлечений;

— тематическим паркам;

— крупным рекреационным комплексам;

— проектам, которые расширяют предложение для подростков и семей с детьми;

— площадкам, которым нужен новый визуально заметный объект.

Конкретные требования к допуску пассажиров определяются технической документацией и выбранной конфигурацией аттракциона.

Новинка уже работает в Европе

Ultra Family Coaster уже установлена в двух парках — в Финляндии и Германии. Производитель также опубликовал материалы с тестовыми заездами, на которых можно оценить конфигурацию трассы и движение состава по маршруту.

Таким образом, речь идет не о концепте или перспективной разработке, а о модели, которая уже вышла на европейский рынок.

Более 70 лет опыта в производстве аттракционов

История SBF-VISA Group начинается в 1952 году. Сегодня производитель предлагает более 350 вариантов аттракционов — от детских и семейных моделей до экстремальных установок и индивидуальных проектов.

Производственная база компании в Северной Италии занимает более 20 000 квадратных метров. Проектирование, производство и испытания оборудования контролируются внутри компании.

Аттракционы также могут адаптироваться под концепцию конкретного парка: доступны различные цветовые решения и варианты тематического оформления.



Реклама

Срок производства — 7–8 месяцев

Ориентировочный срок производства Ultra Family Coaster составляет 7–8 месяцев.

При планировании запуска важно учитывать не только изготовление оборудования, но и подготовку площадки, логистику, монтаж и пусконаладочные работы. Поэтому проекты, рассчитанные на новый сезон, целесообразно начинать заранее.

ООО «ИТАЛПАРК» — официальный представитель итальянского производителя SBF-VISA Group в России. Компания сопровождает проекты на всех этапах: от подбора оборудования до поставки, монтажа, пусконаладочных работ и сервисного обслуживания.

Чтобы получить подробную информацию об Ultra Family Coaster, обсудить конфигурацию и условия поставки, свяжитесь с нами:

+7 (495) 545-43-21

или оставьте заявку на www.italpark.ru





Вторая жизнь аквапарка:

реинжиниринг вместо ребрендинга

Андрей Олимпов
Специалист по модернизации оборудования бассейнов и аквапарков, технический консультант

Во времена строительства первых крытых аквапарков в начале 2010-х главным принципом было «построить быстро и ярко». Импортировали немецкие насосы, итальянские и канадские горки, финскую нержавейку. Прошло полтора десятилетия. Сегодня, в 2026 году, когда я прихожу на действующий объект как специалист по модернизации, то вижу не просто устаревший дизайн, а сложный инженерный организм, уставший от импортных запчастей, скачков напряжения и возросших требований к безопасности.

Перед собственниками сейчас стоит дилемма: либо готовиться к продаже падающего актива, либо дать ему вторую жизнь. Я убежден, что обновление аквапарка – это не косметический ремонт и не покупка одной экстремальной горки. Это глубокая реинженерия скрытых от глаз систем. И именно она сегодня способна сохранить и приумножить поток посетителей.

Диагностика «скрытого износа»: что убивает аквапарк образца 2010 года

Зачастую либо аттракционы и бассейны выглядят сносно, а объект при этом «сыпется», либо наоборот. Проблема всегда под «фальшполом» и за декоративными панелями. Выделю три главные болевые точки таких сооружений.

1. Тепловлажностный режим и «усталость» ограждающих конструкций

В эпоху строительства многие грешили неправильным расчетом «точки росы» в угоду удешевлению витражей. Если зимой в аквапарке вы видите обильный конденсат на стеклах или, хуже того, ржавые подтеки с несущих ферм – повод для беспокойства есть. За 15 лет коррозия могла серьезно проредить металлоконструкции.

В 2026 году мы уже не можем позволить себе просто гонять калориферы на полную мощность, сжигая газ, как в 2013-м. Энергоэффективность стала вопросом выживания. Решение – установка современных осушителей воздуха на базе тепловых насосов (пусть даже китайских брендов с локализованным ПО) и герметизация витражей с заменой стеклопакетов на энергосберегающие с селективным покрытием. Это сразу снижает нагрузку на отопление на 20-30%.

Установка промежуточного теплообменника и теплового насоса позволит возвращать до 60% энергии на подогрев свежей подпиточной воды и горячее водоснабжение. Замена металлогалогенных прожекторов на влагозащищенные LED-светильники RGBW не только сократит расходы на электричество на 60%, но и позволит менять атмосферу внутри чаш в зависимости от времени суток или проводимого события.

2. Износ закладных элементов и чаши бассейна

Аквапарк начала 2010-х – это почти всегда плитка или мозаика, реже – пленка или краска. Срок службы гидроизоляции и расшивки швов в условиях агрессивной хлорированной воды – 10-15 лет. Мы часто видим отслоения, трещины в штукатурке бассейна, острые края плитки и, самое страшное, скрытые утечки воды под чашу из-за поврежденной гидроизоляции.

Современный ремонт в 2026 году невозможен без применения полимочевины или армированных ПВХ-мембран (армированная пленка ПВХ). Это не «заплатка», а создание новой бесшовной чаши поверх старой. Такой подход решает вопрос

гидроизоляции на ближайшие несколько лет и кардинально снижает травматизм.

3. Насосное оборудование и фильтрация

Изначально в аквапарки ставили насосы с «мокрым ротором» без частотного регулирования. Они либо работали на 100% мощности, либо стояли. Сейчас, в условиях дефицита и высоких цен на оригинальные европейские запчасти, ремонт превращается в лотерею.

Реинжиниринг предполагает переход на насосные агрегаты с частотными преобразователями (отечественной сборки, например «Овен» или аналог). Программируем контроллер так, чтобы в часы низкой нагрузки насосы сбавляли обороты. Это дает до 40% экономии электроэнергии на циркуляции, что для объекта с сотнями кубометров воды выливается в значительные суммы за год.

Аттракционы: безопасность как маркетинговый инструмент

В 2010-х ставили горки в стиле «быстрее, выше, страшнее». Стеклопластик тех лет имеет свойство истираться (становится матовым, шершавым), что тормозит скорость и царапает спины. Но главное – изменились нормы.

В этом году вступают в силу новые поправки к техрегламенту, приближающие требования к безопасности водных аттракционов к нормам ЕАЭС. Горки старого образца с резкими отрицательными G-нагрузками могут просто не пройти ежегодное освидетельствование.

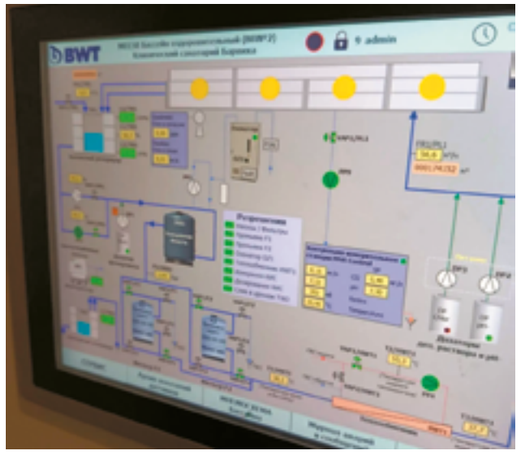
Что делать?

Применяем технологию восстановления геометрии лотка. Выявляем ямы и прогибы, затем шлифуем поверхность и наносим новый топ-коут (финишный слой) – гелькоут. Цвет при этом можно подобрать один в один по RAL. Если поверхность стерта до стеклопластика, лучше заменить элемент аттракциона на такой же, с соответствующей геометрией, что в современных реалиях не является серьезным затруднением. Также возможно заменить всю стеклопластиковую трубу, сохранив эргономические свойства, на аналогичную, с установкой на прежних опорах.

Устаревшие системы пуска (реле, старые светофоры) нужно менять на логические контроллеры с датчиками веса и блокировками. Для посетителя это выглядит как «красивый светодиодный старт», для инспектора – гарантия отсутствия столкновений на финишном бассейне.

Визуальные эффекты: внутри закрытых труб размещаем светодиодные RGB-ленты в силиконовом защитном профиле и легкие звуковые





триггеры (датчики прохождения). Это повышает wow-эффект без серьезного вмешательства в конструкцию.

Новый детский городок: вместо устаревшего «лягушатника» устанавливаем модульную систему (игровые пушки, опрокидывающееся ведро, горки, водные завесы с сенсорным управлением). Если зона уличная, шум воды и детский смех в летний сезон – лучший маркетинг.

Технологии воды: химия или физика?

Старая школа – это исключительно хлор и ручной дозаж. Запах «хлорки» в гардеробе за километр – так пахнет не чистота, а летучие хлорамины, результат неправильной водоподготовки.

В 2026 году удержать клиента с детьми-аллергиками без изменения философии очистки воды невозможно. Ставку нужно делать на комбинированные методы, доступные сейчас на рынке.

1. Ультрафиолет (УФ) средней мощности. Амальгамные лампы российского производства (например, бывшего НПО «ЛИТ») теперь сопоставимы по ресурсу с импортными. Ультрафиолетовое обеззараживание (400-600 Дж/м²) на байпасе основной циркуляции уничтожает хлорамины – источник

неприятного запаха и раздражения глаз, позволяя снизить концентрацию свободного хлора до 0,3-0,5 мг/л, что гораздо комфортнее и безопаснее.

2. Автоматические станции контроля. Датчики RedOx и pH мы теперь берем в Китае или у локальных поставщиков, но ставим дублирующие системы с автоматической промывкой датчиков уксусной кислотой (борьба с известковым налетом). Это позволяет держать свободный хлор на уровне 0,3-0,5 мг/л (как бутилированная вода), а не 1,5, как раньше, пережигая слизистые гостей.

Чистая, мягкая вода без запаха – самый сильный якорь для возврата аудитории.

Цифровой «мозг» и микро-клиенто-ориентированность

Инженер старой закалки управлял аквапарком, глядя на стрелочные манометры. Молодой инженер 2026 года видит объект на экране смартфона.

Внедрение систем диспетчеризации на базе российского ПО – не дань моде, а необходимость. Туда интегрируют всё: от температуры в детском лягушатнике до влажности в зоне фуд-корта, от промывки фильтра и дозации реагента до управления подсветкой и аттракционами.

> *Чистая, мягкая вода без запаха – самый сильный якорь для возврата аудитории.*

Простой пример: старая вентиляция гоняет воздух по расписанию «с 8 до 22», новая система смотрит на прогноз погоды в интернете и датчик CO_2 внутри. В солнечный день, когда купол нагревается, система автоматически снижает мощность котлов и увеличивает приток с улицы, экономя теплоноситель.

Точки роста интереса

Объекту, построенному в 2010-х, часто не хватает «инстаграмности» (или что там сейчас в тренде у поколения альфа). Но строить новую колоннаду – дорого и бессмысленно.

Мы делаем ставку на мультимедийность и свет. С помощью относительно недорогих влагозащищенных LED-матриц и лазерных проекторов можно превратить свод старого «тропического рая» с пыльными пальмами в динамическое звездное небо или подводное царство. Светодинамические шоу на воде в вечерние сеансы создают «новый» продукт, не требуя капитальной стройки.

Что дает инженерный аудит перед косметическим ремонтом?

Предположим, вы хотите заменить плитку в бассейне, так как она «пожелтела». Косметика тянет на 5 миллионов. Берем воду на анализ – превышение железа и марганца из-за изношенной скважины (забита сетка, нет аэрации). Поставили станцию обезжелезивания за 1,2 млн – плитка перестала желтеть, и посетители перестали жаловаться на «ржавый привкус» у ребенка.

Поэтому мой главный совет собственникам в 2026 году: прежде чем перекрашивать стены (что тоже очень важно), посмотрите на трубы, клапаны и воздуховоды.

Вторая жизнь аквапарка начинается не с открытия нового SPA, а с того, что в душевых перестает шуметь вода из-за гидроударов, из вентиляции перестает дуть холодом на мокрых детей, а в каждом углу исчезает грибок и плесень. Клиент чувствует комфорт через базовые инженерные решения, даже не осознавая этого.

Реалии параллельного импорта и импортозамещения

Нельзя игнорировать тот факт, что в 2026 году мы живем в условиях санкционных ограничений. Ранее я упомянул китайское и российское оборудование. Важно отметить, что качество китайских компрессоров для тепловых насосов и китайского стеклопластика за последние 5 лет выросло колоссально. Они перестали быть «одноразовыми».

И главная «вишенка на торте» модернизированного аквапарка – внедрение системы планово-предупредительных ремонтов (ППР) на базе мобильных обходов. Для каждого агрегата – свой QR-код, обходчик считывает его планшетом, выполняет контрольные замеры (температура, ток, вибрация), фотографирует. Данные уходят в электронный журнал, и инженер видит тренды. Переход от реактивного «сломалось – починили» к предиктивному обслуживанию сокращает внеплановые простои на 70%.

Заключение: новый виток уважения

Аквапарк начала 2010-х – это «крепкий сарай»: каркас здания обычно выполнен с огромным запасом прочности. Грех это не использовать. Сегодня, модернизируя инженерию, делая управление умнее, а воду мягче, мы не просто обновляем объект – мы переводим его из категории «аквапарк развлечения 90-х» в категорию семейных центров здоровья.

Это работает. И это не менее интересно, чем строить с нуля.

Фотографии предоставлены автором



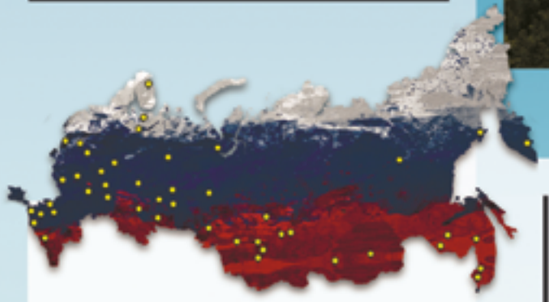
ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ **ГРОС**

Более 20 моделей семейных и детских аттракционов
Собственное производство полного цикла в России
Соответствие требованиям ТР ЕАЭС 038-2016

Аттракционы:

Семейные
Колеса обозрения
28/36/42/55/60
Орбита
Свадебная карусель
Цепочные карусели
Автодромы
«Ракушки»
«Летающие слоны»
Горки «Гусеница»
«Ветерок»

Детские
Колесо обозрения
Паровозик
Мини-джеты
Карусели, качели
Бассейны и батуты



Продукция нашей компании широко распространена по всей территории России, а также в странах ближнего зарубежья

660115, Россия, г. Красноярск,
ул. Гросовцев, стр. 3

8 (391) 226-27-26
8 (913) 838-17-80

info@inpark.su
inpark.su

Реклама

















Масштаб впечатлений: Hello Park Воронеж

Индустрия развлечений отвечает на вызовы времени. В дополнение к классическим игровым форматам приходят новые инновационные проекты, такие как фиджитал-пространства, объединяющие физическую активность с мультимедийными технологиями.

В апреле 2026 года в столице Черноземья состоялось открытие Hello Park – высокотехнологичного фиджитал-парка международного уровня, задающего новые стандарты семейного отдыха. Аналогов ему нет ни в Воронеже, ни во всем макрорегионе. Hello Park в Воронеже – флагманский проект крупнейшей сети, представленной в 22 странах мира.

Инициатором сотрудничества с компанией мирового уровня и инвестором проекта выступил Глава Группы компаний Хамина Евгений Хамин. Проект, реализованный на площадке суперрегионального торгово-развлекательного центра Сити-парк «Град», стал дополнением к действующей экосистеме развлечений ТРЦ, куда входят Воронежский океанариум, крытый Парк аттракционов и детский город профессий «КидБург».

Инвестиции в создание Hello Park составили более 285 млн рублей, что позволило воплотить самые смелые идеи, передовые технологии, использовать премиальные материалы, создать уникальный дизайн-код пространства.

«Когда я впервые увидел этот проект в Москве, а затем узнал, что нечто подобное открыли в ОАЭ, у меня появилась мечта – создать такой же парк у нас в Воронеже, в Сити-парке «Град». У меня было желание соединить современные цифровые технологии с реальным движением, чтобы дети могли развиваться, играя.

Когда мы даем ребенку телефон или планшет, он погружается в виртуальный мир, но совсем перестает двигаться. А в Hello Park всё иначе.

Мы сохранили ту самую «цифру», которая так притягивает современных детей, но добавили к ней живую активность. В итоге ребята получают и модный диджитал-формат, и важную для здоровья физическую нагрузку. Мне кажется, это идеальный баланс для поколения альфа» (Е.Н. Хамин)

1500 квадратных метров драйва, 22 зоны с иммерсивными играми, 5 тематических цифровых миров, стильный семейный ресторан, пространство для творчества и праздников – Hello Park стал новым центром притяжения для взрослых и детей. Первые посетители парка – почетные гости и «космический десант» юных исследователей. В день открытия площадку посетили более 1000 гостей.

Площадь всех мультимедийных экранов в парке равна размерам 3 волейбольных площадок. А чтобы их «оживить», потребовалось 25 километров кабеля. Это как 76 Эйфелевых башен, поставленных друг на друга!

Hello Park в космическом стиле покоряет гостей с самого начала. Панорамное радужное остекление, литая арка со световыми эффектами, футуристичный дизайн стойки ресепшен. Каждый элемент погружает в атмосферу фантастического будущего.





Главный герой, маскот парка, лис Рокки, приглашает детей стать участниками масштабной истории.

Путешествие начинается с «Фабрики аватаров», где посетители создают своего персонажа. Аватар привязывается к RFID-браслету и становится частью игровой системы. Дети выполняют задания, зарабатывают игровую валюту, повышают свой уровень.

22 фиджитал-зоны с гигантскими интерактивными экранами превращают каждое движение в магию. Качественную демонстрацию цифровой «картинки» на экранах обеспечивают 43 проектора. Высота потолков до 8 метров позволила создать по-настоящему масштабные активити-комплексы: от скалодромов и батутов до многоуровневых лабиринтов – и обеспечить вертикальное развитие игрового пространства





Формат Hello Park рассчитан на детей от 0 до 14 лет. Гостей ждут 5 захватывающих вселенных: Космос, Животные, Город, Подводный мир и мир Вокселей. Смена тем дает возможность еженедельно преображать парковое пространство.

За внешней легкостью и цифровой магией скрывается четкая система управления и контроля.

Инженерное оснащение парка – это сложный технологичный комплекс. Специалисты



ежедневно проводят диагностику, регламентное обслуживание и мониторинг каждой системы.

МАГИЯ ВКУСА

После захватывающих приключений в цифровые миры Hello Park приглашает гостей в семейный ресторан, где гармонично сочетаются стиль, комфорт, гастрономические впечатления.

Дизайн ресторана продолжает общую эстетику пространства. Цветовая палитра, дизайнерская мебель и детали интерьера создают атмосферу, переплетенную с магией «цифры».

Меню ресторана – это сочетание любимых семейных блюд и современных гастрономических трендов. Повара Hello Park заботятся о том, чтобы блюда были не только вкусными, но и полезными.

МЕСТО ДЛЯ ЯРКИХ ВСТРЕЧ

Концепция парка позволяет создавать праздничные мероприятия, объединяющие интерактивный досуг и полноценный банкет. Парк оснащен 4 пати-румами с яркими «оживающими» проекциями.

Ключевым предложением является «Фиджитал-день рождения». Сюжет, интерактивные экраны, световые эффекты – каждый элемент вовлекает детей в иммерсивную историю, делая их активными участниками.

Роль ведущего выполняет цифровой лис Рокки. Повествование интегрировано непосредственно в игровые инсталляции. Это не просто день рождения – это полное погружение в мир Hello Park.

Совместный поход в Hello Park – это опыт взаимодействия с «технологиями будущего», развитие творческого мышления, неформальное общение со сверстниками. Команда Hello Park обеспечивает комплексное сопровождение групповых посещений, гарантируя высокий уровень безопасности и сервиса.

> *Развлечения могут быть высокотехнологичными и одновременно максимально полезными для всестороннего развития детей.*

ПРОСТРАНСТВО РАЗВИТИЯ

Успешный старт фиджитал-парка в столице Черноземья доказывает, что развлечения могут быть высокотехнологичными и одновременно максимально полезными для всестороннего развития детей, их физической активности и творческого потенциала.

Преимущество и уникальность Hello Park в гармоничном сочетании технологий, спорта и игры в едином, безопасном и эстетичном формате. Это пространство, которое не просто развлекает, а делает досуг современной семьи осмысленным, полезным и по-настоящему захватывающим.

Это яркий пример того, как инновации становятся магнитом для посетителей торгово-развлекательного центра как современного досугового пространства нового поколения.

Фотографии предоставлены автором

Бэла Писаревская,
руководитель Hello Park Воронеж

ТВОЙ КАДР

Дополнительный источник дохода и фотоуслуги для ваших посетителей!

ЛОВИМ ЭМОЦИИ

которые гости хотят забрать с собой



Наши ключевые направления в работе:

- Фотосъемка гостей на территории вашего проекта
- Продажа и передача фото через собственный сайт
- Размещение терминалов для моментальных фото
- Собственное производство и реализация фотосувениров
- Установка фотоловушек
- Фотосессия праздников

Реклама

8 937 410 08 58

ПОДРОСТКИ НА АТТРАКЦИОНАХ



Компания РИФ не только является ведущим производителем развлекательного оборудования в России, на протяжении всей своей деятельности стоит на страже интересов своих клиентов. Высоким качеством проектирования и производства своей продукции мы минимизируем риски травм, тем самым заботимся о спокойствии наших покупателей. Грамотным подходом при составлении эксплуатационных документов и декларированием мы обеспечиваем легитимность работы нашего оборудования. Однако мы пошли еще дальше… В 2018 году мы познакомились с высококвалифицированным юристом – Геннадием Васильевичем Скрипкиным, практикующим адвокатом по защите интересов юридических лиц. С тех пор он оказывает помощь нашим клиентам, в том числе и в борьбе с потребительским экстремизмом. Недавно мы попросили исследовать вопрос о подростках на аттракционах, и вот что получилось:

Сегодня мы обсуждаем вопрос о допуске на аттракционы детей до 14 и до 18 лет. Геннадий Васильевич, расскажите, пожалуйста, нам об этом.

Продажа билета – это публичный договор. По правилам ст. 426 ГК РФ предприниматель должен продать билет (на услугу) любому, кто к нему обратится.

Согласно п. 2 ст. 28 ГК РФ, несовершеннолетние в возрасте от 6 до 14 лет вправе совершать мелкие бытовые сделки.

Статья 426 ГК не предусматривает возможности ограничения сделок, за исключением прямо предусмотренных пунктов, в том числе предоставления преимущества получения услуги одним лицом перед другим в случаях предусмотренных законом или НПА. Это буквально про «следующего в очереди». И этот пункт в данном случае подходит.

В соответствии со ст. 7 ФЗ «О защите прав потребителей», услуга должна быть безопасной для жизни и здоровья потребителя.

Таким образом, если правила эксплуатации объекта (утвержденные на основе паспорта аттракциона) запрещают нахождение ребенка без взрослых, то продажа билета ребенку без родителя создает угрозу жизни и здоровью несовершеннолетнего. При этом, не смотря на то, что при продаже билета кассир не знает, что может произойти травма, но фактически допускает такое развитие событий, то такое поведение по УК (а если речь пойдет о взыскании сумм в гражданском процессе, то и ГК) трактуется как «преступление совершенное умышленно с косвенным умыслом» (когда лицо осознавало общественную опасность своих действий (бездействия); предвидело возможность наступления общественно опасных последствий; не желало, но сознательно допускало эти последствия; либо относилось к ним безразлично). То есть, за это владельцу бизнеса грозит ответственность по ст. 238 УК РФ (оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности).

Здесь же, положения статьи 7 ФЗ «О защите прав потребителей» коррелируют с правилами Технического регламента ЕАЭС 038/2016 «О безопасности аттракционов» и создают законодательную связку для отказа в продаже билета.

А как на глаз определить возраст и нужно ли это делать кассиру и оператору?

Если возникнет проблема с определением возраста ребенка, то ее можно разрешить следующим образом.

Если ребенок утверждает, что ему уже, например, 14 лет, а выглядит он младше, кассир может провести проверку по следующему алгоритму:

В «Правилах посещения аттракционов» должен быть четко прописан пункт: «В случае возникновения сомнений в возрасте посетителя, администрация оставляет за собой право потребовать документ, удостоверяющий личность (паспорт, свидетельство о рождении, в том числе в электронном виде на Госуслугах)».

Если документа нет, а визуально определить возраст невозможно, парк вправе отказать в продаже билета и допуске.

Если подытожить, то продавать билет самому ребенку в такой ситуации нельзя. Здесь возникает юридическое противоречие: покупка билета является сделкой (публичный договор), а правила эксплуатации аттракциона являются требованиями безопасности, неразрывно связанными с законом. Таким образом, кассир обязан отказать в продаже билета ребенку без взрослого, так как превалирует приоритет безопасности детей над обязанностью продать билет.

А как быть с детьми в возрасте от 14 до 18 лет?

Технически – с 14 лет ребенок вправе сам распоряжаться деньгами. Он может купить билет, но пустить его на аттракцион можно только если отсутствуют ограничения (рост, вес, возраст и т.д.). Получается, что купить он может, но зайти на сам аттракцион не всегда.

В 14 лет есть уже ограниченная правоспособность. Если покупатель билета уведомлен о наличии ограничений, имеет их (по здоровью), но они носят скрытый для продавца характер, после чего проигнорировал или скрыл их, то возложить ответственность на администрацию (продавца) будет проблематично.



Реклама

То есть, если в правилах посещения есть ограничения и только родитель может оценить возможность нахождения ребёнка на аттракционе, то ребенок должен там находиться под присмотром родителя? И так до 18 лет?

Нет. После 14 лет он может приходить сам. Не нужно смешивать ответственность родителя (статья 63 СК РФ) и ответственность администрации (которая в достаточной степени предупредила о наличии ограничений).



Таким образом, ребенок с 14 до 18 лет может без родителей кататься на аттракционах, парк ничего не нарушает? Но если были ограничения по здоровью и что-то случилось, то парк ответственности не несёт?

Не несет, если:

- предупредил в достаточной степени о наличии ограничений;

- ограничения носили скрытый характер, и несовершеннолетний умолчал об их наличии.

С этого года рубрика «Задайте вопрос юристу» – теперь в наших соцсетях! Мы разбираем правовые аспекты производства и эксплуатации аттракционов: от выбора материалов до постановки на учет.

Формат участия: присылайте вопросы на почту info@rif2000.ru с пометкой «Личная консультация» или «Публичный разбор». Самые актуальные из них мы обсудим вместе.

Оставаться в правовом поле – значит защищать свой бизнес от многомиллионных штрафов и простоев.

Подпишитесь на наши каналы, чтобы не пропустить новые разборы сложных кейсов и быть в курсе технологий отрасли.

С уважением,
Директор ГК «РИФ»
Дроздецкая Жанна Вадимовна



Мир Аттракционов Петропавловска

Становление современного парка в Петропавловске – городе на севере Казахстана – началось в 1860 году, когда был основан городской сад, известный как «Парк культуры и отдыха». ТОО «Мир аттракционов» является правопреемником этой территории и сегодня по праву считается старейшим парком в Сибири, на Дальнем Востоке и в Казахстане. Рассказываем историю этого удивительного места.

Ключевой этап развития парка пришелся на 1988 год, когда сюда устроился работать 28-летний механик Владимир Иванович Козлов – будущий заслуженный деятель культуры Республики Казахстан, почетный гражданин Петропавловска и ветеран труда. На тот момент он был молодым специалистом, только что прошедшим службу в Вооруженных силах.

С его приходом в первую очередь была налажена работа аттракционной группы. Из шести имевшихся каруселей функционировали лишь три – «Колесо обозрения», «Солнышко» и «Юнга». Остальные находились в неисправном состоянии. Восстановительные работы легли на плечи сотрудников при поддержке крупнейших предприятий города: АО «Петропавловский завод тяжелого машиностроения» (АО «ПЗТМ»), завода им. С.М. Кирова и Филиала «Локомотивное депо» Южно-Уральской железной дороги. Уже к осени количество действующих аттракционов выросло до двенадцати, что позволило сместить основной источник дохода с культурно-просветительской деятельности на развлекательную.

В 1990-е годы, на фоне массового закрытия заводов, баз отдыха и детских лагерей, компания сделала ставку на восстановление подержанного оборудования, приобретая б/у технику и давая ей вторую жизнь. Важным шагом стало знакомство с современным рынком во

время поездки в омский Парк имени 30-летия ВЛКСМ. Там произошло сближение с Лигой парков Сибири, а также российскими и белорусскими производителями, что позволило закупить новые аттракционы – «Вертолётики», «Детскую железную дорогу» и другие.

В 2002 году эстафету принял Александр Владимирович Козлов, сын Владимира Ивановича Козлова. Начав карьеру главным инженером, уже в 2009 году он занял пост директора. С этого момента начался новый этап модернизации. Под его руководством парк непрерывно развивается, следуя мировым тенденциям. В 2019 году устаревшая билетная система сменилась современной электронной платформой Game Keeper. Были обновлены классические «Орбита», «Весёлые горки» и «Солнышко», появились новые зоны отдыха, цветочные клумбы и открытая эстрада. Парк окончательно превратился в центр культурно-досуговой жизни города.

Достижения компании неоднократно отмечались на государственном и международном уровнях. ТОО «Мир аттракционов» является победителем конкурса «Парыз» в номинации «Лучшее социально ответственное предприятие», обладателем престижной международной награды «Золотой Пони» и двукратным лауреатом конкурса «Хрустальное колесо».

Сегодня инфраструктура компании охватывает два главных пространства Петропавловска:

Центральный парк (3,6 га) – здесь работают 32 аттракциона;

Парк Победы (1,4 га) – 26 аттракционов.

Активная инвестиционная политика позволила обновить техническое оснащение колесом обозрения «Романтика-27», каруселями «Бумеранг» и «Вальс». В 2025 году был установлен экстремальный аттракцион «Микс», а в 2026 году запущен крупный детский комплекс «Царь-батут».

Современное ТОО «Мир аттракционов» – это не просто зона развлечений, но важнейший социально-культурный объект. В течение сезона здесь проходят шахматные турниры, конкурсы чтецов, фестивали красок и пенные вечеринки. Культурно-массовый отдел работает для всех возрастов: от еженедельного проекта «Кому за 30» до анимационных программ для детей. Ежегодно среди посетителей разыгрываются ценные призы.









Организация также демонстрирует высокий уровень социальной ответственности. Объем спонсорской помощи школам, детским домам и малообеспеченным семьям ежегодно превышает 7 миллионов тенге; 1500-2000 билетов передаются в Отдел образования города для детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации.

Особое внимание уделяется озеленению. Территория постоянно благоустраивается: высаживаются новые деревья, а парк украшают редкие для региона сакуры. Гордость парка – крупнейший в области розарий, в котором ежегодно выращивается до 300 кустов роз.

Абсолютным приоритетом является безопасность гостей. Весь персонал проходит аттестацию в Казахстане и профильных центрах России, а исправность техники подтверждается регулярными испытаниями с привлечением специалистов из Астаны.

Современное ТОО «Мир аттракционов» – это не просто зона развлечений, а важнейший социально-культурный объект.

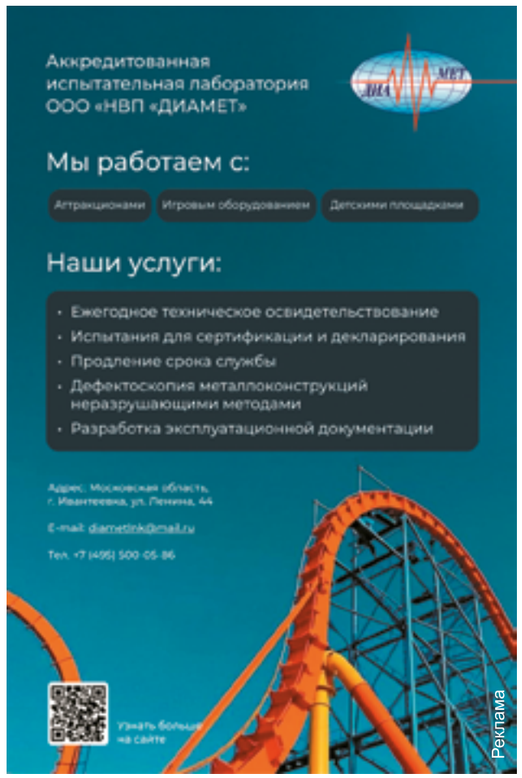
ТОО «Мир аттракционов» сегодня – это стабильная и динамичная компания со своими традициями и сильной командой. Многие сотрудники работают здесь более пяти лет, а стаж некоторых ветеранов превышает 25 лет. В организации активно развивается корпоративная культура: сотрудники поощряются премиями и получают возможность бесплатного отдыха за рубежом.

Таким образом, предприятие прошло огромный путь – от классического советского ПКиО до современной технологичной компании. Сохраняя верность традициям гостеприимства, качества и безопасности, «Мир аттракционов» продолжает развиваться, оставаясь любимым местом отдыха нескольких поколений петропавловцев.

Фотографии предоставлены автором

Андрей Осипов







CBGG
粤贸全球

GTI

2027 GTI Southeast Asia Expo

- Amusement Parks & Scenic Attractions
- Immersive Experiences
- FECs & Indoor Parks
- Digital Culture & Entertainment Technologies

21-23 April

World Trade Centre Kuala Lumpur (WTCKL), Malaysia

10,000+㎡ Exhibition Space

35,000+ Professional Buyers Worldwide

200+ Global Exhibitors

Organizers:
Haw Ji Co., Ltd. (GTI) | GZCESC

Media Partners:
Game Time International | China Amuse

service@gti-amuse.com
www.gti-amuse.com

粤贸全国·粤品粤靓

GTI 广 China Expo 2027 Sept. 10-12

19th GTI CHINA EXPO

Explore Innovation
Experience Tomorrow

AMUSEMENT PARK EQUIPMENT
VIDEO GAMES / WATER PARK EQUIPMENT
CHILDREN' S AMUSEMENT EQUIPMENT / VR / AR / MR



September 10-12, 2027

Area A, China Import and Export Fair Complex · Guangzhou

GLOBAL 全球约

TOP 顶尖

INNOVATION 创新智造

Реклама

GTIEXPO VIDEO

наши награды:

Русского Технического общества 2013 г.

За создание парка аттракционов на ВДНХ 2010 г.

Академии Космонавтики РФ 2014 г.

ООО «Компания «Мир»

37 лет на мировом рынке
без поломок и рекламаций с доступными ценами

Мир
с 1988 г.

EUROWHEEL

www.pax.ru

sales@pax.ru

PLUSH TEAM®
Плюш Тим

СЕРТИФИЦИРОВАННАЯ ПРОДУКЦИЯ

МЯГКАЯ ИГРУШКА ОПТОМ

РЕГУЛЯРНЫЕ НОВИНКИ

СО СКЛАДА В МОСКВЕ

для призовых аттракционов, тиров и призотек

www.plush.team
г. Москва
+7 (495) 129-33-41

EAC

ЧЕСТНЫЙ ЗНАК

ПОЛУЧИТЬ ОПТОВЫЙ ПРАЙС