



# АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ

1/2006

Attractions and Entertainments



Тема номера:

## Как купить аттракцион?



# ОСЕННЯЯ ЯРМАРКА АТТРАКЦИОНОВ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Москва,  
Учебно-тренинговая  
гостиница "Турист"

**ПРОГРАММА ЯРМАРКИ:**

**Семинар:**

*Эксплуатация, техническое обслуживание  
и ремонт аттракционов и детских  
игровых комплексов  
День производителя*

**6-7 сентября  
2006 г.**

**Оргкомитет:** 125430, Москва, ул. Митинская, 30  
**Тел./факс:** (495) 748-44-17/18, 748-34-48  
**e-mail:** gaara@gaara.ru, show@gaara.ru;  
**internet:** www.gaara.ru

## «Аттракционы и Развлечения» – Информационно – рекламный журнал

Учредитель:  
Российская Ассоциация Парков  
и Производителей Аттракционов  
(РАППА)

Издатель:  
Автономная Некоммерческая  
Организация  
«Учебный Центр РАППА»  
Генеральный директор  
Плесков Андрей Глебович

Редакция:  
Главный редактор  
Андрей Плесков

Зам. главного редактора  
Зоя Даревская

Отдел рекламы  
Игорь Родионов

Дизайн, верстка  
Евгений Белик

При участии:  
Екатерины Хмельницкой  
Леонида Пчельникова  
Юлии Рейнталь

Журнал распространяется бесплатно  
по адресной рассылке

Редакция не несет ответственность за  
содержание рекламных материалов

Использование материалов допускается  
только с разрешения редакции

Адрес редакции: Россия, 129223,  
г. Москва, пр-т Мира, ВВЦ, пав. № 69,  
оф. 105, АНО «Учебный Центр РАППА»  
Тел.: +7(495) 937-40-49;  
Факс: +7(495) 686-62-08;  
e-mail: [tec@raapa.ru](mailto:tec@raapa.ru); <http://www.raapa.ru>

Отпечатано в типографии  
ООО «Альба Плюс»  
Тел.: (4822) 35-34-41  
Заказ №2194  
Тираж 1000 экз.



### Дорогие коллеги!

Поздравляю Вас с Днем Рождения!

С Днем рождения журнала Российской Ассоциации Парков и Производителей Аттракционов (РАППА) – «Аттракционы и Развлечения».

Появления общероссийского, профессионального, информационно – рекламного издания, посвященного вопросам развития индустрии развлечений в России, ждали давно.

Желаемое стало явью, и Вы держите в руках его первый номер.

На страницах журнала будут обсуждаться важнейшие вопросы отрасли, такие как:

- Контроль и надзор в индустрии развлечений;
- Страхование посетителей;
- Взаимоотношения в вечном «любловном треугольнике безопасности»: производитель – эксплуатант – посетитель;
- Возможности и источники финансирования развития бизнеса и многие другие.

В этом и следующих номерах журнала Вы найдете:

- Обзоры новинок аттракционной и развлекательной техники, их оценку, не только с рекламной позиции продавца, но и с точки зрения эксплуатирующих специалистов;
- Информацию о деятельности РАППА, с сообщением обо всех мероприятиях, проводимых Ассоциацией;
- Объективное освещение событий, выставок, встреч, конференций, происходящих в индустрии развлечений в нашей стране, в странах ближнего и дальнего зарубежья;

- Рекламу и рекламные материалы, которые помогут владельцам парков, аквапарков и развлекательных центров оперативно подбирать качественное и эффективное оборудование, а производителям и поставщикам увеличивать объемы продаж развлекательной техники;

- Репортажи из лучших парков аттракционов и развлекательных центров страны;

- Интервью с производителями и поставщиками аттракционов и развлекательного оборудования.

Тема первого номера журнала: «Как купить аттракцион?»

Надеемся, что мнения ведущих специалистов индустрии развлечений, хорошо известных и авторитетных людей, помогут Вам найти ответ на этот sacramентальный вопрос.

К сожалению, в некоторых печатных и информационных изданиях и средствах массовой информации, можно встретить статьи и репортажи об ужасах, якобы творящихся в отрасли аттракционов и развлечений.

Подобные публикации вызывают у профессионалов индустрии развлечений, если не негодование, то, по крайней мере, возмущенное недоумение.

Проблемы и «узкие места» в этом бизнесе, безусловно, есть. Говорить о них в средствах массовой информации необходимо. Но оценки должны даваться объективно. Факты преподносятся не предвзято. Выводы должны делаться только на основании достоверной, проверенной и доказанной информации.

Мы постараемся делать именно так!

Тем более, что занимаются бизнесом развлечений люди, душой и сердцем болеющие за свое, совсем не легкое, дело!

Журнал, первый номер которого Вы держите в руках, об этих людях.

Он о них и для них. То есть о Вас и для Вас, дорогие коллеги!

И мы надеемся, что журнал будет Вам очень нужен!

Приглашаем к взаимовыгодному сотрудничеству авторов, соавторов, рекламодателей и спонсоров!

Еще раз с Днем Рождения!

Всего Вам хорошего!

С наилучшими пожеланиями,  
Андрей Плесков.



# IX Международная выставка АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ **РАППА 2007**

Москва, ВВЦ, павильон 69

XII Международная  
конференция

**“Безопасность  
аттракционов  
и устройств  
для развлечений”**

10-11 апреля 2007г.  
Москва, ВВЦ

**12-14 апреля  
2007 г.**



**Организатор:**  
РАППА - Российская  
Ассоциация Парков и  
Производителей Атракционов



**При поддержке:**  
Комитета межрегиональных  
связей и национальной политике  
г. Москвы,



Федерального агентства по  
техрегулированию и метрологии,  
Международной Ассоциации  
Парков и Атракционов (IAAPA),  
Trade Shows International (TSI)



TSI

Оргкомитет: 125430, Москва, ул. Митинская, 30  
Тел./факс: (495) 748-4417/18, 748-34-48  
e-mail: raapa@raapa.ru, show@raapa.ru;  
internet: www.raapa.ru

Информационная поддержка:

Генеральный  
спонсор:



Генеральный  
медиа-партнер:



ИГРНЫЙ  
БИЗНЕС



КОНТРИГРА



InterParks



Game Shows & Events



Impresario



World of Games



Бюдинг



KIPMES



GAME TIME  
INTERNATIONAL



ПАРК



GFA



## VIII Международная выставка «Аттракционы и Развлечения РАППА – 2006»

Даревская Зоя Сергеевна  
Директор выставок РАППА  
Генеральный директор  
ООО «Безопасность Техники Досуга»



*Б. Порке, Р. Барциц, А. Назаров, В. Гнездилов*

С 6 по 8 апреля 2006 г. в Москве, на ВВЦ, в павильоне 69, с большим успехом прошла очередная VIII Международная выставка «Аттракционы и Развлечения РАППА – 2006». Выставка была организована Российской Ассоциацией Парков и Производителей Аттракционов (РАППА) при поддержке Комитета по межрегиональным связям и национальной политике г. Москвы и Международной Ассоциации Парков и Аттракционов (IAAPA).

В числе почетных гостей выставки, на ее открытии присутствовали:



*A. Pummer*

Экспозиционная площадь выставки «РАППА – 2006» составила – 8000 кв.м. (в том числе 2300 кв. м – открытая площадка).

Можно с уверенностью сказать, что задуманное удалось – выставка превратилась во всеобъемлющее событие, целью которого является демонстрация новейших продуктов игрового, развлекательного и аттракционного сектора индустрии развлечений.

В выставке РАППА 2006 приняли участие более 160 фирм – производителей из большинства регионов России, а также 33 компании из 19 стран мира, в том числе из Канады, Великобритании, Германии, Италии, Бельгии, Турции, Франции, Швейцарии, Японии, Китая, Аргентины, Украины, Белоруссии и др.



*К. Робинсон, А. Бенавет, Р. Порке,  
А. Назаров, Д. Метцгер*



По количеству и уникальной географии участников, качеству и значимости проводимых в ее рамках, мероприятий, «РАППА–2006» является крупнейшим форумом достижений современной индустрии развлечений в России и входит в первую тройку мировых выставок аналогичной тематики.



В настоящее время индустрия развлечений в стране переживает бурный подъем, когда в ее ряды вливаются все новые и новые люди. За несколько лет выставка стала своеобразным показателем развития индустрии России.

Новые образцы аттракционов и развлекательной техники были представлены производителями из Москвы, Санкт–Петербурга, Краснодар, Барнаула и Алтайского края, Чебоксар, Новосибирска, Перми, Екатеринбурга, Волгограда, Нижнего Новгорода и других городов и регионов.



Динамику развития индустрии развлечений в России характеризует увеличение числа участников выставки, впервые показавших свою продукцию на выставке «РАППА – 2006». Дебютанты – 40 компаний из Италии, Франции, Китая и России, остались довольны результатами участия в выставке и многие из них уже забронировали площадку на следующий год.



18 фирм из России, Китая, Японии и ряда других стран демонстрировали на выставке новые, современные игровые автоматы российского и зарубежного производства.



Более 10 компаний представили новинки оборудования для детских и спортивных площадок. Около 20 фирм, из которых 7 зарубежных, показывали водные аттракционы и оборудование для аквапарков, бассейнов и пляжей.

Выставка РАППА постоянно расширяет тематику показа услуг для предприятий развлекательной сферы.



Так, наряду с ежегодно демонстрируемыми фирмами: Тикет Софт (Россия), ЮСИЭС (Россия), SACOA PLAYCARD SYSTEM (Аргентина), VISA BAND RUSSIA (Бельгия) INFORMATION SYSTEMS DESIGN (Россия) и рядом других компаний; устройства контроля доступа и управления развлекательными комплексами, в этом году на выставке впервые были представлены системы регистрации и учета автотранспорта, автоматизированные парковочные системы – продукция компании «ААМ Автоматик». Украшения и декорации для оформления парков и развлекательных центров были представлены французской фирмой «Gentrasur», занимающейся также лакокрасочной продукцией, актуальной для обновления аттракционов в преддверии начала сезона.

Снаружи выставочного павильона, на площади более 2000 кв.м, можно было увидеть много действующих аттракционов.

Это карусели фирм Zamperla (Италия) и ОАО «Аттракцион» (г. Ейск),



надувные аттракционы фирм «Вектор – М» (Украина), «Завод Воздушный замок» (г. Санкт-Петербург), «Русбал» (г. Москва), игровой комплекс фирмы «РИФ» (г. Ростов – на – Дону) и другое оборудование для развлечений.



По отзывам участников, выставка имела большой успех у посетителей, которых в этом году было более 7000, и не только из всех регионов РФ и стран СНГ, но и из ряда зарубежных стран.



Радовал участников выставки небывалый объем продаж – значительная часть представ-

ленных аттракционов и развлекательной техники была продана уже в первый день работы выставки. Непосредственное общение покупателей с производителями и поставщиками выставленной техники способствовало активному установлению деловых контактов, заключению контрактов на поставку аттракционов и развлекательного оборудования.



Большой интерес у специалистов вызвали, организованные РАППА в дни работы выставки, «круглые столы»:

1. «Эксплуатация аттракционов и развлекательной техники – проблемы подготовки кадров (сертификация персонала)»;
2. «Концепция создания парка аттракционов»;
3. «Динамика развития развлекательных, торгово-развлекательных центров и парков в крупных городах России».

А на бизнес-тренинг «Организация и проведение массовых и праздничных мероприятий в семейных развлекательных центрах и парках» по программе ведущего специалиста культурно-досуговой деятельности Ешиной Т.С., количество желающих участвовать пришлось даже ограничить.



Российская Ассоциация парков и Производителей Аттракционов (РАППА), как и в прошлые годы, осуществляет после выставочное сопровождение для участников выставки, рекомендуя их продукцию фирмам – покупателям для организации и комплектования развлекательных центров и тематических парков аттракционами, игровым и развлекательным оборудованием.

Информационную поддержку выставки оказали многие профессиональные журналы: «Каталог индустрии развлечений» (г. Санкт-Петербург) – Генеральный медиа-партнер выставки, информационное агентство «Вдохновение», «Праздник», «КонтриГра», «Азарт», «Боулингспорт», «Импреса-рио», «Индустрия развлечений» (Украина), «Игорный бизнес», а также крупнейшие зарубежные издания: «Game&Parks» (Италия), «Kirmes&Parks» (Германия), «Game Time International» (Тайвань), «Park World» (Великобритания), «Funworld» (США), «Inter Park» (Великобритания), «CFA Magazine» (Египет).



## Оргкомитет выставки:

Россия, 125430, г. Москва,  
ул. Митинская, д. 30  
Тел.: +7(495) 748-44-17  
Факс: +7(495) 748-44-18  
E-mail: raapa@raapa.ru  
Website: www.raapa.ru

# XI международная конференция «Развитие парков, развлекательных центров и аквапарков в городах России»



Когда в теплый, солнечный, весенний день родители с детьми, в хорошем, приподнятом настроении, идут гулять в парк, чтобы покататься на аттракционах – они вправе рассчитывать на то, что их отдых не будет омрачен неприятными событиями.

И они даже не догадываются, как много людей своим трудом, своими знаниями и умениями обеспечивают их безопасность.

Это инженеры – конструкторы, разрабатывающие и проектирующие аттракционы, это инженеры и рабочие, сделавшие из металла и пластика развлекательную машину, это проектанты и строители, создавшие парк аттракционов, это администраторы, механики и операторы, обслуживающие аттракцион, это органы местного самоуправления, сделавшие многое для организации хорошего, качественного отдыха жителей своего района, и многие, многие другие.

Ведущие специалисты и эксперты индустрии развлечений встретились 4, 5 и 7 апреля 2006 года в Москве, на ВВЦ, в павильоне № 69, на XI международной конференции «Развитие парков, развлекательных центров и аквапарков в городах России», которая проходила в

рамках VIII Международной выставки «Аттракционы и развлечения РАППА – 2006».

Программа конференции включала в себя:

#### 1. Семинары:

- «Безопасность и окупаемость парковых аттракционов»;
- «Семейные и торгово-развлекательные центры»;

- «Миниаквапарк как элемент торгово-развлекательного, спортивно-оздоровительного и курортного комплексов»;

#### 2. «Круглые столы»:

- «Эксплуатация аттракционов и развлекательной техники – проблемы подготовки кадров (сертификация персонала)»;

- «Концепция создания парка аттракционов»;

- «Динамика развития развлекательных, торгово-развлекательных центров и парков в крупных городах России»,

3. Бизнес тренинг: «Организация и проведение массовых и праздничных мероприятий в семейных развлекательных центрах и парках».

Важнейший вопрос, беспокоящий на сегодняшний день специалистов индустрии развлечений и простых потребителей предоставляемого спектра услуг – вопрос безопасности парковых аттракционов.

Участники семинара «Безопасность и окупаемость парковых аттракционов» с большим вниманием отнеслись к докладу «Техническое регулирование в сфере аттракционов и детских площадок».



В. Гнездилов

В докладе Генеральный Директор компании «Мир», Президент РАППА Владимир Алексеевич Гнездилов рассказал о текущей работе по созданию отраслевой нормативной базы.

Говоря о национальном стандарте «Безопасность аттракционов и вспомогательных устройств для развлечений» Владимир Алексеевич отметил:

*«Стандарт – это добровольный документ, но не исключено, что его статус изменится в связи с введением федерального закона «О безопасности устройств для развлечений», а пока он будет базой для добровольной сертификации аттракционов. (До введения в действие Федерального закона (технического регламента)).»*

Подробно остановившись на структуре и содержании проекта закона РФ «О специальном техническом регламенте «Безопасность устройств для развлечений», он подчеркнул:

*«По этому закону за безопасность устройства для развлечения отвечает в первую очередь эксплуатант, потому что он имеет контакт с пользователями этих аттракционов. Его задача правильно осуществить те процедуры, которые указаны в 3-й главе, а именно: приобрести аттракцион с пра-*

вильными документами, правильно его смонтировать, потребовать от производителя или изготовителя, проектанта соответствующие документы подтверждения соответствия на этот аттракцион. Есть требования по перевозке, по хранению; есть требования при простое аттракциона, при его перемещении, при повторном вводе в эксплуатацию. Все это делает эксплуатант или предприниматель. Дальше он уже регрессные требования предъявляет ко всем, кто осуществляет перечисленные стадии работ: к монтажникам, к проектировщикам и др.

Если производитель зарубежный, то законодатель к ответственности привлекает не самого производителя, а продавца, который по этому закону отвечает за все технические характеристики и свойства, продаваемого им объекта. Это правильно, потому что найти за рубежом того, кто произвел неправильный аттракцион, трудно, а тот кто продает его здесь, на рынке, должен выполнять требования федерального закона и быть ответственным за безопасность этой продукции».

О бизнес – плане, как о важнейшем инструменте в обеспечении безопасности и окупаемости парковых аттракционов, как о документе, учитывающем интересы всех групп заинтересованных лиц, говорила Елена Леонидовна Дерябина – Генеральный директор консалтинговой группы «SOLVER CONSULT».

Рассматривая вопросы выбора оборудования, Елена Леонидовна

Дерябина обратила внимание на следующее:

«**Покупка оборудования** – главное при создании парка аттракционов.

Если оборудование уже есть, то производится его оценка с точки зрения анализа рынка.

Оборудование необходимо покупать, исходя из той целевой аудитории, на которую в большей степени рассчитан ваш парк. Ошибки при анализе сегмента рынка приводят к неправильному выбору оборудования – напрасной трате денег.

Неправильная оценка контингента посетителей может привести к тому, что вы купите оборудование с перекосом на ту или иную целевую группу, которая чисто физически не может создать вам полной заполняемости аттракционов.

Если вы купите оборудования меньше, чем ваш целевой сегмент, то возникнут очереди, а это тоже потеря денег».

Новые подходы к организации контроля доступа и финансовой безопасности предприятия за счет внедрения современного, высокотехнологичного оборудования предложил в выступлении Сергей Борисович Кравцов – Генеральный директор ООО «ТИКЕТ СОФТ».



Из материалов доклада Дерябиной Е. Л.

Представляя разработанную компанией систему финансового, кассового контроля и контроля доступа «Lucky Ticket», Сергей Борисович, в частности, сказал:

«Хочу обратить внимание на 4 направления повышения доходности парка (применительно к внедрению автоматических систем управления).

1. Сокращение потерь от злоупотреблений персонала;
2. Увеличение средней суммы на покупку билетов и покупки в барах и магазинах посетителями парка;
3. Увеличение регулярности посещения парка и частоты катания на аттракционах;

У парков много конкурентов – это и кинотеатры, это и спортивные сооружения, поэтому, чтобы люди пришли к вам, нужно сформировать разные клиентские программы, которые позволят удерживать



*жить максимальное количество посетителей в вашем парке.*



С. Кравцов

#### **4. Увеличение каналов формирования и каналов продаж билетов парка».**

Большим опытом и нестандартными решениями в комплектации и компановке площадок и парков аттракционов и развлечений поделилась заместитель Генерального директора по эксплуатации компании ЗАО «Карусель Восток и Запад» Анна Михайловна Рыхлова.

Часть ее выступления была посвящена задаче планирования площадки аттракционов:



А. Рыхлова

*«Расстановка аттракционов требует сугубо индивидуально-го подхода в каждом конкретном случае, потому что это подразумевает изучение направленности людских потоков. Должна обязательно быть просматриваемость площадки в основных направлениях движения, т.е. более высокие аттракционы, как правило, должны, либо вставать на задний план, либо быть прозрачными, чтобы не загораживали более низкие, чтобы они не пропадали из зоны видимости.*

*Очень целесообразно делать расстановку аттракционов по группам, или по зонам. Т.е. это «дет-*

*ская зона», «семейная зона», «экстремальная зона». У них разная возрастная аудитория и разный режим работы.*

*Все перечисленные задачи требуют детальной проработки до начала процесса поставок аттракционной техники».*

Много нового и полезного узнали слушатели из доклада «Выбор сопутствующих услуг на площадке парковых аттракционов», который сделала Директор ЦСО «Остров Сокровищ» Моника Михайловна Дюсуше.



М. Дюсуше

После приведенного в ходе выступления примера:

*«Опыт показывает, что в парке с посещаемостью 600 тыс. чел. в год, один аппарат по производству коктейлей способен принести до 400 тыс. рублей чистого дохода в сезон. Любые вложения в «мелкий общепит» окупают себя в течение сезона»,* началось активное обсуждение вопросов организации общественного питания на территории парка аттракционов, взаимоотношений с арендаторами и арендодателями, порядок и механизм организации праздничных мероприятий и массовых гуляний.

Не оставило равнодушными участников семинара выступление Михаила Николаевича Филиппова, Председателя Совета директоров Индустриальной Лизинговой компании, по вопросу «Лизинг аттракционов и развлекательного оборудования».

Приводя аргументы в пользу лизинга по отношению к кредиту, Михаил Николаевич сказал:

*«Лизинг более доступен предприятию, чем кредит.*

*Например, ЗАО «Индустриальная лизинговая компания» предлагает развлекательное оборудование без дополнительного залога. Это не отягощает баланс лизингополучателя и позволяет ему привлекать дополнительные кредитные ресурсы для других проектов. Такая политика лизинговой компании объясняется минимальными рисками не возврата денежных средств, вложенных в лизинг оборудования. При неплатеже со стороны лизингополучателя, техника изымается и передается поставщику за определенную плату на основании договора обратного выкупа.*

*Еще одним существенным преимуществом является профессионализм лизингодателя в области объекта лизинга. Та же, вышеупомянутая, «Индустриальная лизинговая компания», предоставляет гарантийный и послегарантийный ремонт сданного в лизинг оборудования».*



М. Филиппов

Продолжительные прения по докладу показали значительный интерес присутствующих к данному вопросу, т. к. в расширении источников финансирования индустрии развлечений заинтересованы все участники рынка.

**Продолжение отчета о конференции далее на страницах журнала.**

# Стандарты и Спецтехрегламент – основа нормативной базы отрасли



*Заседание комиссии Государственной Думы по Техническому регулированию*

## Специальный технический регламент

В 2005 году инициативной группой под руководством генерального директора компании «МИР» Гнездилова В. А. был разработан проект Федерального закона Российской Федерации «О специальном техническом регламенте «Безопасность устройств для развлечений».

В установленном порядке проект закона был размещен для обсуждения на сайте РАППА: [www.raara.ru](http://www.raara.ru).

В ходе обсуждения проекта Спецтехрегламента в его текст были внесены изменения по полученным замечаниям от заинтересованных организаций. Текст проекта закона был проработан юридической службой Государственной Думы РФ.

23 мая 2006 года проект Федерального закона «О специальном техническом регламенте «Безопасность устройств для развлечений», доработанный с учетом поступивших замечаний и юридической экспертизы, был рассмотрен на заседании комиссии Государственной Думы по техническому регулированию.

По результатам рассмотрения комиссия приняла решение о продолжении работы над законопроектом.

В настоящее время проект Спецтехрегламента находится на обсуждении в экспертной комиссии, созданной Государственной Думой РФ при Министерстве промышленности и энергетики РФ.

## Национальный стандарт РФ

В 2005 году Российской Ассоциацией Парков и Производителей Атракционных (РАППА) был разработан проект Национального стандарта РФ «Безопасность аттракционов и вспомогательных устройств для развлечений».

Стандарт в установленном порядке был размещен для обсуждения на сайте РАППА: [www.raara.ru](http://www.raara.ru).

Проект Стандарта прошел обсуждение в техническом комитете Ростехрегулирования ТК-427, а также правку в экспертной комиссии, созданной комитетом ТК-427.

В настоящее время Стандарт находится на рассмотрении в Федеральном агентстве по техническому регулированию и метрологии (Ростехрегулирование).

Срок выпуска Национального стандарта РФ «Безопасность аттракционов и вспомогательных устройств для развлечений» – 2006 год.



*Депутаты Государственной Думы:  
Драганов В. Г., Кулик Г. В., Шаккум М. Л., Мезинский В. Р.,  
на заседании комиссии по техническому регулированию*

## Конференция (продолжение)

Нельзя не отметить, что в последнее время в России наблюдается значительное увеличение количества семейных и торгово-развлекательных центров.

Многие вопросы, касающиеся существования и развития этого направления индустрии развлечений, были рассмотрены на семинаре «Семейные и торгово-развлекательные центры» и на «Круглом столе» «Динамика развития развлекательных, торгово-развлекательных центров и парков в крупных городах России».

В работе семинара и «Круглого стола» приняли участие руководители и ведущие специалисты компаний, имеющих опыт создания и эксплуатации семейных и торгово-развлекательных центров, производители и поставщики развлекательного оборудования, представители лизинговых и инвестиционных компаний и другие заинтересованные лица.

В своем выступлении Алексей Александрович Лазутин – директор по развитию компании «Brunswick Bowling Products», говорил о перспективах использования боулингов в семейных

и торгово-развлекательных центрах, о новом оборудовании для создания боулинга в условиях ограниченного игрового пространства – виртуальном боулинге:

*«Корпорация Brunswick ежегодно инвестирует более 100 млн. долларов США в научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки. Одной из последних новинок, разработанных нашей компанией, является совершенно новый продукт, который включает в себя сочетание настоящего реального боулинга и виртуального мира – Virtual Bowilng (Виртуальный боулинг). Данный вариант боулинга можно разместить при длине помещения всего 15,5 метров, и, несомненно, данный продукт будет пользоваться популярностью как в качестве дополнения к традиционному боулингу в боулинг-центрах, так и в различных барах, ресторанах, семейных развлекательных комплексах».*

Говоря о состоянии российского рынка развлекательных услуг в сравнении с зарубежными рынками, докладчик подчеркнул:



*«Сегодня в боулинг играют более чем в 120 странах мира, но наибольшую популярность он имеет в США, где насчитывается более 125 тыс. дорожек. Одна дорожка там приходится на 2250 человек. При этом оборот индустрии боулинга составил в 2004 году около 10 млрд. долл. В РФ установлено 2800 дорожек для игры в боулинг, одна дорожка приходится на 51 000 человек, а потенциал рынка при текущем уровне дохода составляет порядка 10 000 дорожек».*

В ходе докладов и выступлений представителей компаний производителей и поставщиков развлекательного оборудования, были представлены новые, только появляющиеся на рынке аттракционы для семейных и торгово-развлекательных центров.



- 
- Более 250 боулинг-центров;
  - Более 50 городов России;
  - География боулинга охватывает не только мегаполисы, но и такие города как: Благовещенск, Лысьва, Находка, Кириши, Петропавловск-Камчатский и многие другие;
  - В последние годы происходит активное развитие сетевых операторов боулинг-центров;
  - Проявление интереса к боулингу со стороны всех категорий потребителей.

Игра на аэроохкее давно известна во всем мире. В России популярность аэроохкеев как игрового оборудования за последнее время выросла многократно и, кроме того, становится все распространенней. Сегодня аэроохкеей – это уже неотъемлемый элемент любого развлекательного комплекса, объекта семейного досуга



остановился в своем докладе Руслан Сергеевич Павлов – коммерческий директор компании «Новые горизонты»:

*«Во многих ТРЦ сегодня можно увидеть детскую комнату, в которой установлен игровой комплекс-ла-*

подготовке и обучению персонала, на основании данных, полученных в ходе маркетинговых исследований, предложил слушателям Андрей Анатольевич Шинин – Президент компании «SHININ GROUP».

В своем выступлении он обратил внимание слушателей на то, что:

*«Еще один важный элемент персонала – это аниматоры. Это тот персонал, который фактически напрямую влияет на выручку, которую будет производить развлекательная зона. Он является своеобразным «мостом» между посетителем и развлекательным оборудованием. Как правило, это студенты, которых очень удобно привлекать в пиковые моменты эксплуатации развлекательного комплекса. Аниматор должен быть всегда опрятен, весел, приветлив, но не назойлив. Здесь лучше всего подходит, так называемый, метод «своевременной помощи», когда аниматор осуществляет помощь в том или ином вопросе, когда посетителю это нужно. Помощь аниматора в процессе игры эффективна, чтобы игрок играл дальше и дальше. Количество аниматоров в центре определяется, исходя из тех доходов, которые вы получаете. В принципе, их привлекать необходимо тогда, когда они нужны – во время праздников и других мас-*

Новые модели аэроохкеев представила Надежда Александровна Михина – коммерческий директор компании «Массе».

Так же она рассказала о динамике роста спроса на аэроохкеев:

*«То, что интерес к аэроохкеем в нашей стране неуклонно растет, подтверждается темпами роста их продаж. Наша компания впервые начала работать с этим оборудованием 5 лет назад и тогда доля их продаж составляла 3%. Сегодня доля продаж аэроохкеев в общем объеме продаж нашей компании составляет 30% (при этом рост общего объема продаж еще более значителен!!!)».*

На эффективности использования игровых аттракционов – лабиринтов при организации семейного и детского отдыха,

*биринт и другое детское оборудование. Дело в том, что лабиринты становятся самостоятельным игровым аттракционом, приносящим хорошую прибыль своему владельцу, так как конструкция компактная и используется весь объем помещения. Дополнительную прибыль можно получить, расположив рядом с детской комнатой кафе или ресторан.*

*К тому же игровой комплекс может стать способом привлечения покупателей. В игровой комнате родители могут оставить детей на 2-3 часа. Это позволит им спокойно сделать покупки, заняться своими делами, посетить салон красоты, сходить в кино или просто отдохнуть в кафе».*

Принципиально новый подход к подбору развлекательной техники для семейных и торгово-развлекательных центров,

**Что такое лабиринт и зачем он нужен**

- в силу особенностей нашего климата значительная часть досуга проводится в помещении, поэтому в нашей стране особое внимание к аттракционам для помещений
- одним из самых популярных аттракционов для помещений является игровой комплекс - лабиринт, который дает возможность детям реализовать потребность в движении и активных играх
- игровые комплексы одновременно являются и наиболее полезным видом детского аттракциона, например, сравнимая с многочисленными игровыми автоматами. Это очень ценится родителями.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**ТЕНДЕНЦИИ:**

- РАСШИРЕНИЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ КОМПОНЕНТЫ В ТРЦ
- СПОСОБЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗНЫМИ ОБЪЕКТАМИ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ КОМПОНЕНТЫ
- РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТНОГО РЯДА
- МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ
- РАЗВИТИЕ НОВЫХ ФОРМАТОВ
- ПОВЫШЕНИЕ СЕТЕВЫХ ОПЕРАТОРОВ
- ПЕРЕХОД ОТ ФИКСИРОВАННОЙ СТАВКИ АРЕНДЫ К ПРОЦЕНТУ ОТ ОБОРОТА

**ПОКАЗАТЕЛИ:** (по данным компании «Солбит (ИП)»)

ПЕРВЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ, \$ МЛРД.	4,8 2005 + 2	17,0 2004 + 2
ТЕМПЫ РОСТА РЕАЛЬНЫХ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ, %	9,2	9,2
ИНФЛЯЦИЯ, %	10,9	8,5
УВЕЛИЧЕНИЕ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА	11,8 %	
СТАВКА КАПИТАЛИЗАЦИИ ДЛЯ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫХ ОБЪЕКТОВ ТОРГОВОЙ НЕДЕВИДИМОСТИ, %	30-33	

Из материалов доклада Дерябиной Е. Л. «Особенности организации зоны развлечений в торновом центре»

Основные критерии разработки концепции
<b>СООТВЕТСТВИЕ КОНЦЕПЦИИ ТК</b> ФОРМАТ ТК СОСТАВ «ЯКОРЕЙ», ИХ СОЧЕТАНИЕ ПРОЕКТНЫЕ РЕШЕНИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТК
<b>СООТВЕТСТВИЕ ЦЕЛЕВЫМ ГРУППАМ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ТК</b> АССОРТИМЕНТ УСЛУГ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ ЦЕНОВОЙ УРОВЕНЬ
<b>СБАЛАНСИРОВАННОСТЬ ПЛОЩАДИ ТК И ЗОНЫ РАЗВЛЕЧЕНИЙ</b>
<b>ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ НАЛИЧИЕ ЗОНЫ ФУД КОРТА</b>
<b>ГРАМОТНЫЙ ВЫБОР ОБОРУДОВАНИЯ</b>

Из материалов доклада Дерябиной Е. Л. «Особенности организации зоны развлечений в торновом центре»

совых посещений. Поэтому, как уже говорилось, студенты – это самый оптимальный вариант. Аниматоры – это тот персонал, который будет являться лицом развлекательного комплекса».

Выступление Президента компании «Уралпром» Сергея Владимировича Бушланова – «Технология эксплуатации семейных и торгово-развлекательных центров» – перешло в интересный, содержательный разговор о решениях и подходах при строительстве и создании центра семейного отдыха, о методике планирования наполняемости центра различными видами развлекательного оборудования, об окупаемости и конкурентоспособности предприятия. Сергей Владимирович отметил:

*«Все игровое оборудование должно соответствовать тематике центра семейного досуга, должно воплощать общую идею. При расстановке аттракционов необходимо соблюдать правильное сочетание игровых автоматов, статических и малоподвижных аттракционов, а также других устройств для развлечений, которые обеспечат основной поток прибыли. Расставить оборудование нужно так, чтобы с входа просматривалась вся игровая площадка. Посетитель*

*должен видеть аттракционы, все услуги и развлечения, за которыми он пришел».*

С большим вниманием слушатели отнеслись к докладу Елены Леонидовны Дерябиной – Генерального директора консалтинговой группы «SOLVER CONSULT», об особенностях организации зоны развлечений в торговом центре. Выступление Елены Леонидовны сопровождалось показом интересных и очень информативных иллюстративных материалов.

Об опыте работы семейных развлекательных центров в Европе, путях повышения их эффективности и окупаемости рассказал Росс Магри – Директор компании «Sarner Ltd.», Великобритания.

В своем выступлении он подчеркнул:



Р. Магри

*«Создание центра можно разбить на несколько шагов:*

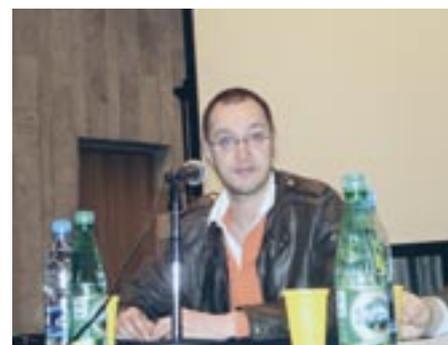
1. *Создание концепции.*
2. *Технико-экономическое обоснование.*
3. *Проработка конструкции.*
4. *Финансирование.*
5. *Утверждение конструкции.*
6. *Планирование работы.*
7. *Строительство.*
8. *Предварительное открытие.*

9. *Маркетинг.*

10. *Управление работой.*

11. *Внесение изменений.*

Начатый на семинаре «Семейные и торгово-развлекательные центры» разговор продолжился на заседании «круглого стола» «Динамика развития развлекательных, торгово-развлекательных центров и парков в крупных городах России».



А. Горичев

После содержательного доклада Андрея Андреевича Румянцева – Вице – президента компании «Стар Гэлэкси», в котором он поделился данными о динамике развития развлекательных, торгово-развлекательных центров и парков в крупных городах России (текст выступления приводится полностью на страницах журнала), и остро, эмоционального выступления Алексея Петровича Горичева – Генерального директора компании «Планета Развлечений», участниками «Круглого стола» было задано много вопросов, касающихся темы выступлений.

*Продолжение отчета о конференции далее на страницах журнала.*



## «Нотис» – отдыхая с удовольствием – развиваешь бизнес

*Передовые технологии в сфере услуг отдыха позволяют предложить современному человеку максимум удобства и комфорта.*

Холдинговая компания «Нотис», основана в 2001 году, расположена в Южном Федеральном округе.

В сферу деятельности компании входят:

- «Notis» – стратегия, логистика, аудит, юридическое сопровождение;
- «Notis Design» – все виды архитектурно-художественного освещения, промышленного дизайна, дизайна и декора интерьеров, web-дизайн и ландшафтное освещение;
- «Notis Show Technics» – профессиональное световое и звуковое оборудование, музыкальные инструменты и аксессуары к ним, видеопроекционное оборудование и экраны, металлические конструкции и фермы;
- «Notis Trade House» – магазин оптово-розничной торговли;
- «Notis Project» – полный спектр услуг по инсталляции и системной интеграции оборудования, акустический расчет и компьютерное моделирование, техническая поддержка, гарантийное и послегарантийное обслуживание;
- «Notis Digital» – весь спектр цифровых устройств для домашнего досуга и отдыха. Оптовые поставки DVD, ресиверов, акустических систем под торговой маркой Zers. Дистрибуция известных азиатских, европейских и американских брендов.
- «Notis TERA» – разработка концепции развлекательного центра, оснащение кинотеатров и развлекательных центров профессиональным оборудованием в индустрии развлечений.

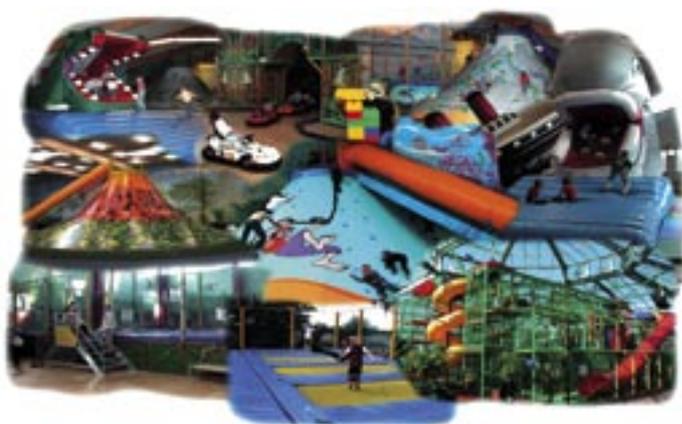


Несмотря на сравнительно короткий срок работы в развлекательном бизнесе «Notis TERA» накоплен опыт и профессионализм, позволяющий компании работать на высоком уровне в области индустрии развлечения.

Сегодня среди наших деловых партнеров и заказчиков – ведущие региональные развлекательные центры, боулинги, киноконцертные комплексы, бильярд-клубы, парки отдыха и аквапарки. Внешнеэкономическая деятельность позволила наладить деловые связи в Европе, Азии и США.

«Notis TERA» является эксклюзивным представителем американской компании Home Ice на территории Евразии. Своим клиентам «Notis TERA» предлагает опробовать новинку в мире развлекательных технологий – синтетический лед. Твердая монолитная панель белого цвета – уникальный заменитель настоящего льда. Он не требует охладительных систем, электроэнергии, воды. Синтетический лед можно использовать без навеса в любую погоду до 20 лет. Синтетический ледовый каток, желаемой формы и размера, образуют отдельные панели, которые соединяются между собой. В парке отдыха, в фитнес-центре, в частном загородном отеле каток станет отличным местом для активного времяпрепровождения.

Посетив парки развлечений, оборудованные «Notis TERA», малышей обрадуют мягкие игровые комнаты, многоуровневые лабиринты, игровые комплексы, а для отдыхающих в развлекательном центре постарше интересны будут автомобильные и гоночные симуляторы, стрелковые и спор-



тивные видео-симуляторы, джойстиковые единоборства и игровые автоматы.

Скалодром, для детей и взрослых – увлекательный аттракцион. Для спортсменов – профессиональный тренажер, а бизнесмены его могут использовать в коммерческих целях. Рекламные площади на самом скалодроме и вокруг него – удобное место для проведения промо-акций, шоу и презентаций. Гарантийный и послегарантийный ремонт оборудования, поставку расходных материалов, запасных частей и блоков обеспечит сервисный центр компании.

И это еще не полный пакет услуг компании. «Notis TERA» ценит удобство, комфорт своих клиентов и прилагает максимум усилий, учитывая все пожелания заказчика по реализации проектов развлекательных центров. Специалисты компании имеют большую базу проектов и разработок в области развлекательного бизнеса и архитектурного освещения.

Итак, «Notis TERA» – это единый источник решений и выгодный партнер на любом этапе развития Вашего развлекательного бизнеса.

Свяжитесь с нами, и возможно Вам не придется продолжать поиски постоянного партнера. Специальные знания, большой опыт отлаженной и взаимовыгодной работы с профессиональными структурами в этой области позволяет «Notis TERA» создавать и реализовывать грамотные проекты.

Подведем итоги: Компания «Notis», успешно работающая на рынке развлекательных технологий, обеспечит полное оснащение «под ключ» кинотеатра или развлекательного центра, ввод в эксплуатацию современных развлекательных комплексов, а также может выполнить функции управляющей компании.

Выбор «Notis» – прочные и долговременные партнерские отношения, качественные и экономически верные решения в разработке и управлении процессами технологического строительства в индустрии развлечений.



«Нотис TERA»

344010, г. Ростов-на-Дону, пер. Семашко, 114  
Тел.: +7 (863) 250-0023, 250-00-24, 250-00-27, 250-00-26  
E-mail: [tera@notis-co.ru](mailto:tera@notis-co.ru), [tera1@notis-co.ru](mailto:tera1@notis-co.ru)

# АТТРАКЦИОННЫ ИЗ ВОЛЖСКОГО



*Если Ваша электронная почта открыта для Срат, т. е. Ваш адрес можно взять из «открытых» источников, Вы наверняка получили предложения о поставке любого количества маек с надписью «Я ПЕРЕЖИЛ ЗИМУ 2006–го ГОДА».*

Надо же, наш народ постоянно находит, чем гордиться. Но мы не просто пережили эту зиму! Мало того, что мы регулярно отправляли во все уголки нашей необъятной Родины зимние аттракционы: «Самоходные Сани», «Емелину Печку» с «Санями-прицепом» и наши всепогодные «Тематические авансены для тиров» и паровозики «Веселая радуга». Мы также усиленно готовились к будущему сезону. И сейчас для всех проснувшихся от зимней спячки заказчиков мы с удовольствием предлагаем не только нашего всеобщего любимца – паровозик «Веселая радуга», но и новый паровозик с тремя одноосными вагонами «Малыш», а также прекрасно зарекомендовавшие себя велоконструкции «Велозкипаж» и «Велокарт».

Паровозик «Малыш» – более детский, игрушечный вариант, нежели «Веселая радуга», хотя можно прокатить в 3-х вагонах 12 взрослых или 18 детей. Для его эксплуатации также не требуются рельсы и подключение к силовому кабелю. Мобильность наших паровозиков мы считаем одним из важных качеств. Возможно использование их на любой площади, в любом сквере, также они

катают народ как на прекрасных южных набережных (Геленджик, Анапа, Адлер), так и на самой восточной в стране набережной – в Хабаровске.

Ну а для любителей активного отдыха в Вашем парке обязательно должны быть велоконструкции – самый беспроемный вариант при организации отдыха людей. Наш аттракцион «Велозкипаж» (модели 3, 5, 7) рассчитан на прокат 3, 5, 7 человек. В любом парке, сквере, в любом санатории всегда найдутся любители такого «прохладно-спортивного» отдыха. То есть – не до изнеможения и пота в тренажерном зале, а вместе с хорошей компанией под тентиком, сидя на мягких сиденьях, покрутить педали, иногда отвлекаясь на легкие напитки и мороженое. При этом Вы можете не только объехать все клумбы и фонтаны в парке, но и съездить на ближайший пруд или к любимым зверушкам

ров» и тиры различной комплектации на их базе. Сейчас уже можно с гордостью сказать, что наши тирры не только победно прошли по всей стране и близлежащим странам СНГ, но и начали завоевывать наши дорогие избалованные столицы – Москву и Санкт-Петербург. То есть уже есть заказчики, которые разработали бизнес-программу, основанную на установке нескольких десятков наших тиров в Москве (здесь окупаемость наших авансенов составляет 10 дней). В Петербурге «Гагарин-парк» приобрел уже 4 большие авансены не только для парка, но и для развлекательных комплексов. Кроме того, этот наш заказчик отличается самым богатым воображением, по его заказу мы разработали уже две новые темы – «Освобождение динозавров» и «Гулливер», последнюю из которых я сегодня с удовольствием Вам представляю.



в местный зоопарк. Вы можете не крутить педали, а просто ехать, отдыхая, попивая пиво и освежительные напитки – ведь в любой компании всегда и без Вас найдутся желающие покрутить педали. Вот что такое наш аттракцион «Велозкипаж»! Как говорится, не надо изобретать колесо, но велоаттракцион... почему бы нет? По данным наших заказчиков окупаемость «Велозкипажей» бьет все рекорды – она составляет 2–3 недели!

«Велокарт» – аттракцион для более спортивных людей, он имеет более низкую посадку и большую маневренность, рассчитан на прокат 2-х человек.

И по-прежнему мы предлагаем Вам наши «Тематические авансены для ти-

*С новым сезоном Вас, господа!  
С новыми аттракционами!*

*Директор СП  
«АТТРАКЦИОННЫ  
ИЗ ВОЛЖСКОГО»*

*Ефименко  
Александр Михайлович.*

404111, г. Волжский,  
Волгоградской обл.,  
ул. Молодежная, 30, офис 207.  
Тел./факс: (8443)27-53-13,  
тел.(8443)27-35-30, 8-902-311-00-93  
E-mail: [topol@vlz.ru](mailto:topol@vlz.ru)  
[www.locomotive.org.ru](http://www.locomotive.org.ru)



## Паровозики безрельсовые

### “Веселая Радуга”

(1-2 вагона)

### “Малыш”

(2-3 Вагона)

### “Велозипажи”

Авансцены для тиров, тирь любой комплектации и другие аттракционы

## СП “Аттракционы из Волжского”

404111 г.Волжский, ул. Молодежная 30, оф. 207

(8443)273530; (8443)275313; 8(902)3110093

e-mail: [topol@vlz.ru](mailto:topol@vlz.ru) [www.locomotive.org.ru](http://www.locomotive.org.ru)



## ФАТ, «ФАБРИКА АТТРАКЦИОНОВ», ООО



АТТРАКЦИОН «АИНЫ»

### ОТ ИДЕИ ДО РЕАЛИЗАЦИИ

АТТРАКЦИОН «БАЛКА НОВИКА»



АТТРАКЦИОН «ЛЕБЕДИ»



АТТРАКЦИОН «РАКЕТА»

АТТРАКЦИОН «ПОЛЕТ»



391720, Россия,  
Рязанская область,  
Михайловский р-н.,  
п. Октябрьский,  
ул. Почтовая, д. 4  
Тел./Факс: +7 (49130) 21-0-97  
E-mail: [OOO.fat@mail.ru](mailto:OOO.fat@mail.ru)  
[www.faba.jino-net.ru](http://www.faba.jino-net.ru)

## Конференция (окончание)

Значимым мероприятием конференции стал семинар **«Мини-аквапарк, как элемент торгово-развлекательного, спортивно-оздоровительного и курортного комплексов»**, в работе которого приняли участие руководители и специалисты ведущих компаний, работающих на этом рынке.

Генеральный директор ООО «Альянс Медиа» Владимир Борисович Десяткин сделал интересный, разносторонний доклад по основной теме семинара, охватив в своем выступлении многие аспекты работы аквапарка, как успешного бизнес проекта (текст выступления приводится полностью на страницах журнала).

Вопросы концептуальных решений и обеспечение безопасности при проектировании и эксплуатации мини-аквапарков затронул в своем выступлении Наум Блюменфельд – ведущий менеджер компании «ВСЕ – Group».



Н. Блюменфельд

*«На сегодняшний день в Европе есть концепция изменения статуса всевозможных городских бассейнов, сельских центров и т.д. В Европе, в городах с населением 20-30 тыс. человек, всегда был какой-то общественный бассейн олимпийского или полуолимпийского уровня с небольшим комплексом услуг. Сегодня все они перестраиваются в так называемые «мини-аквапарки», где количество аттракционов не очень большое, но посещаемость таких комплексов возрас-*

*тает во много раз. Если в обычном или олимпийском бассейне может находиться максимум 20 человек, то в «бассейне аттракционов» мы можем на 4 кв. метра площади иметь одного посетителя».*

Большое количество вопросов к докладчику и активное обсуждение стали показателем важности поднятых проблем.

Важнейший вопрос для всех участников рынка аквапарков, (и для собирающихся построить аквапарк, и для строящих, и для уже построивших и эксплуатирующих аквапарк), вопрос обеспечения безопасности воды, как основного элемента развлекательного комплекса. О системах водоподготовки, способах дезинфекции и снижении эксплуатационных затрат, рассказал технический директор компании «ВСЕ – Group» Владимир Викторович Хомич.



В. Хомич

*«По СанПину, который определяет требования гигиены в аквапарках, проведена некая классификация бассейнов, которые могут использоваться в аквапарках. Это гидроаэромассажные бассейны – типа джакузи, бассейны для окунания, детские бассейны глубиной до 60 см, бассейны развлекательные и для плавания. Для каждого из этих бассейнов определена норма водной поверхности на одного человека. Т.е., исходя из данных требований, мы можем определить пропускную способность всего аквапарка в комплексе».*

*Система водоподготовки является определяющей для всей работы аквапарка, т.к. человек, приходя сюда, кроме аттракционов должен получить качественную воду, соответствующую всем гигиеническим*

*требованиям. В соответствии с этим, в аквапарке должно быть оборудование, которое будет удовлетворять этим требованиям».*

Предоставленная информация вызвала живой интерес у участников семинара.

Новыми решениями при комплектовании миниаквапарков и бассейнов водными аттракционами поделился Вячеслав Владимирович Герасимов – Генеральный директор ООО «АквамастерИнж».



В. Герасимов

*«Водные аттракционы имеют в самых различных вариациях: вода вскипает, течет, бурлит, струится, разбрызгивается, с воздухом и без него в сопровождении акустических и оптических эффектов. Их качество закладывается на стадии выбора и комплектации. Говоря «мини-аквапарк», мы подразумеваем прежде всего бассейн и на основе его определенный набор услуг, создаваемых определенным набором конструкций и механизмов – водных аттракционов. Мы считаем важным понимание основных принципов организации и проектирования таких сооружений для их последующей активной и безопасной эксплуатации».*

Особое внимание Вячеслав Владимирович уделил обеспечению безопасности посетителей при создании в аквапарке максимального развлекательного эффекта.

О технических, художественных и организационных возможностях при организации водных шоу рассказал присутствующим Андрей Борисович Макаров – ведущий специалист ООО «Аквадизайн».



А. Макаров

«Управление водным шоу производится при помощи компьютера. Музыкальная программа прописывается для компьютера. При помощи этого достигается согласованная работа насосного оборудования, света и музыкального сопровождения. Помимо фонтанного оборудования, водное шоу включает в себя сложную инфраструктуру. Это и система водоочистки, и места для зрителей и многое другое. К организации водного шоу необходимо подходить комплексно и желательно на ранней стадии проектирования».

Сообщение Кузнецова Вячеслава Витальевича – ведущего специалиста компании «Атолл» - об оборудовании для создания плавучего пляжа в подходящих для этого местах, вызвало неподдельный интерес у участников семинара.

«Во всем мире одним из механизмов расширения территории без нанесения ущерба природе и рационального использования береговой территории, является использование модульных плавучих платформ».

Модульная плавучая платформа – это платформа из блоков одиночных элементов кубической формы размером 0,5 на 0,5 м и высотой 40 см., которые соединяются между собой посредством штырей. Формы бывают абсолютно разные, они могут изменяться по желанию клиента.

Платформа имеет высокие прочностные характеристики. Для производства плавучих блоков мы используем пластик последнего поколения, который имеет высокие прочностные данные и грузостойкость при различных температурных диапазонах: от  $-50$  до  $+50^{\circ}$ . Поэтому они с успехом применяются как в районах крайнего севера, так и для летнего отдыха.

При благоприятных условиях окупаемость плавучей платформы возможна в течение одного сезона. За два сезона она окупится в любом случае».



В. Кузнецов

По общему мнению участников, XI международная конференция «Развитие парков, развлекательных центров и аквапарков в городах России» стала

значительным событием в развитии отечественной индустрии развлечений.

В работе конференции приняли участие более 250 руководителей парков и развлекательных центров из 43 городов России и стран СНГ. С докладами на семинарах выступили 22 специалиста самых различных областей знаний индустрии развлечений: президенты и директора ведущих российских компаний и зарубежных фирм, юристы, известные специалисты в области маркетинга, менеджмента и рекламы.

Были обсуждены проблемы безопасности массового досуга и развития развлекательных центров и тематических парков в России, перспективы применения нового стандарта по безопасности аттракционов, вступление в действие технического регламента по безопасности аттракционов и другие вопросы, связанные с покупкой (продажей) и эксплуатацией аттракционной техники и развлекательного оборудования.

По вопросу приобретения материалов конференции можно обращаться в Российскую Ассоциацию Парков и Производителей Аттракционов.

### Оргкомитет конференции:

Россия, 125430, г. Москва,  
ул. Митинская, д. 30  
Тел.: +7 (499) 760-35-97  
Факс: +7 (499) 760-38-45  
E-mail: raapa@raapa.ru  
Website: www.raapa.ru

**КОНТРОЛЬНЫЕ БРАСЛЕТЫ**  
**ТЕМПКО**

Билеты-браслеты для парков развлечений, аттракционов и бассейнов, для детских центров, аква-парков, дискотек и других мест отдыха или мероприятий. Самый простой и надежный способ визуального контроля посетителей!

а также:

**ВРЕМЕННЫЕ ТАТУИРОВКИ**  
**ОЧКИ:** для фейерверков, 3D, декодеры, поляризационные

**Визард-М**  
**Wizard**

http://wizard.msk.ru  
info@wizard.msk.ru  
Skype: Wizard-M Ltd  
ICQ: 8094381

**СКИДКА 10%**

## РАППА: календарь событий на 2006 г. – 2007 г.

№ п/п	Наименование мероприятия	Дата	Примечание
1.	Обучение и сертификация специалистов индустрии развлечений России	13-18.04.06	В рамках регулярных курсов по системе добровольной сертификации персонала предприятий индустрии развлечений России
2.	XI Международная конференция «Развитие парков, развлекательных центров и аквапарков в городах России»	04.-05.04.06.	При поддержке Комитета по межрегиональным связям и национальной политике г. Москвы
3.1	Семинар «Безопасность и окупаемость парковых аттракционов»	04.04.06	
3.2	Семинар «Семейные и торгово-развлекательные центры»	05.04.06	
3.3	Семинар «Миниаквапарк как элемент торгово-развлекательного, спортивно-оздоровительного и курортного комплексов»	05.04.06	
4.	VIII Международная выставка «Аттракционы и развлечения РАППА - 2006»	06.-08.04.06	При поддержке ИААРА и Комитета по межрегиональным связям и национальной политике г. Москвы
5.	Бизнес – тренинг: Организация и проведение массовых и праздничных мероприятий в семейных развлекательных центрах и парках.	07.04.06	
6.	Издание журнала «Аттракционы и развлечения в России»		Ежеквартально
7.	Осенняя ярмарка аттракционов и игрового оборудования	06-07.09 2006	Совместно с Комитетом по межрегиональным связям и национальной политике г. Москвы
8.	Тур по развлекательным паркам Европы для директоров региональных парков и развлекательных центров	09-17.09 2006	Установление контактов и обмен опытом с участниками индустрии развлечений европейских стран
9.	Обучение и сертификация специалистов индустрии развлечений России	02-07.10.06 16-21.10.06 13-18.11.06 27.11-02.12.06 11-16.12.06 15-20.01.07 29.01-03.07 12-17.02.07	В рамках регулярных курсов по системе добровольной сертификации персонала предприятий индустрии развлечений России
10.	Участие во всемирной выставке индустрии аттракционов и развлекательного оборудования «IAAPA - 2006» (15-18 ноября) Организация поездки в г. Атланта (США) для региональных представителей индустрии развлечений на всемирную выставку аттракционов и игрового оборудования «IAAPA - 2006»	ноябрь 2006	Знакомство региональных представителей – операторов индустрии развлечений с аттракционами и игровым оборудованием мировых производителей. Установление контактов с зарубежными операторами индустрии развлечений  ЗЯВКИ ПРИНИМАЮТСЯ до 01.07.06
11.	Участие в разработке специального Технического регламента «О безопасности аттракционов»	2006	
12.	Участие в общеевропейской выставке индустрии аттракционов и развлекательного оборудования «EAS 2007» (30.01-01.02.07) Организация поездки в г. Севилья (Испания) для региональных представителей индустрии развлечений на общеевропейскую выставку аттракционов и игрового оборудования «EAS 2007»	28.01-03.02.07	Знакомство региональных представителей – операторов индустрии развлечений с аттракционами и игровым оборудованием европейского производства. Установление контактов с зарубежными производителями.  ЗЯВКИ ПРИНИМАЮТСЯ до 01.11.06
13	IX- Международная выставка «Аттракционы и развлечения РАППА - 2007»	12-14.04.07	
14	XII Международная конференция «Безопасность аттракционов и игрового оборудования. Инвестиции в развитие развлекательного бизнеса в России. (Семейные-развлекательные и торгово-развлекательные центры, парки и аквапарки)»	10-11.04. 07	

## «РАППА» – нас принимают во всем мире. Приглашаем в Париж, Страсбург, Кельн

Индустрия развлечений, постоянно развивающаяся отрасль. В настоящее время в мире проводятся как национальные, так и международные выставки, посвященные этой тематике. Значительный интерес для специалистов представляют: ежегодная всемирная выставка индустрии развлечений «IAAPA Trade Show», проходящая в США и общеевропейская выставка «Euro Amusement Show», последние два года проходившая в городе Вена (Австрия).



Стенд РАППА на выставке «IAAPA Trade Show – 2005»

Устроитель обеих этих выставок – Международная ассоциация парков и аттракционов (IAAPA) – крупнейшая организация, объединяющая предприятия индустрии



Городская ратуша Вены

развлечений из большинства стран мира.

Вена – Столица!!!

Столица Австрии – это всем хорошо известно.

Столица музыки. «Венские классики» – Гайдн, Моцарт, Бетховен, «Король вальса» – Иоганн Штраус и многие другие великие музыканты, и композиторы, разве могли они жить и работать в каком ни будь другом городе мира? Нет! Никогда!

Столица некогда могучей Австро-Венгерской Империи – оставившей в наследие городу и его жителям монументальные дворцы и воспоминания о былом величии.

Столица, которая по сегодняшний день, с уважением и нежностью, бережет память о тех, кто ценою своей жизни освободил ее от фашизма.

Два года подряд, в 2005 и 2006, Вена была европейской столицей аттракционов.

Два года подряд в роскошном выставочном комплексе «Messe Wien», построенном рядом со знаменитым Венским «Volkstheater» – огромным парком аттракционов и развлечений, где до сих пор крутится старейшее в Европе «Колесо обозрения», проходили выставки аттракционов и развлекательного оборудования «Euro Attractions Show – 2005» и «Euro Attractions Show – 2006».

На выставках, «IAAPA Trade Show» и «Euro Amusement Show», собираются

специалисты, чтобы узнать о последних тенденциях в мировой индустрии развлечений. Российская Ассоциация Парков и Производителей Аттракционов, ежегодно принимает участие в этих выставках.



Стенд РАППА на выставке «Euro Attractions Show – 2006»

Два года подряд Российская Ассоциация Парков и Производителей Аттракционов организовывала поездки российской делегации в Вену, на этот праздник, феерию новых идей, решений и впечатлений.

В сезон 2006 – 2007г.г. РАППА также формирует группы специалистов для посещения выставок «IAAPA Trade Show 2006» (15-18.11.06) в Атланте (США) и «Euro Amusement Show 2007» (30.01.-1.02.07) в г. Севилья (Испания).



Выставочный комплекс «Messe Wien»



Венское колесо обозрения



Презентация выставки «Euro Amusement Show 2007» (30.01.-1.02.07) в г. Севилья (Испания)

В этом году у специалистов индустрии развлечений России появилась еще одна уникальная возможность повысить свой профессиональный уровень – в составе делегации РАППА с 09 по 17 сентября 2006 г., во время тура по развлекательным паркам Европы (Париж, Страсбург, Кельн) увидеть изнутри, как работают парки ведущих европейских стран.

В результате большой подготовительной работы достигнута договоренность о том, что членам делегации РАППА будет предоставлена уникальная возможность:

- познакомиться со структурой парков;
- встретиться с высшим и средним менеджерским составом;
- узнать структуру управления парков;
- оценить систему обеспечения безопасности посетителей парков;
- открыть для себя новые аттракционы и развлекательное оборудование.

В программу тура включено посещение трех парков Франции и Германии.

■ **«Евро-Диснейленд»** (Париж) – один из самых известных парков развлечений в Европе. Он поделен на несколько участков или «земель». Это Main Street USA – здесь воссоздана атмосфера маленького американского городка XIX века с ресторанами, магазинами и площадкой для шоу; волшебная страна Fantasyland (Страна фантазий) с замком спящей красавицы; Frontierland – страна ковбоев с катальной горой «Сильный гром», с которой весь парк виден как на ладони; Adventureland – место, где на аттракционе «Пираты Карибского моря» можно встретиться с разбойниками из диснеевских мультфильмов; Discoveryland – страна компьютерных технологий, в которой гости совершают головокружительное «Звездное путешествие», мчатся сквозь время на машине Жюль Верна и ощущают себя капитанами космического корабля в «Орбитроне». В новой части парка – Walt Disney Studios – можно покататься на аттракционах, посмотреть мультфильмы, встретиться с диснеевскими героями. Можно заглянуть в творческую лабораторию производства фильмов.

Декорации тематических участков Диснейленда продуманы до мелочей. Например, из штата Монтана сюда доставлены металлические блоки для рудников, а из Миннесоты – осветительная арматура.

Благодаря таким деталям, воссоздающим определенную эпоху, ожидание в очередях не кажется очень утомительным; к тому же гости имеют возможность проникнуться духом аттракциона еще до того, как сами станут его участниками.

Спроектированный волшебниками художественных и инженерных наук фирмы «Дисней», так называемыми «воображенерами», которые посвятили жизнь изобретению разных чудес и диковинок, Диснейленд на сегодняшний день самый передовой в техническом отношении парк.

Помимо парка в Диснейленде есть целый комплекс американских тематических баров, магазинов и ресторанов, а также 6 отелей, расположенных сразу за центральными турникетами. В дни массовых посещений волшебное королевство принимает свыше 40 тысяч гостей.



■ **«Европа-парк»** (Страсбург) – крупнейший и популярнейший в Европе тематический парк развлечений, в котором посетители ждут не только захватывающие дух скоростные аттракционы, но и познавательные путешествия в историю и культуру стран, представленных в виде тематических разделов парка.

В миниатюрной «Европе» уживается сразу несколько европейских стран. Попав сюда, можно «посетить» Германию, Швейцарию, Францию, Англию, Италию, Голландию, Австрию, Скандинавию, Испанию, Грецию, Страну викингов и сказочную Шokolандию, и, конечно же, Россию.

Страны в «Европа-парке» представлены как их наиболее характерными, так и неожиданными особенностями. В Прекрасной Италии – это палаццо в стиле барокко и Венецианский карнавал; в Испании рыцари дерутся на волшебных мечах; на Седьмом небе во Франции в центре громадная серебристая сфера, где каждый час стартует «Евростат», уносящий своих пассажиров в стремительный полет; рядом – Царство Динозавров.



■ Парк развлечений **«ФАНТАЗИЯ-ЛАНД»** (Кельн) – это маленькое кругосветное путешествие: в «Старый Берлин», «Мехико», «На Дикий Запад», в «Чайна – Таун». Участники смогут увидеть единственный в мире аттракцион «Мистический замок», 19 скоростных аттракционов: «Приключения в Колорадо» – супер-скоростной аттракцион длиной 1,2 км с перепадом высот ок. 26 метров, «Горный поток» – скоростной сплав в «бревне» с 16-метровой высоты по извилистой реке и др.

В парке «Фантазия-Ланд» представлены последние достижения лазерных технологий. Дыхание замирает от электронного шоу «Огонь - Вода - Свет», где оживают сказочные герои из «Страны восходящего солнца». А на лазерном шоу в «Западном салуне» можно увидеть известнейших поп-звезд: Майкла Джексонна, Мадонну, Лайзу Минелли и других, которых невозможно отличить от оригинала.

Кроме посещения парков, участники тура смогут познакомиться с достопримечательностями европейских городов. Для этого организованы экскурсии по Парижу, Страсбургу, Кельну. У экскурсантов будет возможность посетить Кельнский собор – выдающийся памятник архитектуры XIII в., увидеть знаменитую Эйфелеву башню, посетить парк и Большой Дворец в Версале, а также прокатиться на кораблике по Сене.

Тур по паркам Европы – это уникальная возможность для специалистов индустрии развлечений увидеть своими глазами, как развита эта сфера за рубежом. Приобретенные от поездки опыт и знания станут источником новых идей и замыслов, которые каждый сможет воплотить в своем парке. У Европы нам есть чему поучиться, в сфере индустрии развлечений, и чем больше мы будем знакомиться с ее достижениями в этой области, тем быстрее сами выйдем на качественно новый, высокий уровень.



Делегация РАППА в Вене

Все подробности о туре по паркам Европы и поездкам на выставки IAAPA 2006 и Euro Amusement Show 2007 можно узнать на сайте [www.raapa.ru](http://www.raapa.ru)

## РАППА

Россия, 125430, г. Москва,  
ул. Митинская, д. 30  
Тел.: +7(495) 748-44-17  
Факс: +7(495) 748-44-18  
E-mail: [raapa@raapa.ru](mailto:raapa@raapa.ru)  
Website: [www.raapa.ru](http://www.raapa.ru)

## Автодромы из Красноярск – высокое качество, сибирская надежность!



В списке аттракционов – лидеров по привлекательности, посещаемости и окупаемости, автодром, по праву, занимает одно из первых мест. Ряд преимуществ этого аттракциона позволяет говорить о том, что ни один уважающий себя парк аттракционов и развлечений не может работать без автодрома, тем более, что достаточно часто автодром является «паркообразующим» аттракционом.

Автодром, который выпускает наше предприятие – ООО «Остров Сокровищ», г. Красноярск, получил высокую оценку иностранных специалистов, в частности, президента французской фирмы «Reverchon», Филиппа Реверсона, мирового лидера по производству бамперных машинок. Профессионалы отметили, что и полы аттракциона, и его внешний вид превосходят многие зарубежные аналоги.

В настоящее время ПО «Грос» является дилером этой фирмы по РФ и СНГ.

Автодром класса «Премиум» производства нашего предприятия, отличаются следующие характеристики:

- В конструкции аттракциона применены лучшие инженерные решения зарубежных и отечественных производителей;

- Мобильная сборно-разборная конструкция (максимальная длина деталей не превышает 5,50 м);

- Аттракцион адаптирован к зимним условиям эксплуатации;

- Монтаж осуществляется без применения спецтехники;

- Оригинальный дизайн;

- Высококачественное лакокрасочное покрытие (автомобильные лаки и краски фирмы «МОБИХЕЛ» и «SIKENS»);

- Художественная роспись выполнена методом ручной аэрографии;

- Рекламный «Фриз», оформление колон, кабина оператора выполнены из листового, легкого алюминия по оригинальной технологии;

- Крыша «Автодрома» оборудована подъемным механизмом;

- Натяжение контактной сетки обеспечивается ручными (32 шт.) лебедками, простыми и надежными в эксплуатации;

- Настил пола состоит из 105 сегментов со снятой фаской по периметру каждого, что предотвращает ранний износ резиновых колес на электромобилях;

- «Тротуарная дорожка» по периметру выполнена из декоративного рифленого алюминия;

- Аттракцион укомплектован аудио оборудованием: усилитель, CD, MP-3, FM-радио, 8 пылевлагозащитных колонок, общей мощностью 240 Вт, операторский микрофон;

- Освещение аттракциона состоит из 36 пылевлагозащитных светильников;

- Иллюминация выполнена с использованием итальянских кабо-

нонов (4036 шт.) 7-ми цветная, лампочки фирмы «OSRAM». А управление «бегущим огнем» осуществляется 8-ми канальным контроллером;

- Разъемные электросоединения выполнены силовыми разъемами фирмы «HARTING» (Германия) и кабелем фирмы «LAWKABELE» (Германия).

- В состав блока питания входит электрооборудование фирмы «SIMENS» (Германия);

- Операторская кабина оформлена тематически, имеет двойные стеклопакеты в алюминиевых рамах, утеплена и оборудована электрообогревателем, пультом управления аттракциона, музыкальным оборудованием и креслом для оператора.

Возможно изготовление полностью сборно-разборного автодрома (монтаж – демонтаж в течение 2 – 3 суток), автодрома с жесткой крышей для больших снеговых нагрузок, автодрома, встроенного в крытые центры развлечений.

### **Внимание!**

Не покупайте аттракционы, просто сравнивая прайсы различных производителей и продавцов, т.к. существует много опций, таких как: входит или нет в стоимость аттракциона стоимость монтажа, осуществляется или нет гарантийное и послегарантийное обслуживание, и др., наличие или отсутствие которых влияют на конечную цену оборудования.

Звоните, спрашивайте, узнавайте, задавайте много вопросов. Всем постараемся уделить максимум внимания.

**Генеральный директор ООО  
«Остров Сокровищ»  
Дюсуше М.М.**

**Россия, 660049, г. Красноярск,  
ул. Марковского, 19  
Тел.: +7 902 940-43-40,  
Факс: +7(3912) 68-28-06,  
E-mail: info@inpark.ru,  
irina-ostrov@mail.ru  
Web-site: www.inpark.ru**



## Как мы начинали строить парк.

Большых Александр Николаевич  
Генеральный директор ООО «Чудо-Парк»  
г. Зеленоград

Создание в Зеленограде парка развлечений было нашей мечтой, которую мы давно хотели воплотить в жизнь. Однако, еще несколько лет назад было неясно, как начать этот бизнес. Сегодня же, когда индустрия развлечений в России развивается стремительными темпами, появилась возможность заниматься этим интересным видом деятельности.

Естественно, что сразу взять и создать свой парк развлечений – нереально. Для этого требуются не только значительные финансовые ресурсы, но и опыт ведения подобного вида предпринимательской деятельности. Однако, начинать с чего-то было нужно, и нашей базовой идеей стала идея создания площадки аттракционов в г. Зеленограде под названием «Чудо-Парк». В будущем мы надеемся, что этот бренд станет олицетворением праздника, отдыха и развлечений в нашем городе.

Начали мы с того, что создали свою собственную фирму – ООО «Чудо-Парк». Зарегистрировать организацию и арендовать помещение под офис было не сложно, а вот найти место для площадки аттракционов стало для нас серьезной и непростой задачей. Вставал вопрос: где и на какое время арендовать территорию?

От долгосрочной аренды мы отказались почти сразу, поскольку это было обременено большим количеством административных барьеров. К тому же всего предугадать невозможно, и как пойдет наш бизнес до конца неизвестно. Поэтому было решено арендовать на теплый сезон площадку в каком-нибудь людном, посещаемом месте, где наши аттракционы будут востребованы и удачно впишутся в городской ландшафт.

В итоге, пройдя ряд согласований с местной властью, мы арендовали площадку рядом с кинотеатром «Электрон».

Зеленоград – молодой, динамично развивающийся город с населением 300 тыс. жителей. Наличие государственных ВУЗов способствует притоку в город интеллектуальной молодежи. Предприятия электронной промышленности находятся на стадии реконструкции и реструктуризации, что приведет к росту численности населения города и, как следствие, его развитию. По этим факторам можно судить о перспективности нашего проекта. Плюс ко всему индустрия развлечений в Зеленограде должным образом не развита, и рынок для нас представляется достаточно свободным для ведения аттракционной деятельности.

Мы предполагали, что из 300 тыс. жителей города, нас посетит примерно 20% населения, т.е. мы рассчитывали на 60 тыс. посетителей в сезон. Учитывая сумму затрат на аренду, зарплату персонала, покупку аттракционов и т.д. и ожидаемый доход, по нашему бизнес-плану мы должны будем окупиться за половину сезона.

После того, как выбрали место для площадки, необходимо было решить, какими именно аттракционами ее заполнить. Поскольку мы только начинаем бизнес и ограничены в средствах, то для начала необходимо было приобрести оборудование, которое, с одной стороны, будет недорогим, а с другой – будет иметь хорошую окупаемость.

Одним из самых быстрокупаемых аттракционов сегодня являются батуты. Мы решили приобрести два надувных батута: детский и экстремальный («Гору») для более взрослых детей. Мы узнали, что в России есть несколько производителей этой техники, и остановились на том, кто предложил нам наиболее приемлемое сочетание цены и качества. Важно было, чтобы покупаемые нами пневмобатуты послужили не один сезон, чтобы они отвечали требованиям безопасности, отличались интересным ди-

зайном и оформлением. Причем, как мы выяснили, чем красочнее и больше батут, тем быстрее он окупается. Однако, при покупке мы, в первую очередь, руководствовались вопросами безопасности. Необходимо было, чтобы батуты были устойчивы и не переворачивались при ветре. Их конструкция должна была быть такой, чтобы исключить вылет с аттракциона ребенка, швы батута должны были быть прочными и износостойкими.

Следующий аттракцион, которым мы решили оснастить свой «Чудо-Парк», – это электромобили. По сути дела, это и не аттракцион вовсе, но ряд предпринимателей, с которыми мы советовались при выборе оборудования, уверили нас, что аккумуляторные машинки сегодня пользуются невероятной популярностью у детей. Цены на них колеблются от 7,5 до 20 тыс. рублей, в зависимости от того, азиатский производитель или европейский. В связи с тем, что наши аттракционы расположены в той зоне, где родители часто гуляют с детьми, мы решили купить сразу 4 электромашинки и выделить для них отдельную небольшую площадку. Чтобы увеличить их эффективность и работоспособность, нам пришлось поменять в них аккумуляторы на более мощные, но при этом никакие требования безопасности нами нарушены не были.

Поскольку работа парка во многом зависит от погоды, то нам хотелось иметь у себя такой аттракцион, который мог быть максимально эксплуатируемым и работать почти при любых погодных условиях. Как выяснилось, таким оптимальным аттракционом является тир.

При покупке пневматического тира мы ориентировались на то оборудование, которое отвечает условиям безопасности при эксплуатации. Предложений по тирам на рынке оказалось очень много, поэтому мы выбирали продавца, исходя из нашего принципа: лучшее

соотношение цены и качества. В итоге мы остановились на одном московском производителе, который не только предложил нам аттракцион на очень приемлемых условиях, но также подсказал наиболее выгодные схемы эксплуатации тирного оборудования. В комплекте тир уже был оснащен мишенями и мишенными блоками, а оружие мы покупали отдельно.

При выборе продавца главной трудностью было выбрать из множества производителей того, кто предложит нам технику на более выгодных условиях. В то же время, у каждой фирмы есть свои особенности и своя специфика производимого ими оборудования, и аттракционы одного вида от разных производителей имеют свои конкретные плюсы и минусы. Поэтому, в вопросе выбора продавца, мы старались максимально советоваться и общаться с теми людьми, которые имеют достаточный опыт в эксплуатации различных устройств для развлечений.

Мы консультировались с предпринимателями, которые уже ни один год занимаются аттракционным бизнесом; разговаривали с ди-

ректорами парков и развлекательных центров, которые нам подсказали различные тонкости организации работы парка. Было не просто выйти с ними на контакт, но здесь нам сильно помогала Российская Ассоциация Парков и Производителей Аттракционов (РАППА), где нам посоветовали, к каким эксплуатирующим организациям можно обратиться за консультацией.

Перед покупкой аттракционов у нас очень остро стоял вопрос поиска источников финансирования нашего проекта.

Поскольку наша фирма новая и не имеет на балансе никакого оборудования, то говорить о каких-то кредитных отношениях с банком было абсолютно бесполезно. По той же причине невозможно было получить рассрочку платежа от производителя аттракциона. Нам было известно, что у ряда компаний есть наработанные схемы рассрочек, но с нами они отказались работать, так как нас никто не знает.

Поэтому единственное, что мы могли просить у продавца, это небольшие скидки, в связи с тем, что мы начинающая организация. К нашему счастью, нашлись компа-

нии, которые нам предоставили эти льготы. Видимо, они были заинтересованы в том, чтобы мы развивались и потом пришли снова к ним покупать аттракционы.

Часть средств, вложенных в новый бизнес, составляли наши личные деньги, но также мы нашли частного инвестора, который вложил в наш проект. Безусловно, это был риск, но риск вполне оправданный, так как бизнес-план нами был составлен достаточно грамотно, и должен оправдать те финансовые надежды, которые существуют у нас и у нашего инвестора.

Мы прекрасно осознаем, что аттракционы – очень интересный и увлекательный вид деятельности, но за собой он несет значительную долю риска и ответственности. Однако это нас не пугает, так как, по нашему мнению, при правильном подходе и грамотном планировании, можно избежать тех преград, которые невозможно преодолеть. Так что, этот бизнес сегодня надо смело начинать.

# AirPalace®

## НАДУВНЫЕ АТТРАКЦИОНЫ!

Разработка и производство аттракционной техники, гарантийное и постгарантийное сервисное обслуживание

Наземные и водные надувные аттракционы.  
Сценические навесы, тенты.  
Пляшущие человечки (Аэромены).  
Рекламные пневмостенды.  
Надувные Деды Морозы и Снегурочки.  
Автоманежи с детскими электромобилями.  
Бассейны с подочками.

Комплексное оснащение детских садов, санаториев, домов отдыха:  
мягкие игровые комнаты, спортивные модули, развивающие модули, шариковые бассейны, поролоновые игрушки.



193079, Россия, Санкт-Петербург, Октябрьская наб., д. 80, к. 1, тел./факс (812) 233-63-51, 233-07-38, <http://www.airpalace.spb.ru>, e-mail: [market@airpalace.spb.ru](mailto:market@airpalace.spb.ru)



# Как купить безопасный аттракцион?

Гнездилов Владимир Алексеевич  
Генеральный директор компании «МИР»  
Заслуженный конструктор РФ  
Кандидат технических наук  
Президент РАППА

При покупке аттракциона у предпринимателя возникает ряд вопросов, от которых зависит успешное функционирование его парка, развлекательного центра или площадки аттракционов. Проблема заключается в том: как купить аттракцион, который отвечал бы всем нормам безопасности и был эффективным источником дохода, но при этом, не стать жертвой недобросовестного продавца?

Для того, чтобы купить безопасный аттракцион, он должен быть сертифицирован специализированной компанией, имеющей достаточный опыт в области сертификации аттракционов и устройств для развлечений. Поэтому, при покупке аттракциона владелец должен требовать от изготовителя сертификат о том, каким стандартам соответствует аттракцион.

Кроме сертификата, аттракцион должен иметь формуляр, технический паспорт и эксплуатационную документацию.

В эксплуатационной документации должно быть описано, как установить, смонтировать, испытать, пустить в эксплуатацию аттракцион, как его обслуживать, когда и как производить ремонты. Важная часть документации – это журнал и инструкция по эксплуатации аттракциона: как оператору правильно посадить и высадить людей, как включать и выключать аттракцион, как эвакуировать пассажиров и многая другая необходимая информация.

Чтобы оценить техническое состояние аттракциона в процессе эксплуатации, в документах должна содержаться история обслуживания: что происходило с аттракционом, какие были крупные ремонты, должен вестись учет на-

работки в часах или в циклах работы аттракциона.

Когда вступит в силу специальный технический регламент «Безопасность устройств для развлечений», требования к содержанию эксплуатационной документации повысятся. С этого момента в документах на аттракцион должны быть указаны все критичные компоненты и параметры, от которых в наибольшей степени зависит его безопасность. Поэтому при покупке оборудования предметом анализа покупателя должны быть такие факторы, как сложность аттракциона, узлы, из которых он состоит, потенциальные риски от использования этих частей и т.д.

При покупке, также, имеет значение опыт и квалификация персонала и общий престиж фирмы, которая вам поставит аттракцион. Конечно, чем известней компания, тем дороже оборудование, но зато она сможет дать те гарантии, которые не смогут предоставить другие продавцы. При качественных поставщиках меньше риск, что аттракцион сломается в режиме интенсивной эксплуатации и потребует ремонта, или вызовет инцидент.

Если приобретается старый аттракцион, то следует помнить, что он, также, должен иметь сертификат соответствия требованиям безопасности. Однако, при несчастном случае на таком аттракционе, даже по причине производственного дефекта и независимо от того, что будет написано в договоре, – возмещать ущерб будет эксплуатант. Поэтому, при покупке аттракциона «вторичного рынка», нужно очень внимательно и осторожно выбирать продавца.

Если говорить о том, какие аттракционы сегодня наиболее популярны, то, как ни странно, это

экстремальные аттракционы (капельные горы, башни свободного падения) и аттракционы релаксационного типа (водные аттракционы, паровозы и т.д.). В то же время, эффективность того или иного устройства для развлечений во многом зависит от его оформления и соответствия идее, которая заложена в парке или развлекательном центре.

Для тех, кто только начинает аттракционный бизнес, для начала лучше всего покупать надувные батуты, поскольку для этого не требуется большого стартового капитала. Когда батут износится, но появятся деньги, можно будет покупать и механизированные аттракционы.

Чем дороже аттракцион, тем он привлекательней. Но если в парке всего один большой аттракцион, то на него не придет много людей. Любой крупный аттракцион рядом должен иметь целый комплекс разноплановых устройств для развлечений, а также инфраструктуру сопутствующих услуг (кафе, сувениры и т.д.).

Проблемы, с которыми сегодня сталкивается предприниматель при выборе и покупке развлекательного оборудования, напрямую связаны с будущим функционированием его парка или площадки аттракционов. Безусловно, всегда хочется иметь у себя эффективный, доходный аттракцион, и при этом как можно меньше на него потратить, но сегодня самое серьезное внимание следует уделять безопасности. Пускай вы потратите больше, но в будущем вы сможете оградить себя от тех инцидентов, которые могут уничтожить ваш бизнес.

# Обучение и сертификация персонала – залог безопасности посетителей

Плесков Андрей Глебович  
Генеральный директор АНО «Учебный центр РАППА»

Одна из наиболее острых проблем многих парков и предприятий индустрии развлечений – проблема подготовки и обучения персонала. До недавнего времени в России не было ни одной организации, которая бы занималась обучением и повышением квалификации директоров парков, администраторов, главных инженеров и инженеров по охране труда, операторов и других специалистов индустрии развлечений, пока в 2005 году Российская Ассоциация Парков и Производителей Атракционов не создала «Учебный Центр РАППА».

«Учебный Центр РАППА» сегодня единственная в России специализированная учебная организация, занимающаяся, по профессионально разработанным программам, подготовкой, повышением квалификации и сертификацией персонала предприятий индустрии развлечений России, и выдающая документы федерального значения.

В 2006 году Российская Ассоциация Парков и Производителей Атракционов создала «Систему добровольной сертификации персонала предприятий индустрии развлечений России», которая стала базой для определения профессионального уровня и мастерства сотрудников парков, аквапарков, развлекательных центров и т.д.

Система сертификации в установленном порядке зарегистрирована в Федеральном реестре и действительна на всей территории России.

Цель сертификации - установление уровня подготовки, профессиональных знаний, навыков и опыта специалиста для подтверждения его соответствия установленным требованиям по безопасной эксплуатации развлекательного оборудования, а также содействие в повышении качества и эффективности работы персонала, обслужива-

ющего аттракционы и устройства для развлечений.



Одно из обязательных условий получения сертификата «специалиста индустрии развлечений» - обучение по программе «Безопасность и эффективность эксплуатации аттракционов и

устройств для развлечений» в «Учебном Центре РАППА».

Первые учебно-практические занятия по этой программе прошли в Москве осенью и весной 2005/2006 гг. Судя по количеству участников – а в них приняло участие более 100 человек из 40 регионов России и стран СНГ: Москвы, Хабаровска, Нижнего Тагила, Якутска, Орла, Тольятти, Первоуральска, Липецка, Нижнего Новгорода, Самары, Перми, Екатеринбургa, Улан-Удэ, Астаны, Ташкента и т.д. – стало понятно, что подобные мероприятия сегодня как воздух необходимы всем специалистам индустрии развлечений.



Теперь занятия «Учебного Центра» будут проходить регулярно. В 2006-2007 учебном году планируется обучить 9 групп по 25-30 человек.

На занятиях затрагиваются такие проблемы, как организация безопасной эксплуатации аттракционов; организация работы по безопасному обслуживанию посетителей; правовые основы бизнеса; основы охраны труда; повышение эффективности эксплуатации аттракционов и т.д. Лекции читают ведущие специалисты индустрии развлечений России: профессора, юристы, инспектора и специалисты по охране труда, специалисты в области маркетинга, менеджмента и рекламы. Среди них: Аронов И.З. – доктор наук, профессор, начальник отдела Всероссийского НИИ Сертификации;



И. Аронов

Молибога О.Н. – член Московской коллегии адвокатов; Братковская О.И. – ведущий эксперт-специалист по охране труда г. Москвы и другие.



О. Братковская со слушателями

К особой части обучения относятся практические занятия. Так, например, слушатели, разделенные на несколько групп, должны разработать проект парка развлечений в городе с определенной численностью населения. Каждой команде предоставляется ограниченный бюджет на закупку аттракционов для комплектования своего парка. В итоге необходимо представить свой проект и доказать, что он лучший.



Подготовка проекта парка

Опыт показал, насколько подобные деловые игры эффективны и наглядны в плане про-

верки усвоенного материала. Кроме того, практическая часть обучения позволяет слушателям показать не только свои знания, но также продемонстрировать личные качества - творческие и актерские способности, ораторское искусство и т.д. Ряд представленных проектов получились настолько интересными и актуальными, что их смело можно было бы реализовать.

По результатам сдачи итогового экзамена каждый слушатель получает удостоверение об обучении по программе «Безопасность и эффективность эксплуатации аттракционов и устройств для развлечений». Этот документ дает специалисту возможность сделать следующий шаг – пройти сертификацию соответствия.



Экзамены

На данный момент удостоверения и сертификаты специалистов по «Безопасной и эффективной эксплуатации аттракционов и устройств для развлечений» получило более ста человек. Все слушатели, которые прошли обучение в «Учебном Центре РАППА», единодушно отметили высокий профессиональный уровень деятельности нового образовательного учреждения.



Выпуск – осень 2005 г.

Подобные занятия позволяют их участникам не только изучать и постигать основы паркового бизнеса и повышать свою квалификацию, но и непосредственно общаться друг с другом, обмениваться опытом, знакомиться и заводить контакты со специалистами из других городов и регионов.

Человек, прошедший обучение в «Учебном Центре» возвращается в свой парк не просто обученным специалистом с определенным набором знаний, а профессионалом с новыми идеями, с новыми мыслями, с новым опытом по повышению эффективности эксплуатации и развития своего парка.

Наличие сертифицированного и обученного персонала повышает престиж предприятия индустрии развлечений, увеличивает его конкурентоспособность на рынке, определяет перспективу профессионального роста сотрудников, а также является знаком качества парка, залогом его надежности и безопасности посетителей, которые туда приходят.



Выпуск – весна 2006 г.

## Учебный центр РАППА

Адрес: Россия, 129223,  
г. Москва, пр-т Мира, ВВЦ,  
пав. № 69, оф.105.  
Тел.: +7(495) 937-40-49;  
Факс: +7(495) 686-62-08;  
e-mail: tec@raapa.ru;  
<http://www.raapa.ru>

## Учебный центр РАППА Условия обучения и сертификации

Для зачисления в учебную группу и получения сертификата, необходимо:

1. Прислать заявку на обучение и сертификацию.
2. Предоставить следующие документы:
  - Характеристику – представление на заявителя с места работы;
  - Копию документа о базовом образовании;
  - Копию трудовой книжки (все страницы);
  - Копии документов о повышении квалификации (если имеется);

*Примечание: документы по п. 2 заверяются печатью организации.*

3. Оплатить счета:

Стоимость сертификации - 3 500 рублей (в т.ч. НДС).

Стоимость обучения по программе - 11000 руб. (НДС не облагается), включая обеды в дни занятий и методические материалы, получаемые слушателями.

В 2006 – 2007 учебном году обучение по программе будет проводиться в следующие сроки:

Срок проведения	Срок подачи заявки
02.10.06. – 07.10.06.	до 11.09.06.
16.10.06. – 21.10.06.	до 25.09.06.
13.11.06. – 18.11.06.	до 23.10.06.
27.11.06. – 02.12.06.	до 06.11.06.
11.12.06. – 16.12.06.	до 20.11.06.
15.01.07. – 20.01.07.	до 25.12.06.
29.01.07. – 03.02.07.	до 08.01.07.
12.02.07. – 17.02.07.	до 22.01.06.

Занятия проводятся в Москве на постоянной основе на базе РАППА, группами по 25 - 30 человек. Иногородние слушатели заказывают гостиницу самостоятельно. «Учебный Центр РАППА» может рекомендовать гостиницы и фирмы, занимающиеся вопросами бронирования гостиниц.

The best used games in the market!  
More than 1000 reconditioned like new equipment

KIDRIDE RIDES  
RECREATIONALS  
SIMULATORS

AS GOOD AS NEW

For information, please contact:  
www.romanapark.ru  
Tel: (1) 707 310 1588  
Fax: (1) 707 471 8551

**ЗАО "ЗАВОД ИГРОВОГО СПОРТИВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ"**

ЗАО "ЗАВОД ИГРОВОГО СПОРТИВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ" ПРОЕКТИРУЕТ И ПРОИЗВОДИТ УТВЕРЖЕНОЕ ИГРОВОЕ И СПОРТИВНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, МАЛЫЕ АРХИТЕКТУРНЫЕ ФОРМЫ, ШКОЛЬНЫЕ СТАДИОНЫ И ТРЕНАЖЕРЫ, ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ВЫГУЛА СОБАК, ДОМАШНИЕ СПОРТИВНЫЕ КОМПЛЕКСЫ, МНОГОУРОВНЕВЫЕ ЛАБИРИНТЫ, МЯГКИЕ КОМПЛЕКСЫ И МОДУЛИ, АТТРАКЦИОННЫМ.

ЗАО "ЗАВОД ИГРОВОГО СПОРТИВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ"  
428037, г. ЧЕБОКСАРЫ, МОНТАЖНЫЙ ПРОЕЗД, 6  
ТЕЛ/ФАКС: (8362) 62-72-39, 62-72-24  
E-mail: romana@romana.ru, Website: www.romana.ru



# Как купить бывший в употреблении аттракцион

## Выбросить жалко и нести тяжело

Романов Роман Николаевич  
Президент Союза Ассоциаций и Партнеров  
Индустрии Развлечений (САПИР)

О том, что представляет собой вторичный рынок аттракционов в России, однозначного мнения нет. Все дело в том, что его пока нельзя назвать цивилизованным, как на Западе, где каждый механизм проходит предпродажную подготовку. На этой стадии экспертные организации выдают заключение, что аттракцион соответствует всем стандартам безопасности. «Подержанное» оборудование имеет полный пакет эксплуатационной и технической документации и гарантию на определенный срок эксплуатации. У «них» работают специализированные компании, которые всерьез занимаются именно вторичной продажей аттракционов, а производители не просто продают б/у оборудование, а разрабатывают целые программы по продвижению на «вторичный рынок» своих аттракционов. К примеру, одна французская компания, которая производит электромобили для автодромов, меняет «состарившееся» оборудование покупателям. А те, в свою очередь, доплатив небольшую сумму, получают новенькую машину. Компания же дорабатывает старый электромобиль и по более низкой цене вновь продает его другим покупателям.

### Был в употреблении. Недолго

В России же «вторичный рынок» аттракционов только начал зарождаться, поскольку его развитие напрямую зависит от ситуации на «первичном рынке», а он пока находится в зачаточном состоянии. Каждый год в России на покупку аттракционов тратится в среднем 8-10 млн. долларов (к примеру, один детский аттракцион российского производства стоит от 8 до 12 тысяч долларов, итальянского – от 20 до 40 тысяч евро). По самым грубым подсчетам выходит, что на эти деньги можно купить около 1000 аттракционов. Принимая во внимание, что доля рынка вторичных аттракционов составляет всего 20-30% от основного, получается, что на покупки б/у аттракционов приходится всего 1,5 – 2 млн. долларов (правда, и стоят они дешевле).

Когда во всех российских парках был одинаковый набор аттракционов примерно одного возраста, рынка б/у аттракционов не было и в помине. Сейчас туда попадает не только порядком износившееся оборудование, но и аттракционы, которые перестали пользоваться популярностью у посетителей. Это свидетельствует о том, что росси-

яне стали проявлять интерес к индустрии развлечений. Кроме того, с каждым годом увеличиваются поставки нового оборудования из-за рубежа, где развитие индустрии развлечений давно вышло на «финишную прямую». Говорить о том, насколько увеличился «импорт» оборудования в конкретных цифрах, довольно сложно, поскольку учет «приехавшим» из-за границы аттракционам никто не ведет.

Рынок аттракционов, бывших в употреблении, и на западе, и у нас, существует в основном за счет семейных и экстремальных аттракционов. Экстремальные аттракционы, в процентном отношении от стоимости, занимают почетное первое место. Семейные аттракционы стоят на втором месте, а детская группа аттракционов на этом рынке почти не представлена. Зато на первичном рынке все с точностью до наоборот: детские карусели вышли в лидеры как самое покупаемое оборудование. С чем это связано?

Особенность детской психологии такова, что каждый раз, усаживаясь на аттракцион, ребенок воспринимает его как новый и с удовольствием катается на «любимых каруселях». Поэтому, все эксплуатанты стремятся, в первую очередь, оснастить парки именно детским оборудованием. По этой же причине они потом не спешат от него избавиться. Да и зачем, если карусель приносит постоянный доход.

Редко попадают на вторичный рынок и семейные аттракционы – как правило, только из-за того, что по каким-либо причинам не подходят парку. Для сравнения: «бестселлер» типа автодрома всегда пользуется спросом у посетителей, поэтому нет смысла его продавать. А вот экстремальные аттракционы, которые приносят доход в размере 60-70% от всей выручки парка (цена на них на порядок выше, чем на вышеперечисленные виды оборудования), больше всего подвержены ротации, поскольку рассчитаны, в первую очередь, на молодежь с ее постоянными запросами на «новизну» и «крутость» аттракциона.

Судить о популярности б/у аттракционов можно по Интернет-сайтам различных фирм, каждая из которых пытается продавать подержанное оборудование. Тем более что новый владелец всегда найдется. Причины у каждого покупателя свои - от «скудости» до банального «выбросить жалко и нести тяжело». Их «жадность» объясняет-

ся просто: треть населения, находящаяся за чертой бедности, не готова тратить большие суммы на развлечения, а предприниматель, в свою очередь, не готов работать себе в убыток.

### А где гарантии?

При покупке аттракциона на «вторичном рынке» покупатели, поверив в слова: «Оборудование в хорошем состоянии», - вынуждены идти на риск. А ведь все последующие ремонтные работы могут влететь в копеечку. Поэтому главное при покупке «подержанного» оборудования - оценить его техническое состояние, самостоятельно или с помощью квалифицированного эксперта. Важно проверить наличие документации на аттракцион, взвесить затраты на восстановление необходимых бумаг, если их нет, и на подтверждение технического соответствия, на эксплуатацию нового оборудования с учетом ремонтов и освидетельствований, а потом сравнить все предстоящие расходы с тем доходом, который можно получить от эксплуатации механизма. При этом стоит помнить и о том, что «срок жизни», отмеренный аттракциону производителем, все-таки ограничен.

Одним из «подводных камней» является то, что недобросовестные продавцы могут подделать техническую документацию, «историю жизни» механизма. Пока спасает только то, что рынок индустрии развлечений России очень мал и все предприниматели знают друг друга. Да и оборудования в России пока не так много, поэтому судьбу каждого механизма можно узнать без проблем: где был произведен, как, где и в каких условиях работал, сколько раз ремонтировался и продавался.

Чтобы решить все проблемы в аттракционном бизнесе в глобальном масштабе, необходимо создавать условия, которые, с одной стороны, удовлетворяли бы требованиям государства, а с другой – не были бы тотальными и позволяли предпринимателям менять свое оборудование. Тогда предприниматели смогут эффективно управлять аттракционным комплексом: окупать оборудование, получать прибыль, а затем обновлять комплекс аттракционов.



# Развитие семейных развлекательных центров в городах России

*Доклад на XI международной конференции*

Румянцев Андрей Андреевич  
Вице-президент компании «Стар Гэлакси»

В настоящее время, как известно, индустрия развлечений получила развитие во всем мире. Больше внимание уделяется развитию семейного и детского отдыха. Существенные сдвиги в этой области происходят и у нас в стране.

Сейчас очень много компаний, деятельность которых, так или иначе, связана с организацией детского или семейного отдыха, но только малая часть из них берется за комплексное решение этой задачи в рамках крупного сетевого бизнеса. Компания «Стар Гэлакси» начала одной из первых работать в этой сфере. Первый «пилотный» проект мы привезли в Москву в 1999 году. Он был сделан целиком в Голливуде компаниями, которые строили парки и аттракционы для известных американских парков.

Опыт, который мы получили при реализации первого проекта, оказался бесценным, поскольку мы поняли, что спрос на этот вид услуг в России очень велик.

К тому времени значительная часть существовавших парков пришла в упадок, многие аттракционы не работали и спрос на детский, семейный отдых был очень высоким.

Из первого опыта были сделаны определенные выводы. Мы поняли, что нельзя переносить американский опыт на наших посетителей, т.к. существуют разные менталитеты, разные подходы, оценки и т.д. Мы пересмотрели ряд положений и стали создавать те комплексы, которые больше отвечают требованиям наших потребителей. Сегодня мы развиваем эти проекты, и главной особенностью концепции, которой мы придерживаемся, является разнообразный комплексный подход в организации досуга. Он включает в себя создание больших крытых парков развлечений и торгово-развлекательных комплексов, торговлю, питание, сувенирную продукцию и другие направления.

В самом начале нашей работы была создана целая линейка сувенирной продукции – игрушки, подарков и т.д., которая пользуется успехом у москвичей.

Такой подход позволяет обеспечивать высокий уровень обслуживания и достичь максимальной концентрации предложения различного вида услуг наших центров.

Сейчас у нас в разработке находятся проекты развлекательных комплексов площадью до 6 тыс. кв. метров и больших крытых развлекательных парков площадью от 12 до 50 тыс. кв. метров с разными аттракционами и большими зонами отдыха для широкого круга посетителей.

Крытый парк является более универсальным местом отдыха: он рассчитан на более широкую аудиторию, в нем предусмотрены все типы аттракционов (детские, семейные, экстремальные), различные зоны отдыха, точки питания, уголки живой природы, кинотеатры и т.д. Естественно, подобный парк имеет свое декоративное тематическое оформление, но затраты на этот аспект не должны превышать затрат на приобретение оборудования.

Большой парк или комплекс является большим магнитом для аудитории и привлекает больше посетителей. Соответственно он требует и больших затрат на строительство и на создание инфраструктуры. Поэтому процесс проектирования парков и комплексов, независимо от их формата, всегда связан с неким балансированием на грани между желаемым и рациональным. Наш опыт показывает, что теперь мы можем обеспечить оптимальное соотношение желаемого и рационального.

С самого начала мы ставили своей задачей создание сети семейно-развлекательных комплексов и крытых парков. Сейчас в Москве и ближайшем Подмосковье работает семь семейно-развлекательных комплексов различного формата площадью от 800 до 4500 кв. метров.

Всем хорошо известен лозунг: «спрос рождает предложение». В отношении семейного отдыха справедливо и обратное – «предложение рождает спрос». С открытием наших первых центров увеличился поток заявок и предложений разместить наши комплексы в различных городах. Сейчас у нас всего работает 11 комплексов, и до конца года мы планируем открыть еще 15.

Сейчас наши комплексы ежегодно посещают более 2 млн. детей.

Наши комплексы успешно функционируют в небольших городах (Подольск, Раменское), и с уверенностью можно сказать что даже для небольших населенных пунктов можно делать семейные развле-

кательные комплексы и обеспечивать их эффективную эксплуатацию.

Следует отметить, что семейные развлекательные комплексы – это не только определенный набор аттракционов, игровых автоматов и зон отдыха, но это еще и определенный набор услуг, который обеспечивает посетителям качественный и комфортный отдых. Здесь и услуги няни, и празднование детских праздников и дней рождения, работа клоунов, артистов, представление различных промоушен-акций. Это непосредственная работа практически с каждым посетителем наших комплексов и парков.

До недавнего времени существовала проблема: как управлять комплексами и парками, расположенными не в Москве. Но с тех пор, как мы ввели и опробовали новую систему дебетовых карт, эта проблема исчезла. Дебетовая карта позволяет посетителям пользоваться услугами наших комплексов, положив определенную сумму денег на эту карту. Но это не просто карта, которая позволяет осуществлять оплату аттракционов и услуг, это – система, которая позволяет обеспечить целый набор операций, связанный с управлением комплексом, контролем за его функционированием, обеспечением необходимой консультационной и организационной помощи в тех случаях, когда наблюдаются какие-то проблемы в работе комплекса.

Сейчас мы готовы поставить комплекс в любом городе России, СНГ и даже за рубежом, и проблем с эффективным управлением этого комплекса не будет. Уже в этом году новые комплексы «Стар Гэлакси» появятся в Санкт-Петербурге, Воронеже, Курске, Самаре, Краснодаре и в других городах России. Также будет продолжено развитие сети в Москве. При достаточно большом объеме развлечений в Москве, мы все же считаем, что рынок еще далеко не полностью заполнен такого рода услугами.

Создание семейных развлекательных комплексов, особенно крытых парков, – это достаточно тяжелый и капиталоемкий процесс. Чтобы обеспечить необходимый уровень отдыха, нужны затраты на приобретение оборудования, на отделочные и строительные работы. По нашему опыту

стоимость 1 кв. метра оснащения комплекса или парка оборудованием составляет 34000-40000 рублей. Средний комплекс (например, 1000 кв. метров) требует около 45 млн. рублей инвестиций, если не учитывать строительства. Если мы берем программу из 10 комплексов – это 450 млн. рублей; 20 комплексов – около 900 млн. рублей. Это достаточно большие инвестиции, большой объем работы, но компании, которые готовы вкладывать средства в эту сферу бизнеса, должны представлять, что рынок пока безграничный. То же самое должны понимать компании, которые производят современные аттракционы и оборудование.

Еще один важный вопрос: какому оборудованию отдавать предпочтение. Существует выбор между оборудованием б/у, восстановленным или обновленным производителем и новым оборудованием. Естественно, новое оборудование требует больших затрат, и оно будет окупаться в более длительные сроки. Однако оборудование б/у требует направлять значительную часть средств на его обслуживание и управление. Здесь, на мой взгляд, необходим определенный компромисс, выбор рациональных моментов. В комплексе может сочетаться новое и б/у оборудование, но нового оборудования все равно должно быть подавляющее большинство.

Существует определенный цикл, связанный с организацией центра: от начала проектных работ до пуска в эксплуатацию. Он может быть от 4 до 6 месяцев, в зависимости от масштабов проекта, а если речь идет о крытом парке, то может потребоваться и год.

Существуют определенные требования к помещению, где предполагается создать развлекательный комплекс или парк. Если строится новое помещение, то мы еще на стадии проектирования можем учесть необходимые требования. Если же помещение уже существует и может только модернизироваться, то здесь иногда приходится приспосабливаться в ущерб каким-то качественным элементам.

Теперь давайте представим такую ситуацию: все задачи решены, найдено финансирование, разработан великолепный проект, закуплено оборудование, парк пущен в эксплуатацию. Сразу ли деньги потекли рекой и в нужном направлении, требуется очень большая работа.

Сам по себе этот бизнес, с экономической точки зрения, достаточно сложный: здесь нужно очень скрупулезно подсчитывать доходы и расходы, очень плотно работать с потенциальной аудиторией – искать методы и пути, чтобы дойти до каж-

дого потенциального посетителя. Нельзя просто купить оборудование, поставить – и считать, что все проблемы решены. Сейчас в Москве действует много серьезных и солидных комплексов, которые на самом деле таковыми не являются, и естественно не могут быть приняты за модель сетевого бизнеса.

Создание семейных развлекательных комплексов и больших крытых парков позволяет решить целый круг важных задач:

- предоставление социально значимых услуг, которые пользуются спросом;
- создание оптимальных, комфортных условий для отдыха для всех категорий населения;
- формирование значительных потоков посетителей; обеспечение посетителей не только развлечениями и отдыхом, но и разными сопутствующими услугами.

Когда мы начинали в 1999 г., то было очень сложно что-либо у кого-либо получить. Пилотный проект мы делали практически целиком на свои деньги, потом мы брали кредиты, брали инвестиции от частных инвесторов, которых искали по всей стране. Людей, готовых вложить деньги в наш бизнес, было очень мало.

Мы обращались во многие банки, для которых наш бизнес был темным и непонятным в то время. Наше оборудование для банка не представляло никакой ценности. Первые хорошие кредиты пошли только через три года, после того как мы начали свою деятельность.

Сейчас мы работаем со многими банками по разным схемам (по лизингу и кредиту), начали работать с фондами, привлекаем западные инвестиции. Но, не смотря на то, что мы не «торговля», и цикл окупаемости нашего оборудования и товаров совсем другой, для нас поблажек не делается, и мы получаем кредиты на стандартных условиях. Кредит – это элемент сдерживающий. Мы не можем себе позволить того, чего мы не можем себе позволить, потому что в отпущенные нам сроки мы должны погасить кредит.

Привлечение западных инвестиций значительно облегчает ситуацию, потому что там процентные ставки меньше и сроки тоже совсем другие. Это позволяет более спокойно относиться к вопросу возврата этих денег, и ставить то оборудование, которое мы не могли раньше себе позволить.

Раньше было очень сложно получить инвестиции на наши проекты в других городах. Московские банки на другие города кредиты не дают, даже если в этом городе есть филиал этого банка. В регионе было тоже невозможно получить кредит, потому что для них этот бизнес был абсолютно новым (и до сих пор новый), а оборудо-

дование остается неликвидным. Поэтому возникал вопрос, как ставить комплексы в других городах.

Сейчас ситуация изменилась: мы работаем с банками в других городах, и если проект интересный и достаточно большой, банки охотно его инвестируют и дают кредиты.

Сейчас ситуация изменяется в лучшую сторону, и я думаю, что скоро, с точки зрения ликвидности того, чем мы обладаем, для банков мы будем гораздо более интересными, чем какая-либо другая продукция. Те, кто хочет начать работать сейчас, имейте ввиду, что условия созданы – можно работать с банками, они этот бизнес понимают.

Создание любого развлекательного комплекса или центра, а особенно создание сети комплексов и центров в разных городах требует первостепенного отношения и внимания к этому вопросу.

У нас существует своя школа подготовки персонала. У нас выработаны специальные инструкции и методические рекомендации, которые полностью регламентируют работу каждого сотрудника комплекса.

Задолго до того, как мы приходим в город, в нем происходит, на конкурсной основе, набор персонала (особенно руководящего). Рассматриваются десятки кандидатур, выбираются наиболее подходящие, и несколько человек руководящего состава отправляются в Москву в один из наших действующих центров. Там с ними проводятся методические занятия, и проводится обучение в одном из наших комплексов, т.е. в течение месяца они реально работают в нашем комплексе и учатся.

Когда идет подготовка, завоз оборудования, монтаж площадки, осуществляется обучение персонала – руководящего, технического, операционного. У нас существует региональная дирекция, которая занимается этими вопросами.

К моменту пуска комплекса практически весь персонал уже готов.

Наша сфера бизнеса – индустрия развлечений, индустрия семейного и детского отдыха – абсолютно перспективная тема. Ей можно заниматься сколько угодно. Есть очень большое поле для деятельности. Теперь понятно, что все это будет развиваться дальше и дальше нарастающими темпами, и перспектива у этой сферы бизнеса огромная. Вопрос только в том, как скоро мы можем все это охватить.



## Как и у кого купить аттракцион?

Тхоржевский Леонид Викторович  
Директор по развитию ОАО «Восток» С-Петербург

Один из вариантов грамотного подхода к покупке аттракциона – выбрать своим партнером компанию, занимающуюся как производством и поставкой аттракционов и развлекательного оборудования, так и эксплуатацией парков аттракционов.

Такие компании работают со всеми категориями покупателей: и с теми, кто только собирается прийти в бизнес по эксплуатации аттракционов, так называемые «дебютанты», которые не имеют достаточного опыта в том, чем они решили заниматься, и с теми, кто, как говорится, «на этом деле собаку съел».

Обладая опытом эксплуатации и большим набором необходимых аттракционов, они готовы предложить реализацию любого проекта «под ключ».

При этом, можно выбирать как производимое компанией оборудование, так и оборудование, производимое другими российскими и зарубежными фирмами, а также оборудование со «вторичного рынка». Так как подобные компании-партнеры одновременно являются и производителями и эксплуатантами аттракционов, то очень хорошо представляют качество как нашего, российского оборудования, так и зарубежного. В то же время, у них накоплен большой опыт, позволяющий оценивать эффективность эксплуатации весьма широкого спектра аттракционов.

Кроме того, Ваши партнеры будут готовы, в дальнейшем, поддерживать процесс ротации аттракционов.

У посетителей, особенно в небольших городах, рано или поздно появляется привыкание и посещаемость аттракционов начинает падать. По прошествии двух-трех лет есть смысл осуществлять ротацию оборудования. Поскольку подобные компании-партнеры располагают значительным банком аттракционов, как на собственных площадках, так и на площадках других компаний, то

они готовы предлагать эффективное для парков сотрудничество.

На все производимое такими компаниями новое оборудование они дают, как правило, годовую гарантию. На поставляемое ими оборудование, бывшее в употреблении, но находившееся на их площадках, они тоже предоставляют гарантию. То есть, если покупается аттракцион, работавший 2-3 года в парке компании-партнера, то перед продажей его подвергают серьезной технической ревизии, и на него, как на новый, выдается гарантия.

Что касается импортного оборудования, то в основном эти компании поставляют новое заводское оборудование. Вы получаете паспорт завода-изготовителя и гарантийные обязательства от этой компании – поставщика.

Следует остерегаться фирм – импортирующих оборудование, которые предоставляют клиенту только некое подобие «технических характеристик» аттракциона вместо переведенного на русский язык руководства по эксплуатации и полной документации. Это должно насторожить, так как солидные зарубежные производители (например «Zamperla») не поставляют технику без соответствующего пакета документов.

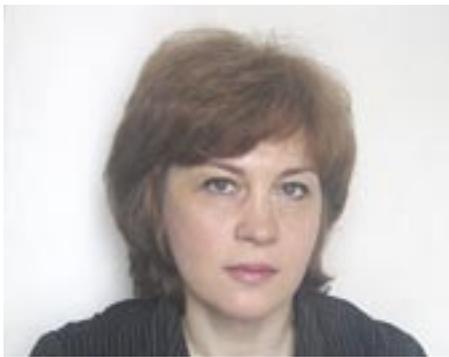
Для своих клиентов такие компании-партнеры предлагают различные схемы финансирования сделки.

Конечно, с ними довольно сложно говорить о рассрочках человеку, которого они видят в первый раз, который просто прочитал их рекламу в интернете, журнале или на выставке. Однако, есть весьма значительный круг клиентов компании, имеющих давнюю историю взаимоотношений с ними, которые могут пользоваться возможностью покупки у них аттракционов в рассрочку. Но не стоит забывать, что это не кредитные организации, и по сравнению с объемом производства, объем рассрочек не может со-

ставлять ни 100%, ни даже 50%.

Что касается, в принципе, возможности кредитования сделок, то сейчас все больше и больше начинают давать кредиты банки и лизинговые компании. В этой ситуации компания – поставщик может выступать третьей стороной между приобретателем и кредитующим банком или лизинговой компанией. Они, являясь поставщиком, гарантируют, что, начиная с момента приобретения оборудования и до момента погашения покупателем задолженности, готовы в любой момент это оборудование выкупить, по требованию банка или лизингодателя, при условии соблюдения технических требований и руководства по эксплуатации, сохранности внешнего вида и работоспособности аттракциона. В этой ситуации кредитующий банк, видя их вполне благополучный баланс, получает залог оборудования от покупателя, а обязательства поставщика повышают ликвидность этого залога. Банк понимает, что в случае неплатежеспособности покупателя, поставщик является потенциальным покупателем залога. Риски банка снижаются, а возможность получения кредита резко возрастает.

Компании-партнеры трепетно следят за тем, чтобы у них складывалась положительная имиджевая составляющая. «Пусть лучше нашим клиентом будет один регион, но то, что у нас покупает целый регион, нам кажется хорошим показателем того, что мы на сегодняшний день достигли определенного уровня и предоставляем качественный товар и качественные услуги» – это лозунг многих таких компаний-партнеров.



# Покупка аттракционов – затраты или инвестиции ?

Дерябина Елена Леонидовна  
Генеральный директор  
консалтинговой группы «SOLVER CONSULT»

В последние годы индустрия развлечений активно развивается в России. В регионах, на базе муниципальных парков, создаются современные объекты отдыха и развлечений, которые являются серьезным и новым для нашей страны бизнесом. Как начинать этот бизнес, какое оборудование выбрать для своего парка, у кого его купить, как долго оно будет окупаться – это далеко не полный перечень вопросов, которые волнуют инвестора.

Выбор аттракционов — это осознанный процесс, основанный на экономическом расчете и анализе. Безусловно, для этого требуются определенные знания и опыт.

## 1. Какие аттракционы

Выбираемые аттракционы должны соответствовать целевым группам посетителей. Наиболее рентабельные парки имеют самую широкую аудиторию посетителей – их могут посещать школьники и студенты, семьи с маленькими детьми, старшее поколение. В состав оборудования такого парка должны входить все группы аттракционов: детские, семейные и экстремальные. Классификация подразумевает: детские аттракционы – для детей до 7 лет, ростом до 1.1 м, экстремальные – для тинейджеров, имеют ряд ограничений по состоянию здоровья для посетителей, и ограничения роста не ниже 1.3 - 1.4 м. Стоит отметить, что для детской группы не надо «гнаться» за моделями с большим количеством посадочных мест, т.к. заполняемость аттракционов этой группы не превышает 10-15 %, и наиболее важными факторами являются внешний вид – яркость, красочность, интересные для малышей образы, тематика и разнообразие оборудования. Для аттракционов экстремальной группы – напротив, важно количество посадочных мест. При высокой стоимости оборудования этой группы, большее количество посадочных мест при высокой цене билета гарантирует более короткий срок окупаемости.

Если Вы покупаете аттракцион в уже существующий парк, то выбор должен быть основан на анализе посещаемости разных целевых групп и расчете емкости аттракционов Вашего парка. Об этом мы будем говорить ниже.

Не менее важный фактор – оценка конкурентной среды. Если в вашем городе уже работает парк аттракционов, то разумнее выбирать аттракционы новых моделей, и еще раз оценить конкурентную среду и целевые группы посетителей вашего парка.

## 2. Сколько аттракционов

Выбор зависит не только от бюджета поставки. Небольшое количество аттракционов не достаточно для организации эффективной инфраструктуры отдыха, и позволит Вам создать только небольшую активную площадку, но не парк. Для города с населением не менее 400 000 человек для организации парка достаточно приобрести 8-12 аттракционов с бюджетом 30 - 40 миллионов рублей. Состав аттракционов в такой поставке: 4-5 детских, 5-4 семейных, 1-2 экстремальных. Это соотношение обуславливает наиболее эффективные показатели доходов в ходе эксплуатации оборудования. Бюджет на поставку аттракционов такого состава детской/ семейной/ экстремальной групп распределяется соответственно 10-15 / 40-50 / 30-40% от общей стоимости поставки.

## 3. Емкость парка

Этот показатель самый важный фактор выбора оборудования, т.к. позволяет оценить эффективность ваших инвестиций. Если емкость парка превышает количество потенциальных посетителей, то ваше оборудование будет иметь очень низкий процент заполняемости, т.е. простаивать, и, как следствие, не скоро окупиться. В случае неверного расчета емкости по группам аттракционов, вы можете иметь другую картину: часть аттракционов пустует, а на других постоянная очередь, что тоже снижает финансовые показатели доходов. Для расчета емкости парка необходимо провести анализ конкурентной среды, целевых групп посетителей, учесть показатели заполняемости различных групп аттракционов, рассчитать показатели теоретической и фактической пропускной способности выбранного оборудования, плановые финансовые показатели – доходы, затраты, окупаемость, а также учесть некоторые технические и

эксплуатационные характеристики оборудования. Это позволит сделать выбор обоснованно, анализируя эффективность работы того или иного оборудования, что, в конечном счете, гарантирует вам высокие показатели доходов и короткий срок окупаемости инвестиций. Наша компания выполняет подобные расчеты и для новых проектов, и для работающих парков.

## 4. Технические характеристики и эксплуатационные свойства оборудования

Эта информация нужна не только для того, чтобы объективно оценить стоимость одной и той же модели оборудования в предложениях разных поставщиков, но и своевременно подготовиться к монтажу оборудования, грамотной эксплуатации. Кроме торгового названия аттракциона, продавец обязан предоставить следующую информацию: описать движение, указать размеры и габариты аттракциона, вес, параметры и характеристики движения, количество кабин, посадочных мест, комплектность, обеспечивающую работу оборудования (некоторые поставщики продают аттракцион без платформы для посадки пассажиров, пульта управления, ограждения и кабины оператора и т.д., и этот факт обнаруживается только на этапе монтажа), основные инженерные узлы и системы, механическую и электрическую мощности, источники электропитания, условия гарантийных обязательств, перечень ЗИП, ограничения по режиму эксплуатации (температура воздуха, скорость ветра, др.), указать производителя оборудования и др. Это перечень необходимой информации для первого этапа оценки и проведения сравнительного анализа коммерческих предложений поставщиков. Более полный объем технической информации предоставляется поставщиком после подписания контракта, что необходимо указать в контракте.

## 5. Условия контракта и оплата поставки

Практика рынка продажи аттракционного оборудования предполагает его 100 % предоплату (30-50 % оплаты на момент подписания контракта, остальное – на мо-

мент отправки оборудования к месту эксплуатации, практически через 3-6 месяца после первого платежа), что не соответствует интересам покупателя. Во-первых, деньги инвестируются за полгода до ввода в эксплуатацию, во-вторых, выполнив свои обязательства по оплате полностью, покупатель может столкнуться с недобросовестным выполнением обязательств поставщика – нарушение сроков поставки, недобросовестный монтаж, несоответствие ожиданиям эксплуатационных свойств и т.д. при этом у него отсутствуют реальные рычаги воздействия на поставщика. Поэтому преимущество имеют те поставщики оборудования, которые не боятся в контракте предусмотреть отсрочку последнего платежа (10-15 %) до момента сдачи оборудования в эксплуатацию, что позволяет покупателю, при подписании контракта, быть уверенным в качественной поставке. Другие возможности оплаты поставки – лизинг и кредитование через банк страны поставщика (при покупке оборудования у иностранной компании) – сейчас начинают входить в практику.

Важными условиями контракта являются: ответственность поставщика за сроки поставки и монтажа (штрафные санкции за нарушение этих сроков должны покрывать упущенную выгоду покупателя, особенно, когда оборудование поставляется к высокому сезону), за целостность груза при транспортировке, гарантийные обязательства поставщика и возможность сервисного обслуживания, сроки замены запчастей, предоставление полного комплекта технической документации (паспорт аттракциона, инструкции по эксплуатации и др. ), возможность обучения и стажировки технических специалистов.

## 6. Как выбрать поставщика

Сегодня на рынке аттракционной техники представлено достаточно моделей оборудования для комплектации современного и рентабельного парка аттракционов. Есть конкурентоспособные предложения и у российских, и у иностранных компаний. Чем руководствоваться покупателю при выборе компании-поставщика? Во-первых, это репутация. Всегда можно поинтересоваться у партнеров по бизнесу: довольны ли они этим поставщиком оборудования, выполнил ли он свои обязательства, какие возникли проблемы. Даже при субъективной оценке некоторых из коллег, вы, тем не менее, получите много полезной информации. Кроме того, информация о клиентах и проектах компании-поставщика, возможности по рассрочке платежа, подтверждают опыт и стабильность работы компании.

Во-вторых, наличие квалифицированных специалистов в структуре компании-поставщика, особенно если поставщик не является производителем оборудования. Вам обязаны ответить на любые ваши вопросы: для какой целевой группы предназначен аттракцион, какую цену на билеты можно поставить, как расположить оборудование на площадке, организовать консультации технических специалистов по любым вопросам эксплуатации, назвать особенности эксплуатации оборудования, условия гарантийных обязательств и сервисного обслуживания, и т.д. Кроме того, Вы должны знать, что поставщик ОБЯЗАН брать на себя все гарантийные обязательства, независимо от того, кем произведен аттракцион.

В-третьих, наличие квалифицированных специалистов в структуре Вашей компании. Правило «каков вопрос – таков и ответ» наглядно отражает взаимоотношения продавца и покупателя. Любой поставщик отвечает только на те вопросы, которые ему задают. Если инвестор доверил сбор и анализ информации о предложениях на рынке оборудования не квалифицированному специалисту, то вряд ли эта компания примет грамотное решение, а значит и возврата вложенных средств ждать придется долго.

Так что же ответить на вопрос: покупка аттракционов - затраты или инвестиции?

Выбор есть у каждого из Вас.



**Фонтаны в ассортименте**

*Не только украсит эстетерьер парка, но и сделает его эксклюзивным. Разнообразных размеров и форм. От 39 000 руб.*

ООО «Созвездие Чудес»  
8(8442) 95-21-97  
+7-902-310-2519

sale@attrakcion.com  
www.attrakcion.com



**«Сладкоезжка»**  
(аналог аттракциона «Чайный сервис»)

*Любому ребенку понравится прокатиться в бочке с медом в компании веселых медвежат. Посадочных мест: 18. От 699 000 руб.*

ООО «Созвездие Чудес»  
8(8442) 95-21-97, +7-902-310-2519  
sale@attrakcion.com www.attrakcion.com



**Лодочка бамперная в ассортименте**

*Посадочных мест: 2 (взрослым). Эл. двигатель Мипа Кода (пр-во США). От 65 000 руб.*

ООО «Созвездие Чудес»  
8(8442) 95-21-97  
+7-902-310-2519

sale@attrakcion.com  
www.attrakcion.com

**S.A. AUVERGNE JOUETS**

F 63250 Chabreloche  
Siret: 381 177 625 000 13  
Tel: (33) 04.73.94.21.50  
Fax: (33) 04.73.94.29.19  
E mail:  
contact@auvergnejouets.com  
Internet:  
www.auvergne-jouets.com



costumes

The best value for money.



# Аквапарк как элемент спортивно-оздоровительного и курортного комплексов

## Доклад на XI международной конференции

Десяткин Владимир Борисович  
Генеральный директор ООО «Альянс Медиа»

Как многие другие, мы начинали с того, что переоборудовали бассейны в аквапарки. Т.е. ставили горку, пару массажных бассейнов, несколько деревьев, и в итоге превращали бассейн в аквапарк. Надо сказать, что на первом этапе мы занимались делом несколько бездумно, поскольку теперь ясно, что подобный подход – обычной расстановки аттракционов в бассейне, – категорически недопустим. При переоборудовании бассейна в аквапарк необходимо решать вопрос безопасности. Этот вопрос касается обеспечения проектных показателей (в первую очередь, влажности и температуры) внутри сооружений, которые мы переоборудуем в аквапарк.

Исходный климат в помещении для бассейнов, которые проектировались 10-20 лет назад, был рассчитан только на испарения в самом бассейне, на температуру, которая должна была поддерживаться в районе 24-25 градусов. Ставя оборудование для аквапарка, мы значительно повышаем его влажность в зоне бассейна. Для примера, одна водная горка может повысить вдвое влажность в бассейне. Если к этому добавить еще пару массажных бассейнов, то мы получим те показатели, на которые данное помещение, конечно, рассчитано не было.

С учетом того, что испарения содержат хлор, среда становится губительной для материалов, быстрее корродирует арматура в бетоне, значительно корродирует металл покрытия.

Заполняя помещение водными аттракционами – увеличивая его влажность, – необходимо обязательно пересчитывать вентиляцию в комплексе, доводить все показатели до проектных решений, а помимо этого применять те материалы, которые позволяют изолировать поверхность бетона от влаги, использовать проникающие материалы, которые позволяют увеличить сцепление арматуры с бетоном и создать защитную корку вокруг арматуры в бетонных конструкциях, которые необходимо обязательно применять при переоборудовании любых помещений. Особое внимание надо обращать на металлические конструкции. У нас сейчас достаточно много бассейнов, которые используют металлические покрытия с замкнутым сечением. Однако, например, внутри трубы при оцинковке очень сложно нанести цинковое покрытие, а лакокрасочные покрытия тем более, поэтому тут не-

обходима постоянная регулярная проверка этих конструкций. Сегодняшние методы неразрушающего контроля позволяют, например, измерять толщину живого металла в трубчатых конструкциях, для того чтобы все время контролировать несущую способность.

Помимо этого, при увеличении влажности в помещении необходимо менять теплотехнические характеристики и наполных, и стеновых материалов. При изменении температурных параметров наружного и внутреннего воздуха должна меняться толщина конструкций – толщина теплоизолирующего слоя, – поэтому при переоборудовании помещений необходимо учитывать эти параметры и обязательно их пересчитывать.

Несколько лет назад в России была увеличена норма снеговой нагрузки со 140 на 180 кг на м<sup>2</sup>. Однако ясно, что при том, что это увеличили нормативно, ни одно здание не было усилено под новую норму. В водных комплексах, в аквапарках, в бассейнах эта часть работы обязательна, потому что здесь другие условия эксплуатации. Под покрытием скапливается теплый влажный воздух. На протяжении зимы снег на крыше, который периодически подтаивает, а потом периодически замерзает, в итоге, наслаивается в виде ледяной корки на крыше, в результате чего может произойти обрушение.

Также не следует забывать, что когда мы меняем назначение бассейна и делаем в нем какой-то развлекательный комплекс, то надо не забывать и о воде. Нормы площади и нормы очистки воды сегодня для плавательных бассейнов, для джакузи, для аквапарков – совершенно разные. Если мы поставили два джакузи, то сразу нужно увеличивать оборот воды. Т.е. нельзя выполнять механическую работу по превращению бассейнов в аквапарки, нужно пересчитывать водоподготовку, увеличивать количество фильтров, увеличивать водооборот воды. Задачу нужно решать комплексно.

Каждый новый аквапарк – это новая идея, новый объект, новый клиент, новый заказчик, новые требования, т.е. аквапарк это штучный объект. У нас в стране на этом рынке конкуренции еще практически нет, но мы должны и можем сегодня включиться в конкуренцию за нашего, российского клиента. С тех пор, как мы занимаемся аква-

парками, отдых в них становится все популярнее, и многие туристические компании сегодня широко рекламируют аквапарки.

Интерес к строительству аквапарков в России появился в конце 90-х годов. В Москве тогда была принята программа строительства аквапарков, которая «успешно» провалилась. Примерно в одно время начали строиться аквапарки в Сити, на стадионе Локомотив, Аквадром, проектировался парк в Лужниках. Все это были грандиозные проекты, но реализован был, к сожалению, только один аквапарк, во многом за счет очень мощной организаторской способности его инвесторов – Трансвааль-Парк (за 5 лет).

Когда мы начали заниматься им, было естественным обратиться к многолетнему европейскому опыту строительства аквапарков. В широком смысле аквапарки, если их понимать не только как набор водных аттракционов, а как водный, спортивно-оздоровительный комплекс, можно разделить на три группы: аквапарки для любителей активного отдыха и развлечений; оздоровительные водные комплексы; смешанные типы комплексов. Какие наиболее характерные черты и чем различаются эти группы комплексов?

Наиболее простыми являются открытые аквапарки, расположенные в прибрежных курортных зонах. Часто такие аквапарки располагают прямо на морском пляже или вблизи него. Это совершенно беспроектный вариант, который 100% окупается. В таких аквапарках отсутствие тихой зоны компенсируется наличием вблизи естественного пляжа. Большое пространство дает возможность установить множество различных аттракционов. Такие парки есть в Сочи, Туапсе, Ялте и других прибрежных черноморских городах.

Самый крупный аквапарк расположен в Анталии на 250 гектарах земли. Лидерами проектирования такого рода аквапарков являются североамериканские компании. Для мировых производителей аквапарков очень характерно наличие в компании крупного проектного подразделения. Это не только конструкторы аттракционов, но и архитекторы, технологии. Компании берутся за комплексное проектирование аквапарков и таким образом решают задачу размещения заказов и сбыта своей продукции. В случае крытых аквапарков, надо очень осторожно подходить к работе с такими компаниями, потому что их основная задача – сбыт ат-

тракционов. Эта задача естественная, но в крытых аквапарках нужно к подбору аттракционов подходить тщательно, поскольку любой новый аттракцион, как я уже говорил, сильно увеличивает влажность помещения и иногда технически насытить аквапарк аттракционами представляется просто невозможным.

Крупные компании при проектировании открытых аквапарков очень умело используют естественный рельеф местности. Правильное решение этой задачи позволяет не только грамотно вписать аттракционы, но при этом сэкономить средства на снижении расхода металлических конструкций. Обычно такие аквапарки оснащены волновым бассейном, «ленивой рекой», лагуной, детской зоной с детским городком, причем детский городок часто представляет собой огромное сооружение с массой различных развлечений.

Основной целевой группой клиентов подобного аквапарка являются дети и молодежь. Поскольку это не самая платежеспособная часть населения, то для подобных комплексов наибольшая прибыль достигается за счет увеличения пропускной способности.

Описанный тип аквапарка, сегодня самый распространенный как в мире, так в России. Однако, если понимать аквапарк как водный комплекс широкого профиля, то одним из древнейших и популярнейших водных комплексов является термальный, оздоровительный водный комплекс, или SPA.

Прототипами спа-комплексов являются термо-восточные паровые бани, история которых насчитывает тысячелетия. Однако, сегодняшние SPA нельзя назвать точным копированием прошлого.

SPA-индустрия завоевывает и подтверждает свой высокий рейтинг по всему миру. Если для Европы спа-курорты давно стали обычным явлением, то для России это понятие часто подменяется небольшим расширением услуг фитнес-центров. Хотя российские курорты (типа кавказских Минеральных Вод) вполне располагают всей базой для того, чтобы в своем составе иметь спа-комплексы (например, спа-отели).

Понятие спа означает «здоровье через воду». Основные идеи формирования спа как центров, в которых, благодаря гармо-

ничному сочетанию, архитектурные, идеологические, технологические решения объединяются в создании иной реальности – расслабляющей, обволакивающей атмосферы. Жители крупных мегаполисов здесь могут снять стресс и по-настоящему расслабиться после рабочего дня.

В Европе спа-отель основан на том, что человек, приходящий туда, должен сдать телефон, переодеться в их одежду и всю неделю, не покидая отеля, заниматься только оздоровлением. Там работают и психологи, и массажисты, и другие специалисты. В общем, это колоссальный комплекс, который оказывает массу услуг.

Ряд спа-отелей Европы возникли из бывших убыточных отелей, которые были перестроены и стали процветать за счет присвоения функции спа.

Спа это не просто услуга, спа – это философия услуги. Эта философия включает такие позиции, как:

- вода как многообразие форм и использование воды;
- движение и силовые упражнения;
- прикосновение;
- лечение через массаж;
- питание, минералы, витамины, пищевые добавки;
- окружение;
- воплощение идеи красоты, которая оказывает положительное воздействие на организм не только на эмоциональном, но и на биохимическом уровне.

Вода и водные процедуры – это ядро современного центра Спа. Подобного полноценного комплекса у нас, к сожалению, пока нет.

Один из основных элементов спа это многофункциональный бассейн – бассейн нового поколения: симбиоз плавательного, пузырькового, гидротерапевтического бассейнов, который создает влажную зону расслабления.

Основной целевой группой спа являются люди среднего, выше среднего достатка. Примерно 35% - мужчины, 60% - женщины. Это часть населения, обладающая высокой платежеспособностью, предпочитающая расслабляющий отдых.

Третий тип водных комплексов – это многофункциональный комплекс водных развлечений, включающий как элементы

первого, так второго типов водных комплексов.

Совершенно отдельный вид водных комплексов – это водные комплексы экстремальных развлечений. В этих комплексах, помимо организации традиционного для аквапарков отдыха, предусмотрена возможность устраивать разнообразные концерты, соревнования, показательные выступления и шоу.

Таким образом может показаться, что аквапарки в чистом виде, как объект для водных развлечений, себя изжил, но это не так. Приступая к строительству аквапарка, необходимо заранее оценить тип аквапарка и того клиента, на кого он рассчитан.

Важный критерий при выборе услуг и аттракционов – это потенциальный клиент аквапарка. Если это оздоровительный или лечебный курорт, то перевес надо делать в область SPA; если торговый комплекс, то клиент – семья, а значит парк надо насыщать как аттракционами-развлечениями, так и аттракционами для расслабления.

Часто бывает, что заказчика не удается уговорить на разумное число аттракционов в комплексе. Количество аттракционов надо оптимизировать, и первый критерий здесь – выбор самых популярных аттракционов. Как показывает опыт, самые популярные аттракционы – это аттракционы средней степени риска (горки, трубы и др.)

Второй критерий – это выбор аттракционов максимальной пропускной способности. Третий – расположение аттракционов в обособленной зоне, где легче справиться с испарениями за счет вентиляции и осушения воздуха. Четвертый критерий – выбор безопасных аттракционов.

Производство аттракционов для водных комплексов – это не высокие технологии, но конкуренцию наши производители на этом рынке пока никому составить не могут.

При правильном решении тех вопросов, которые я затронул в своей статье, успех аквапарков гарантирован на сто процентов. И немаловажную роль всегда в аквапарках будут играть аттракционы, потому что аттракцион всегда останется символом аквапарка.

# НАДУВНЫЕ АТТРАКЦИОНЫ

Производство, продажа. Гарантия, сервисное обслуживание



Vector-M INFLATABLES

141032, Московская обл., Осташковское шоссе, д.45а, Мытищинский р-он  
 тел/факс: (495) 588-09-42 506-89-90 746-97-91 514-79-30  
 www.vector-m.ru, www.neposedalux.ru, info@vector-m.ru

Водные горки, бананы, надувные бассейны аквапарки, мини-аквапарки надувные батуты, парковые аттракционы детские игровые комплексы воздухопорные здания развлекательные центры "под ключ"

## Факты, события, комментарии

### На аттракционы по билетам

Министерство финансов объяснило, что согласно ОКУН услуги населению по пользованию аттракционами включены в состав услуг парков (садов) культуры и отдыха группы «Услуги учреждений культуры». Поэтому организации и индивидуальные предприниматели, оказывающие населению услуги по пользованию аттракционами, вправе применять утвержденный приказом Минфина России от 25.02.2000 N 20п бланк строгой отчетности формы «билет» (Письмо Минфина РФ от 23 июня 2006 г. № 03-01-15/5-448).

### «Алые паруса» увидели из Италии

10 июля администрация г. Воронежа объявила тендер на обустройство территории городского детского парка «Алые паруса». Участвовать в нем смогут все желающие. На первом этапе на конкурсной основе будет определен подрядчик, который проведет все необходимые работы по благоустройству. Самую высокую оценку получит тот, кто сумеет предложить в парке, после его реконструкции, наиболее интересный и оригинальный ландшафт и архитектуру. Объявление тендера совпало с посещением г. Воронежа итальянскими инвесторами Фульвио Тардини и Армен Котандежеяна, которые планируют построить на территории парка небывалый городок аттракционов. Таким образом, можно предположить, что итальянцы также включатся в конкурс на получение тендера.

### Российско-китайское сотрудничество

Администрация г. Иркутска объявила о строительстве в городе, в микрорайоне Солнечный, аквапарка. Инвестировать этот центр развлечений намерены китайские бизнесмены. Это решение было принято после посещения официальной делегацией администрации, во главе с мэром областного центра Владимиром Якубовским, китайского города Шеньяна, где прошли дни, посвященные Иркутску.

### «Отцы и дети» для всей семьи

В г. Иркутске строится новый торгово-развлекательный центр «Отцы и дети». Это первый в

областном центре проект такого масштаба. На площади 21 тысяча квадратных метров разместят 160 магазинов, детский развлекательный центр, гипермаркет, шестизальный кинотеатр, рестораны. Внутри здания предусмотрен современный дизайн, эскалаторы, панорамный лифт. Также будет построена подземная стоянка для машин. Обустраивают и прилегающие территории. Общая стоимость проекта - 12 миллионов долларов. Весь объем работ планируют завершить через год. По словам руководителей проекта, новый торгово-развлекательный центр обеспечит отдых для всей семьи.

### Аквапарк для инвалидов

Посещать аквапарк наравне с обычными москвичами смогут скоро инвалиды. Через два года на юге столицы должен появиться необычный центр водных развлечений.

Аквапарк префектура Южного округа планирует построить в экологически чистом месте – прямо на территории природного массива «Царицыно». На первом этаже массивного сооружения расположатся различные водные аттракционы, бассейн, сауна и русская баня. Второй этаж займут зрительские трибуны, еще один бассейн и небольшая комфортабельная гостиница. Здесь же планируется оборудовать фитнес-залы, кафе, рестораны и офисы, а под землей устроить паркинг на 200 машин. Примечательно, что это будет единственный в г. Москве подобный развлекательный центр, который без проблем смогут посещать люди с ограниченными возможностями. Во всех помещениях аквапарка установят специальные подъемники и пандусы для горожан, передвигающихся в инвалидных колясках. Кроме того, для них собираются соорудить специальный

лифт, а чашу бассейна спроектировать так, чтобы при желании инвалиды могли беспрепятственно спускаться в воду.

## Самый зеленый парк Самары

Аккуратно подстриженные кустарники, ухоженные цветники и газоны, новые кованые скамейки и надувные аттракционы – так в этом году встречается гостей самый большой, зеленый и шумный парк г. Самары – Загородный. Следуя девизу «Досуг для всей семьи», парк много лет держит марку любимого места отдыха жителей и гостей города. По словам его директора, Ирины Марченко, с приходом нового инвестора в лице группы компаний «RBE», которая активно стала вкладывать средства в развитие парка, благоустройство «Загородного» в этом году значительно улучшилось.

## В Китае открылось самое большое в мире колесо обозрения

В мае 2006, в Китае, в г. Наньчан провинции Цзянси, открылось самое высокое в мире «колесо обозрения». Высота аттракциона под названием «Звезды Наньчана» составляет 160 метров. Китайский аттракцион на 25 м выше знаменитого «Лондонского глаза», расположенного на берегу Темзы. «Лондонский глаз» занесен в Книгу рекордов Гиннеса как самое высокое «колесо обозрения» в мире. Стоимость проекта «Звезды Наньчана» составила 57 млн. юаней (200 млн. рублей). Каждая из 60 кабинок колеса вмещает 8 человек. Длина световой гирлянды, которая украшает колесо, составляет 6,5 тыс. м, а время, за которое колесо делает полный круг, составляет около 30 минут.

## Развлечения круглый год

В г. Рязани разработан инвестиционный проект строительства тематического парка развлечений, рассчитанный на круглогодичную эксплуатацию, вне зависимости от погодных условий. В состав проекта входит строительство развлекательного концертного комплекса 6000 м<sup>2</sup>, зимнего Аквапарка 7000 м<sup>2</sup>, капитального детского комплекса 2500 м<sup>2</sup>, комплекса тематических аттракционов в павильонах. Площадь размещения парка будет составлять 98 гектаров. В настоящее время проект прошел первоначальные согласования с городской и областной администрацией города.

## «Швейцария» ищет инвестора

Мэрия г. Нижнего Новгорода в ближайшее время будет искать инвестора для реконструкции

крупнейшего в городе развлекательного парка «Швейцария». Об этом сообщил и.о. главы города Сергей Гладышев. По его словам, предусмотренных сейчас бюджетных средств на содержание парка не достаточно. В свою очередь инвесторы могли бы предложить интересный проект с вложением средств в парк и его реконструкцию.

«Пока же многие парки стараются зарабатывать деньги самостоятельно, при помощи аттракционов и других видов деятельности. Парк «Швейцария» огромный по своим размерам, и я полагаю, что будет правильно, если будет вложено достаточно средств, которые позволят сделать его привлекательным», – сказал Гладышев.

## «Стар Гэлакси» приземлится в Сибири

Столичные операторы развлекательных центров один за одним идут в Сибирь. Крупнейшая российская компания этого типа «Стар Гэлакси» намерена уже осенью этого года начать бизнес в Кемерово, вложив в открытие своего первого объекта не меньше 10 млн. руб., а в перспективе рассчитывает открыть развлекательный центр и в г. Омске. Местные участники индустрии развлечений, впрочем, конкуренции не боятся и даже обещают превзойти москвичей в масштабах.

## Сделать «Променад»

В г. Кемерово открылся новый торгово-развлекательный центр «Променад», рассчитанный на 3500 посещений в день. Новый центр – один из крупнейших комплексов за Уралом. Площадь здания около 20 тыс. кв. м. Здесь разместились: продовольственный супермаркет, 79 различных магазинов промышленных товаров; 2 ресторана; кафе быстрого питания; детская игровая площадка; авиакасса, аптека, а также подземная и наземная автостоянки. Такой крупный объект компания построила всего за 1 год и 10 месяцев: от выбора площадки до сдачи «под ключ». Стоимость строительства составила 300 млн. рублей. Проект полностью инвестиционный – свои средства в строительство вложили 78 собственников.

## Итальянцы построят «Колизей» в Ленинградской области

На заседании правительства Ленинградской области был представлен проект строительства торгово-развлекательного центра «Невский Колизей». Будущий центр разместится в поселке Бугры Всеволожского района. Проект разработан и финансируется итальянской компанией Маргери Групп.

В состав центра, который станет крупнейшим в Европе, войдут торговый комплекс общей площа-

дью 55 тысяч квадратных метров и зона отдыха «Ривьера», площадью 20 тысяч квадратных метров, разместятся 10-зальный кинотеатр, отель на 120 номеров, бизнес-центр и паркинг на 6000 машин.

Общий объем инвестиций в проект - 120 миллионов евро. Ожидаемый годовой оборот – 300 миллионов евро. Итальянская компания рассчитывает, что за первый год торговый центр посетят 3 миллиона человек, а «Ривьеру» – 1 миллион человек.

## «Американские горки» дали сбой

В результате неисправности аттракциона «американские горки» в одном из парков развлечений близ американского города Цинцинатти пострадали 27 человек. Очевидцы показывают, что вагончик с пассажирами очень резко остановился. После этого, посетители аттракциона стали жаловаться на головную боль. По всей видимости, это привело к легким травмам «пассажиров». 17 человек из 27 пострадавших были выписаны из больницы через пять часов после инцидента, один остался в больнице на ночь, а других пострадавших врачи после осмотра отпустили домой. Угрозы для жизни посетителей, пострадавших на аттракционе, не было. Однако после происшествия аттракцион был сразу же закрыт и специалисты приступили к его осмотру. «Американские горки» в парке Paramount's Kings Island, по заявлению администрации, «являются самыми высокими, быстрыми и единственными на планете деревянными горка-

ми, где вагончик делает «мертвую петлю». Максимальная скорость на аттракционе достигает 125 километров в час.

## На аттракционе в Новополоцке погиб студент

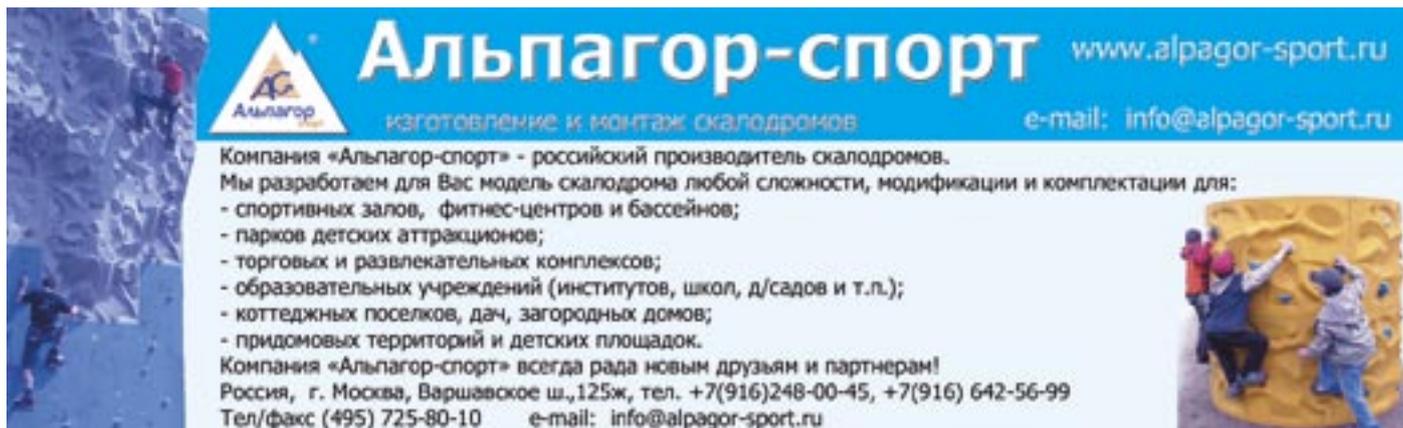
Ближе к полуночи, когда до закрытия парка культуры и отдыха оставалось 7 минут, 22-летний студент Полоцкого госуниверситета перемахнул через ограду аттракциона «Сюрприз». Молодой человек попытался забраться на вращающуюся платформу, но не удержался, упал под подъемно-вращающуюся часть и погиб.

По версии следствия, молодой человек вместе с товарищем подошли к «Сюрпризу» с тыльной стороны так, что работник аттракциона видеть их не мог. К этому времени продажа билетов уже прекратилась, однако пострадавший и не думал их приобретать. Студент попробовал залезть на платформу, находясь в нетрезвом состоянии.

«Я считаю, что работники парка не виноваты, — прокомментировала ЧП начальник отдела культуры администрации города Новополоцка Татьяна Гладыш. — Могу утверждать, что аттракцион ранее проверялся и находился в исправном состоянии».

## Официальное сообщение

Российская Ассоциация Парков и Производителей Аттракционов доводит до сведения всех заинтересованных лиц, что РАППА выходит из состава учредителей журнала «Профессия – Досуг».



**Альпагор-спорт** [www.alpagor-sport.ru](http://www.alpagor-sport.ru)  
изготовление и монтаж скалодромов e-mail: [info@alpagor-sport.ru](mailto:info@alpagor-sport.ru)

Компания «Альпагор-спорт» - российский производитель скалодромов.  
Мы разработаем для Вас модель скалодрома любой сложности, модификации и комплектации для:

- спортивных залов, фитнес-центров и бассейнов;
- парков детских аттракционов;
- торговых и развлекательных комплексов;
- образовательных учреждений (институтов, школ, д/садов и т.п.);
- коттеджных поселков, дач, загородных домов;
- придомовых территорий и детских площадок.

Компания «Альпагор-спорт» всегда рада новым друзьям и партнерам!  
Россия, г. Москва, Варшавское ш., 125ж, тел. +7(916)248-00-45, +7(916) 642-56-99  
Тел/факс (495) 725-80-10 e-mail: [info@alpagor-sport.ru](mailto:info@alpagor-sport.ru)

# Содержание номера

<b>VIII Международная выставка «Аттракционы и Развлечения РАППА – 2006» Даревская З. С.....□</b>	<b>2</b>
<b>XI международная конференция «Развитие парков, развлекательных центров и аквапарков в городах России» (начало) .....</b>	<b>6</b>
<b>Стандарты и Спецтехрегламент - основа нормативной базы отрасли.....</b>	<b>9</b>
<b>XI международная конференция «Развитие парков, развлекательных центров и аквапарков в городах России» (продолжение) .....</b>	<b>10</b>
<b>«Нотис»: Отдыхая с удовольствием – Развиваешь бизнес .....</b>	<b>13</b>
<b>Аттракционы из Волжского .....</b>	<b>14</b>
<b>XI международная конференция «Развитие парков, развлекательных центров и аквапарков в городах России» (окончание) .....</b>	<b>16</b>
<b>РАППА: календарь событий на 2006 г. – 2007 г. ....</b>	<b>18</b>
<b>«РАППА» – нас принимают во всем мире. ....</b>	<b>19</b>
<b>Автодромы из Красноярска – высокое качество, сибирская надежность! .....</b>	<b>21</b>
<b>Как мы начинали строить парк. Больных А. Н. ....□</b>	<b>22</b>
<b>Как купить безопасный аттракцион? Гнездилов В. А. ....□</b>	<b>24</b>
<b>Обучение и сертификация персонала – залог безопасности посетителей Плесков А. Г. ....□</b>	<b>25</b>
<b>Как купить бывший в употреблении аттракцион. Романов Р. Н. ....□</b>	<b>28</b>
<b>Развитие семейных развлекательных центров в городах России Румянцев А. А. ....□</b>	<b>29</b>
<b>Как и у кого купить аттракцион? Тхоржевский Л. В. ....□</b>	<b>31</b>
<b>Покупка аттракционов – затраты или инвестиции ? Дерябина Е. Л. ....□</b>	<b>32</b>
<b>Аквапарк как элемент спортивно-оздоровительного и курортного комплексов Десяткин В. Б. ....□</b>	<b>34</b>
<b>Факты, события, комментарии .....</b>	<b>36</b>



## Электронная выставка Аттракционы и Развлечения РАППА

Уважаемые господа!

Для увеличения продаж Вашей продукции и в рамках подготовки к IX Международной выставке «Аттракционы и развлечения РАППА-2007» приглашаем принять участие в Электронной выставке РАППА - [www.raapa-mvdy.ru](http://www.raapa-mvdy.ru).

Электронная выставка РАППА является постоянно действующим мини-сайтом и электронным анонсом Вашей экспозиции на выставке «РАППА-2007», что обеспечивает:

- привлечение внимания новых потребителей Вашей продукции, не имеющих объективной возможности посетить физическую выставку «РАППА-2007»;
- заблаговременное знакомство посетителей выставки «РАППА-2007» с Вашими предложениями с целью - обеспечить посещение выставки руководителями, принимающими решения по закупке оборудования;
- максимальное использование рекламного эффекта участия в выставке РАППА 2007;
- рекламу Вашей продукции по дополнительным ключевым словам в поисковых системах Интернета.

У Вас есть возможность публиковать новости в течение всего года и самостоятельно редактировать экспозицию.

Россия, 125430, г. Москва, ул. Митинская, д. 30  
Тел.: +7(495) 748-44-17 Факс: +7(49 ) 748-44-18  
E-mail: [raapa@raapa.ru](mailto:raapa@raapa.ru) Website: [www.raapa.ru](http://www.raapa.ru)

ООО "БЕЗОПАСНОСТЬ ТЕХНИКИ ДОСУГА" (БТД)

**АТТРАКЦИОНЫ и другие  
устройства для развлечений**

**СЕРТИФИКАЦИЯ И ТЕХНИЧЕСКОЕ  
ОСВИДЕТЕЛЬСТВОВАНИЕ**

**Любые виды работ по испытаниям  
и сертификации аттракционов**

Проводит сертификацию

Проводит сертификационные  
испытания

Проводит техническое  
освидетельствование аттракционов  
и других устройств для развлечений

Контакт:  
Тел.: (495) 748-44-17,  
(495) 748-44-18, (499) 760-38-45  
e-mail: [raapa@raapa.ru](mailto:raapa@raapa.ru)

Аккредитовано при  
Федеральном агентстве по техническому регулированию  
и метрологии в качестве  
Органа по сертификации техники досуга  
Аттестат аккредитации  
ОС N РОСС RU.0001.11MP08

Имеет в своем составе испытательную  
лабораторию, аккредитованную при  
Федеральном агентстве по техническому регулированию  
и метрологии на компетентность.  
Аттестат аккредитации  
N РОСС RU.0001.22MP28



Любые аттракционы  
с европейским качеством  
по доступным ценам



с 1988г.

колеса

EUROWHEEL

башни

качели

катальные  
горы

Тематические  
парки

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

Т: 7-495-7530065 Ф: 7-495-7530066 123430 Митинская, 30, Москва, Россия

WTUV

Das Europäische  
praktische Forum d'Yverhoise

RWTUV

Eignungszeichen nach DIN 4113

Conformity Point of Verification in accordance to DIN 4113

RWTUV

ZERTIFIKAT

