

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

От редактора 3

ТЕМА НОМЕРА

Индустрия развлечений Казани

И. Родионов 4

ИНТЕРВЬЮ

На гребне волны

Е. Войтко 6

ПАРКИ

Изыск со швейцарским привкусом

Д. Толоченкова 10

ЛЕТНИЕ ВСТРЕЧИ

Летняя встреча РАППА в Казани

О. Лебедева 14

НАШ РЕПОРТАЖ

Город Мастеров

Р. Климов 18

ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Итоги выставки РАППА ЭКСПО-2014

А. Осипов 24

СОБЫТИЕ СЕЗОНА

Золотой Пони Москва 2014 32

ПАРКИ

Следуй за стрелкой

Е. Беломирская 36

«АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ»

Информационно-рекламный журнал

УЧРЕДИТЕЛЬ:

Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА)

ИЗДАТЕЛЬ:

Автономная некоммерческая организация «Учебный Центр РАППА»

Адрес редакции:

Россия, 129223, г. Москва, пр-т Мира, ВДНХ, стр. 537/3 оф. 37

АНО «Учебный Центр РАППА»

Тел/факс: (495) 234-52-33

E-mail: tec@raapa.ru; http://www.raapa.ru

ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЙ БИЛЕТ



5 марта

Церемония награждения «Золотой Пони Москва-2015» проводит журнал «Games&Parks Industry»



5-7 марта

Москва, ВДНХ павильон 75

РАППА ЭКСПО 2015

**XVII МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
Аттракционы и
развлекательное оборудование**



3-7 марта

Деловой форум профессионалов индустрии развлечений

Организатор выставки:

Тел.: +7(495) 234-5242, +7(495) 234-5204

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

Генеральный спонсор



Генеральный информационный спонсор

РИР

При поддержке:



РЕДАКЦИЯ:

Главный редактор

Игорь Родионов

Дизайн, верстка

Ксения Лисицина

Над номером работали:

Марина Горбачева

Олеся Лебедева

Дарья Ратманская

Елена Швецова

Марина Илмензеер

Андрей Осипов

INVITATION TICKET



March 5

International Awarding Ceremony
«Golden Pony Moscow-2015»
promoted by «Games&Parks Industry»



March 5-7
Moscow, VDNKh,
Pavilion 75



The 17th International Exhibition Amusement Rides and Entertainment Equipment



March 3-7

Business Forum of amusement industry professionals

Exhibition Organizer:

Tel.: +7(495) 234-5015, +7(495) 234-5268
E-mail: raapa@raapa.ru, website: www.raapa.ru



ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ

Готовь сани летом

А. Юрин 40

БЕЗОПАСНОСТЬ

Зима не за горами

В. Дьяченко 44

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

В поисках приключений

Ю. Бергман 48

Управление процессами в
развлекательном центре

А. Бениаминов, А. Просандеев 54

ЗЕЛЕНАЯ ТЕМА

Итоги Moscow Flower Show 2014

А. Осипов 66

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Позитивные технологии, или как сделать парк
привлекательным для гостей

А. Бениаминов, А. Просандеев 68

СТАТИСТИКА И ФАКТЫ

Проектируемые и открытые торгово-
развлекательные центры в России и СНГ
(за период 2014-2015 гг.)

..... 72

ENGLISH VERSION 74

Здравствуйтесь, дорогие читатели!!



Рад очередной встрече с Вами на страницах журнала «Аттракционы и развлечения». Не буду говорить, что «сейчас мы живем

Завоевав популярность у населения, они превратились в современные и модные центры активной жизни, где внедряются новейшие технологии индустрии развлечений. В журнале Вы найдете информацию о том, как организовать эффективную систему навигации по парку, устройстве и безопасности зимних горок, а также, какие тенденции сегодня происходят в парковой сфере Западной Европы.

в беспокойное время». Скорее нужно сказать о том, что мы вошли во временной отрезок, когда наша индустрия в очередной раз принимает на себя ответственную миссию нести радость в жизни людей. Так было во все сложные исторические периоды, и сфера досуга всегда дарила нам надежду на лучшее.

Рубрики развлекательного бизнеса посвящены управлению процессами в развлекательных центрах и технологиям работы с посетителями, а также открытию первого в Москве тематического парка формата «город профессий» – Мастерславль.

Центральной темой очередного номера стала индустрия развлечений Казани, которая в этом году переживает новый этап своего развития. Мы расскажем Вам о реконструкции казанского парка Горького, открытии крупнейшего молодежного развлекательного центра, об одном из лучших аквапарков России и, конечно, о самом обсуждаемом и популярном профессиональном мероприятии этого лета – Летней встрече РАППА, которая тоже прошла в Казани.

Итоги премии Golden Pony Moscow-2014, результаты международного фестиваля садово-паркового искусства Moscow Flower Show, а также новые рекорды выставки РАППА ЭКСПО-2014 – обо всем этом и многом другом Вы узнаете в свежем номере журнала «Аттракционы и развлечения».

Парки с каждым годом становятся все более востребованными местами отдыха и досуга.

Желаю всем профессионалам развлекательного бизнеса успехов и больших побед в индустрии развлечений!

Главный редактор
Игорь Родионов

Отдел рекламы:
(495) 234-52-33

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

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

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

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77 – 26958.

Товарная марка журнала «Аттракционы и развлечения» зарегистрирована в Роспатенте.
Свидетельство на товарный знак № 351922.

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



ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ КАЗАНИ

За последние годы Казань стала одним из самых популярных центров России, местом проведения крупных спортивных и культурных мероприятий. Проведение Универсиады в 2013 году прославило столицу Татарстана на весь мир. По многим статистическим показателям в Казани достаточно развита и культурно-досуговая сфера. В то же время, индустрии парков и развлекательных центров в Казани есть куда расти, поэтому на этот регион неслучайно обратили свои взоры инвесторы и гуру развлекательного бизнеса. Явные позитивные изменения начали происходить в 2014 году.

В Казани много ландшафтных парков – все они разные и есть практически во всех районах города. Свое новое рождение в этом году пережил Центральный парк Горького, который долгое время находился в запустении. Администрацией города разработана новая концепция парка, учитывающая досуговые потребности сегодняшних посетителей. Думаем, с реконструкции основного парка начнутся ключевые преобразования во всей парковой сфере Казани (Репортаж о реконструкции парка Горького читайте на стр. 10).

Что касается аттракционов, то самым популярным парком развлечений является парк «Кырлай» (в прошлом «Шурале»), носящий название родного села знаменитого поэта Габдуллы Тукая. В парке около 20 аттракционов от детских до семейных. Пожалуй, центральный из них – 55-метровое колесо обозрения, с высоты которого открывается завораживающая панорама Казанского Кремля. Впрочем, для крупного мегаполиса одного парка аттракционов явно недостаточно, поэтому этой развлекательной составляющей в ближайшие годы есть куда развиваться.

Наиболее широко развлечения в Казани представлены в достаточно развитом сегменте торгово-развлекательных центров. Практически в каждом торговом комплексе присутствует кинотеатр и зона отдыха. Среди федеральных операторов семейных центров, работающих в Казани, можно выделить Fun City. Активно в развлекательном бизнесе задействованы и местные предприниматели.

Общая картина на поле казанских индор-центров изменилась в 2014 году, в связи с открытием крупнейшего в России развлекательного комплекса «FUN24». Под крышей парка площадью 10 000 кв. метров расположились более 30 аттракционов и развлечений, доступные 24 часа

в сутки. Особенностью центра является система единого входного билета, который дает право доступа ко всем развлекательным зонам без дополнительной оплаты.

Достаточно развит в столице Татарстана такой формат, как интерактивные музеи. В городе сразу два подобных центра – «Дом занимательной науки» и «Лабораториум». Каждый из них представляет собой творческую площадку для детей и взрослых, где они через игру могут познать законы природы из различных отраслей знания (физики, химии, оптики, механики и т.д.). Достигается это за счет оригинальных экспонатов, которые наглядно объясняют природу различных явлений окружающего мира.

К крупным «игрокам» развлекательной индустрии Казани можно смело отнести комплекс «Казанская Ривьера», в который входят одна из лучших в городе гостиниц, развлекательный центр, контактный зоопарк, несколько тематических ресторанов, фитнес-клуб, площадки для бизнес-мероприятий. Главная достопримечательность «Ривьеры» – аквапарк, располагающий не только крытой территорией с многочисленными горками, но и открытым пляжем, на котором летом буквально «яблоку негде упасть» (Интервью с руководителем комплекса на стр. 6).

Из нашего краткого обзора видно, что рынок развлечений Казани наполнен далеко не на 100%. При этом перспективы для его развития очевидны. Являясь крупнейшим экономическим центром, Казань может стать одной из центральных площадок, где могут быть реализованы самые масштабные и амбициозные проекты индустрии развлечений.

Игорь Родионов

FREESTYLE SLIDES

The only bespoke manufacturer of inflatable products in the world.

THE WORLD'S LARGEST INFLATABLE WATER SLIDE



FREESTYLE SLIDES

FreeStyle Slides, Inc.

1.866.694.4776 / 727.563.2003

info@freestyleslides.com

2399 26th Ave. N.

St. Petersburg, Florida, 33713



НА ГРЕБНЕ ВОЛНЫ

Елена Войтко
Коммерческий директор гостинично-развлекательного комплекса с аквапарком «Казанская Ривьера»

Среди тенденций современной развлекательной индустрии – глобализация и ориентация на многофункциональность. Стремительный ритм жизни в крупных городах заставляет человека оптимизировать свое время, он заинтересован в том, чтобы в одном месте, здесь и сейчас получить все и сразу. Уже довольно редко можно встретить отдельно стоящий развлекательный центр (за исключением нестандартных форматов), в своем большинстве развлекательные площадки переместились под крыши торговых моллов, которые в свою очередь не могут обойтись без игровой составляющей. При этом в последние годы все чаще стали появляться многофункциональные центры, которые предлагают своим посетителям большой ассортимент услуг. Такие примеры есть в Москве, Белгороде, Орле, Воронеже. Один из первых подобных центров – гостинично-развлекательный комплекс с аквапарком «Казанская Ривьера», расположенный в столице Татарстана – Казани.

Казанскую Ривьеру по праву можно назвать курортом европейского уровня. Комплекс включает в себя четырехзвездочный отель; аквапарк с летней зоной; развлекательный комплекс с 15 ресторанами и барами, 3D и 5D кинотеатрами, боулингом и концерт-холлом; пляж с бассейнами под открытым небом, аквабаром и саунами; фитнес-клуб премиум-класса и единственный в городе контактный зоопарк.

Очевидно, что управление таким внушительным комплексом, где постоянно необходимо следить за качеством предоставляемых услуг, расширять и модернизировать их, требует немало профессионализма и опыта. Мы встретились с коммерческим директором «Казанской Ривьеры» Еленой Войтко, которая поделилась с нами, что значит вести такое большое хозяйство.

- Елена, скажите, насколько важна развлекательная составляющая в подобном центре, как Ваш? В чем преимущество такого формата?

Если Вы предлагаете отдых в формате «все включено», то Вы должны оказывать его на самом высоком уровне, и ни одна составляющая не должна испортить общего впечатления. В развлекательном бизнесе важно помнить, что люди, которым мы оказываем услуги, не просто посетители, а наши гости, поэтому для них необходимо создать максимально комфортные условия.

Что касается развлечений в принципе, то они являются одним из якорей центра подобного нашему.

Например, в Казань приезжают специально для того, чтобы посетить наш концерт-холл, где регулярно выступают отечественные и зарубежные звезды. В развлекательном комплексе «Ривьера» есть досуг на любой вкус и достаток: мультиплекс, 5D-кинотеатр, боулинг, клубы разного формата и множество ресторанов с различными видами кухни. В июне этого года у нас открылся контактный зоопарк, где живут милые и забавные животные, которых можно трогать, гладить и кормить. Ну, а аквапарк «Ривьера» давно стал достопримечательностью города, по популярности уступающий, наверное, только объектам культурного наследия ЮНЕСКО.

При этом мы всегда стараемся учесть вкусы наших гостей и каждый сезон стремимся предложить какие-нибудь новые форматы отдыха и развлечений.

- И все же, Ваш комплекс – это в первую очередь гостиница или развлекательный центр с аквапарком?

Отель и аквапарк, хотя и являются частью одного комплекса, вполне самостоятельны. Как показывает практика, не все гости отеля посещают аквапарк, многие выбирают «Ривьеру» как удобную бизнес-площадку и предпочитают проводить свободное время в спа или фитнес-центре. Посетители аквапарка в большей своей части – жители Казани и соседних городов, которые приезжают специально для того, чтобы провести день на водных горках. Наличие аквапарка в составе



центра привлекает туристов и обеспечивает загрузку отеля. Поэтому можно сказать, что каждый объект успешно работает как в отдельности, так и в комплексе.

- Расскажите более подробно про аквапарк: как строится организация его работы, и какие проблемы обычно возникают при эксплуатации водного парка?

Аквапарки стали появляться в нашей стране сравнительно недавно. Это новый интересный, но при этом довольно сложный в плане реализации, технологии и управления бизнес, требующий существенных инвестиций, которые не так просто окупить. Иногда под вывеской «аквапарк» скрывается обычный бассейн с одной-двумя детскими горками. Наш аквапарк изначально проектировался, как выдающееся сооружение, призванное стать достопримечательностью региона и привлекать не только жителей города, но и туристов.

Проект и оборудование были разработаны компанией WhiteWater (Канада) – мировым лидером по проектированию и производству парков и водных аттракционов. Ранее проект, аналогичный «Ривьере», был успешно реализован в Латвии и в Швейцарии.

Если Вы предлагаете отдых в формате «все включено», то Вы должны оказывать его на самом высоком уровне, и ни одна составляющая не должна испортить общего впечатления.

В аквапарке более 50-ти различных аттракционов, которые радуют посетителей круглый год. Здесь есть и морские волны, и экстремальные горки, «Пиратский форт» и горки для малышей. Созданы отличные условия и для пляжного отдыха: чистый речной песок, шезлонги, удобные раздевалки, подогреваемый 80-метровый бассейн, сауны и VIP-зона с бассейнами под открытым небом и аквабаром.

От других российских аквапарков наш комплекс отличается, в первую очередь, размером и нестандартной конфигурацией, а также наличием большого

числа горок. Здание аквапарка представляет собой не привычное монообъемное пространство, а территорию в несколько этажей. Трассы водных горок вынесены за территорию аквапарка, что позволило компактно разместить их, причем разных видов: от плавных и медленных, до экстремальных с большим количеством поворотов и ускорений. Есть и просто уникальные аттракционы, например, Flow Rider – аттракцион, где со скоростью ветра можно нестись на доске для серфинга.

С технической точки зрения в аквапарке, естественно, самое важное – это вода. Точнее, водоподготовка,





которая является довольно сложным и ответственным процессом. У нас применяются новейшие методы фильтрации, при которых вода проходит 3 ступени очистки: механическая, при помощи песчаных фильтров, очистка химическими реактивами с низкой концентрацией хлора и дезинфекция ультрафиолетом. Также создана собственная лаборатория, которая круглосуточно отслеживает состояние воды и воздушной среды в аквапарке и бассейнах. Постоянно происходит тестирование воды по таким показателям, как температура, химический состав, уровень pH и др.

- Кто Ваша целевая аудитория, и в чем секрет востребованности комплекса?

Главный успех в качестве и многообразии услуг.

Ни для кого не секрет: чтобы быть востребованным, надо соответствовать интересам и потребностям своих посетителей. Мы постарались учесть все возможные пожелания наших гостей и предложить различные варианты отдыха, поэтому у нашей целевой аудитории нет возрастных ограничений. Для молодежи есть захватывающие дух аттракционы, для тех, кто приходит семьей с детьми – детские горки и бассейны.

Для жителей Казани аквапарк «Ривьера» – это любимое место проведения досуга, отличная возможность, не покидая родного города, оказаться на водном курорте. У нас проводятся детские праздники, студенческие вечеринки и корпоративные мероприятия. Для детей мы предлагаем оригинальную анимационную программу с поисками затерянных сокровищ и рыцарскими турнирами. У нас есть своя кондитерская, где для именинника испекут вкусный и оригинальный торт, который обязательно запомнится всем гостям.

- Не секрет, что ключ к успеху в развлекательном бизнесе – налаженная работа персонала. Как строится система управления в Вашем большом центре, судя по всему, с очень немаленьким штатом сотрудников?

Работа с кадрами – это непрерывный процесс. Каждый сотрудник «Казанской Ривьеры» проходит плановые тренинги, вводный инструктаж, аттестацию. На



базе аквапарка создан учебный центр, где с этого года проводится обучение ответственных за безопасность.

Централизованное операционное управление комплексом осуществляет управляющая компания с единым коммерческим, финансовым, юридическим и кадровым департаментами, остальные подразделения присутствуют на каждом объекте.

Наша команда старается делать все, чтобы в нашем комплексе было весело, комфортно и безопасно. Большое внимание уделяется качеству обслуживания посетителей, которых мы всегда встречаем теплой улыбкой и добрыми словами.

- Как Вы оцениваете развитость и наполненность индустрии развлечений Казани?

В плане развлечений Казань, на мой взгляд, достаточно развитый город. Здоровая конкуренция – всегда хорошо, и, прежде всего, для потребителя. Это положительно сказывается на уровне обслуживания и качестве тех услуг, которые предлагают развлекательные заведения. Мы много лет удерживаем лидерские позиции и будем стараться не снижать планки.

- Как Вы пришли в развлекательный бизнес и что бы Вы пожелали тем, кто только начинает свое дело?

Пожелать хотелось бы тщательно подходить к выбору направления. Нужно искать свой уникальный просчитанный и выверенный формат. По принципу – семь раз отмерь, один раз отрежь, досконально изучить зарубежный опыт, провести мониторинг рынка и только после этого приступать к воплощению идеи. При эксплуатации же важно сосредоточиться на продвижении услуг и поиске максимального количества ниш для их реализации.

Я оказалась в индустрии развлечений по воле случая, но очень быстро прониклась ею. Гостиничный и развлекательный бизнес сразу дают осознать: твое это дело или нет. Мне эта область оказалась очень близка – здесь живое общение с людьми, которое позволяет понимать, что от тебя требуется. Ну, и, конечно, приятно, когда видишь результат своей работы, а у нас он измеряется очень просто – улыбками на лицах людей.

ТОЛЬКО? КИНО?

ПРЕДЛОЖИТЕ ВАШИМ КЛИЕНТАМ БОЛЬШЕ...



ПОДАРИТЕ ИМ РАЗВЛЕЧЕНИЕ!

**БОУЛИНГ ОТ
QUBICAAMF**

123242, Москва, пер. Капранова, 3, стр.1,
тел.: +7 (495) 637 6222, +7 (495) 637 9222
e-mail: info@qubicaamf.ru, www.qubicaamf.ru





ИЗЫСК СО ШВЕЙЦАРСКИМ ПРИВКУСОМ

В дореволюционной Казани были места, которые славились своей красотой на весь мир. Их гордо именовали «Русской» и «Немецкой Швейцарией». Сейчас это территория казанского Парка культуры и отдыха им. Горького, который претендует в скором времени восстановить свой исторически значимый статус.

До XVIII века на месте парка располагалась красивая липовая роща. Затем город начал расти, состоятельные горожане стали строить здесь дома и разводить сады, превращая это живописное место на левом берегу реки Казанки в курортный район. Именно за свою красоту в начале XIX века его и окрестили «Русской Швейцарией».

В другой знаменитой роще Казани, которая располагалась далеко от городской суеты за Арским кладбищем, разместили свои дачи казанцы, происходившие по большей части из Германии. Поэтому горожане, по аналогии с «Русской Швейцарией», в шутку окрестили это место «Швейцарией Немецкой».

«Русская Швейцария» была любимым местом отдыха жителей и гостей Казани. Во время Троицкой недели, которая приходилась на середину мая, здесь проводились грандиозные народные гуляния. Зрелищ хватало всем: качели, балаганы, механический театр и собачьи концерты, передвижной цирк с гуттаперчевыми акробатами и вольной борьбой. Приезжие могли остановиться в гостинице, которая располагалась недалеко от центрального входа в парк, а перекусить публика отправлялась в кондитерскую. Отдыхали здесь и знаменитости: ловил бабочек Сережа Аксаков – будущий автор «Аленького цветочка», гулял Алеша Пешков (Максим Горький), псевдонимом которого спустя годы назовут парк. На театральных подмостках своим пением радовал публику

юный Федор Шалапин. Заезжал в «Русскую Швейцарию» и наш великий поэт – Александр Сергеевич Пушкин, который работал здесь над «Историей пугачевского бунта».

В отличие от шумной и балаганной «Русской Швейцарии» «Немецкая» была тихим и спокойным местом, где можно было отдохнуть душой и телом. Позже, во времена советской власти, здесь был организован красивый сквер, который в 1936 году был переименован в Парк культуры и отдыха имени Горького. С тех времен и до наших дней он является одной из главных достопримечательностей города и любимым местом отдыха жителей Казани.

В советские годы на территории парка располагались летняя эстрада, база отдыха, фонтан с лягушками, комната смеха, картинг, велодром, аттракционы, деревянный кино-театр, небольшая канатная дорога и оркестровая раковина, которая отличалась прекрасной акустикой. Из парка можно было пройти на пляж на берегу Казанки.

В связи с возведением к 1000-летию Казани моста «Миллениум», большая часть парка была урезана. Сегодня власти снова обратили внимание на это культурно-историческое место, можно сказать, начался новый этап в развитии парка Горького.

В 2014 году Администрацией Казани был утвержден план масштабной реконструкции парка. Инициатором возрождения стал мэр Казани Ильсур Метшин, который принял активное участие во всех этапах реализации проекта.



В разработке концепции обновленного парка участвовали авторитетные специалисты и эксперты, а также жители города, мнение которых учитывалось при согласовании проекта. По результатам соцопросов и встреч с активистами городских движений, необходимо было определить, каким должен быть новый облик главного парка Казани.

Первоначально рассматривалась возможность переноса в парк сценических конструкций, оставшихся от церемоний закрытия и открытия Универсиады. Там предполагалось расположить смотровую площадку, кафе и музей Игр. Однако в ходе проектирования от этой идеи было решено отказаться.

За основу была принята концепция обновления парка – сохранения существующих и создания новых зон отдыха и развлечений.

За основу была принята концепция бережного обновления парка – сохранения существующих и создания новых зон отдыха и развлечений.

Сроки на восстановление основной инфраструктуры были поставлены очень сжатые. Первые изменения должны были быть заметны уже в этом году. И стоит признать, что за три месяца, действительно, была проделана большая работа по благоустройству территории парка. Главный критерий, по которому об этом можно судить, – люди, которые снова стали приходить отдыхать в парк.

Основное, что было сделано на первом этапе: организовано четыре новых входа на территорию парка, восстановлена дорожно-тропиночная сеть, налажено наружное освещение, организовано видеонаблюдение, Wi-Fi, установлены новые скамейки и другие малые архитектурные формы, создана система навигации по парку. Особое внимание было уделено зеленым насаждениям – взамен аварийных и сухостойных растений высажены сотни новых деревьев и кустарников.

Вся территория парка Горького теперь разбита на зоны. Для «старожил» парка – участников клуба шахматистов, выделена большая территория с беседкой и удобными столами. Для детей организована отдельная большая зона, на которой размещены детский городок, качели, песочницы и другое игровое оборудование. Следует обратить внимание, что все игровые элементы размещены на безопасном ударопоглощающем покрытии.



Фото предоставлены автором

Спортивную составляющую парка дополняют площадки с тренажерами, в том числе для маломобильных групп населения, поле для мини-футбола, а также площадки для игры в «Городки», воркаута и стрит-бола.

Территория парка стала более удобной для велосипедистов. На существующих дорожках для них выделили отдельные полосы движения. В будущем будет организовано несколько веломаршрутов, в том числе большой по всему парку, с выходом на набережную. Сейчас велосипедная сеть проходит по существующим протоптанным дорожкам в оврагах, а также по верхним холмам парка. Стоит отметить, что дорожки в парке имеют два типа покрытия: бетонное и грунтовое.

На месте бывшей танцплощадки, которая теперь приобрела овальную форму, разбит газон, а по краям расставлены длинные скамьи и лежаки для отдыха. Сейчас это излюбленное место для фотосессий, проведения детских праздников, пикников, игр и занятий йогой на свежем воздухе.

Главной достопримечательностью обновленного парка Горького, без сомнения, стал фонтан. Фонтан необычный: во-первых, струи воды бьют прямо из-под земли, во-вторых, это происходит под музыку. В репертуаре можно услышать композиции Ванессы Мэй, группы Скорпионс и татарские народные мелодии. Возле фонтана размещены шезлонги оригинальной формы и большие скамейки. Сегодня это самое любимое место отдыха горожан. На вечерние представления собираются сотни человек.

В настоящее время идет второй этап преобразований парка Горького: продолжается высадка новых деревьев, строится детское кафе и экстрим-парк. План реконструкции предполагает существенное расширение парка за счет объединения территорий «Русской» и «Немецкой Швейцарии», а также ландшафтного комплекса «Островки Казанки» и эко-парка. Таким образом, общая площадь парка Горького составит 471 гектар. Безусловно, такая обширная территория откроет новые возможности для развития парка. Главное, чтобы все начинания были направлены на удовлетворение интересов и потребностей людей, которые являются перво-степенной составляющей любого парка культуры и отдыха.

Дарья Толовенкова

Руководитель творческой группы при Мэрии Казани



Развлекательное
оборудование

- ✓ Продажа
- ✓ Аренда
- ✓ Сервис

ВСЕ ВИДЫ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ



Виталий Елиференко
управляющий директор

Уважаемые читатели, добрый день.

Меня зовут Виталий Елиференко, я управляющий директор ГК «Гейм Сити».

Сегодня, я хочу рассказать Вам немного о нас:

Группа компаний «Гейм Сити» работает на рынке развлекательного оборудования с 2003 года.

Твердость в достижении поставленных целей, гибкость форм работы, большая конкурентоспособность, квалифицированный персонал и высокое качество предоставляемых услуг позволило нам за годы работы завоевать значительную долю рынка, построить партнерские отношения со многими компаниями, стать официальным представителем в России ведущих производителей развлекательного оборудования, а также открыть свое производство.



На сегодняшний день в деятельности группы можно выделить следующие направления:

*Продажа
развлекательного
оборудования*

*Предоставление в аренду
развлекательного
оборудования*

*Консалтинг по подбору
оборудования и открытие
развлекательных
центров «под ключ»*

*Ремонт и сервисное
обслуживание
развлекательного
оборудования*

Основная цель группы компаний «Гейм Сити» заключается в том, чтобы в сотрудничестве с нашими партнерами и объединении общих усилий помочь индустрии развлечений приносить как можно больше радости и веселья окружающему миру.

Всем нашим партнерам мы предлагаем – выгодное, удобное и честное сотрудничество.

Работа с ГК «Гейм Сити» — это простой и понятный процесс, не перегруженный лишней информацией, в результате которого Ваш развлекательный бизнес будет находиться всегда в тонусе, при постоянной поддержке опытной команды профессионалов.

Мы очень заинтересованы и сделаем все возможное для того, чтобы Вы, как инвестор, получили желаемый результат, а Ваши клиенты хорошее настроение.

Основной офис:
308002, Россия, г. Белгород,
ул. Генерала Апанасенко, 97
+7 4722 20-11-13
+7 4722 20-11-14
+7 910 329-23-25

Продажа оборудования:
gamecitygroup@gmail.com
sales@gamecitygroup.com
+7 4722 20-11-14
+7 910 329-23-25

Аренда оборудования:
arenda@gamecitygroup.com
+7 980 328-87-78

**Продажа комплектующих
и расходников:**
www.igrodoctor.com
8 800 100-68-89
(бесплатная горячая линия)

**Гарантийное обслуживание
и сервис:**
service@gamecitygroup.com
+7 919 221-81-18



Итоги Летней международной встречи специалистов культурно-досуговой сферы
«Индустрия досуга и развлечений в регионах России»

Летняя встреча РАППА в Казани

Казань, которую по праву называют «третьей столицей» России, крупнейшим культурным, спортивным и научным центром страны, этим летом стала центром индустрии развлечений. Именно здесь состоялась ежегодная Летняя международная встреча специалистов культурно-досуговой сферы «Индустрия досуга и развлечений в регионах России».

Мероприятие, организованное Российской ассоциацией парков и производителей аттракционов (РАППА), уже третий год в разгар летнего сезона собрало профессионалов развлекательной отрасли из более чем 50 городов России. «Встреча» – именно так изначально обозначив это важное для развлекательной отрасли мероприятие, организаторы пытались подчеркнуть непринужденный и в то же время деловой формат форума: встречу профессионалов, встречу коллег, встречу партнеров и, конечно, встречу друзей.

Казань собирает друзей

В Летней встрече РАППА-2014 приняли участие более 150 специалистов самых разных направлений индустрии досуга из Москвы, Санкт-Петербурга, Воронежа, Самары, Саранска, Новосибирска, Иркутска, Перми, Курска, Магнитогорска, Ростова-на-Дону, Махачкалы, Пензы, Ульяновска, Омска, Красноярска, Кургана, Екатеринбург, Ижевска, Уфы и других городов, а также профессионалы из Казахстана и Германии. Среди них: руководители и специалисты парков культуры, развлекательных центров, культурно-досуговых комплексов, представители городских администраций и общественных организаций, производители аттракционной техники, предприниматели и др.

В числе гостей стоит отметить экспертов из парка «Kulturinsel» Юргена Бергмана и Войчика Джебуниа,

которые проделали невероятный путь из Германии до Казани на автомобиле, чтобы поделиться с участниками Летней встречи своим уникальным опытом и оригинальными подходами к организации досуга в парках. Увиденное в презентации поразило многих: гостицы на деревьях, «кривые» домишки, подземные лабиринты, «сказочные» детские площадки. В итоге наши немецкие коллеги даже не смогли остаться на завершающую экскурсию по городу, поскольку один из увлеченных участников «срочно» вывез их в свой парк для обсуждения совместного проекта.

Отдельного упоминания заслуживает делегация из Ульяновской области, которая была одной из самых представительных, продемонстрировала пример единства и взаимопонимания между представителями бизнеса и государственных структур в вопросах развития парков и индустрии развлечений в регионе. В составе делегации были зам. министра культуры области, главный архитектор Ульяновска, представители управления культуры и комитета по управлению городским имуществом, руководители парков культуры и отдыха.

Хиты, новинки и «кривые» домишки

Основные события Летней встречи РАППА прошли на территории популярного гостинично-развлекательного комплекса «Казанская Ривьера». Это место, как нельзя лучше, подошло для проведения мероприятия, а также удачно соответствовало теме встречи.



Деловая программа открылась 15 июля тематическим блоком «Индустрия развлечений Татарстана», в рамках которого выступили руководители парков культуры из Альметьевска, Набережных Челнов и Казани. У татарских коллег, безусловно, было чему поучиться. Об этом свидетельствует хотя бы тот факт, что сразу трое из них являлись лауреатами международной награды «Golden Pony».

На открытии участников Летней встречи приветствовала представительница Министерства культуры Татарстана – Диля Флюровна Хайрутдинова, которая отметила особую актуальность проведения подобного мероприятия в Казани в «Год культуры». Радужно принимали гостей и руководители Казанской Ривьеры – коммерческий директор Елена Войтко и директор аквапарка Игорь Синькевич.

После виртуального знакомства с парками Татарстана участников ждал парк развлечений «Кырлай» –



Парк «Кырлай»



Заседание в Казанской Ривьере

одно из самых посещаемых мест отдыха в Казани. О том, как удалось парку добиться успеха, участникам рассказал директор Наиль Азатович Ахунзянов. Всем желающим также удалось прокатиться на 55-метровом колесе обозрения, с высоты которого открывалась прекрасная панорама города и Казанского Кремля.

После обеда работа форума продолжилась блоком презентаций производителей развлекательного

Формат Летних встреч РАППА принципиально отличается от других мероприятий индустрии развлечений, проходящих в России.

оборудования и поставщиков услуг для индустрии развлечений. Программа выступлений была разбита на три темы: «Новинки аттракционов или хиты продаж!?!»; «В поисках новых форматов развлечений»; «Креативные идеи для бизнеса». Каждый блок был по-своему интересен и нашел своих слушателей. Среди вы-

ступающих были представители многих известных компаний развлекательной индустрии: PlaySpace, Воздушный замок, Юсиэс, Спарта, Qubica AMF, Болд, IDC Projects, Парки развития, Авира и другие.





СРЦ «Fun City»

Завершился первый день Летней встречи банкетом на открытой веранде «Казанской Ривьеры».

Везде желанные гости

16 июля Летняя встреча продолжилась бизнес-игрой «Как привлечь 1000+ клиентов в месяц в развлекательном бизнесе с помощью интернета». Команда компании Gametrade – авторы игры, представили для участников пошаговый план действий, как можно повысить рентабельность своих предприятий с помощью самого популярного на сегодняшний день средства коммуникации в мире.

Ноу-хау Летней встречи 2014 был выпуск специального издания – «ПУТЕВОДИТЕЛЯ», который стал для участников настольной книгой, содержащей не только подробную информацию о мероприятии, но и другие полезные сведения: об истории Казани, главных достопримечательностях, культурных традициях и обычаях.

Немного отвлечшись от хронологии событий, хочется отметить открытость и внимание казанских специалистов, которые принимали участников Летней встречи на территории своих развлекательных комплексов. Везде нас ждал теплый и желанный прием.

Яркие эмоции оставила экскурсия по «Казанской Ривьере». Участники встречи посетили контактный зоопарк, аквапарк, смотровую площадку. Далее, на трех автобусах, наша группа отправилась в семейный центр развлечений «Fun City», где руководитель по маркетингу Эльмира Гагауллина рассказала о тонкостях работы крытого развлекательного комплекса, о том, как правильно проводить дни рождения, и рейтинге популярности различных развлекательных аппаратов.

В парке занимательной науки «Лабораториум» Роман Михайлов и Рафаэль Исаков не только рассказали о принципах управления развлекательным цен-

тром учебно-познавательного формата, но и продемонстрировали работу всех экспонатов, что вызвало истинный восторг у участников.

В центре досуга «Туган Авылым» сотрудники комплекса встречали нашу группу в национальных костюмах. Они же провели экскурсию по комплексу, который внешне представлял собой классическую татарскую деревню со всеми атрибутами сельской жизни старого времени. Здесь же в ресторане на территории комплекса состоялось вручение дипломов участникам Летней встречи РАППА в Казани.

Там град на острове стоит

Третий день по традиции был посвящен экскурсионной программе. Участники совершили увлекательную поездку на остров-град Свияжск – оазис поволжской природы, живописный остров на пересечении трех рек: Волги, Свияги и Шуки, про который так и напрашивается сказать словами А.С. Пушкина: «Мимо острова Буяна в Царство славного Салтана». Уникальная природа и красивейшие храмы произвели на всех неизгладимое впечатление. Самые же смелые участники нашей группы, несмотря на надвигающуюся грозу, решились искупаться в Свияге, что только закрепило приятные впечатления от поездки.

Событие года

По отзывам большинства участников, Летняя встреча РАППА в Казани превзошла все ожидания и стала настоящим событием для специалистов индустрии развлечений. Все отметили высококлассную организацию, дружественную атмосферу, актуальность программы и оригинальность формата. Специалисты отрасли выразили единодушное мнение, что проведение подобных форумов на таком высоком уровне способствует развитию и популяризации индустрии развлечений в регионах России, а также является уникальной возможностью пообщаться и познакомиться с коллегами из разных уголков нашей огромной страны.

Отдавая должное организаторам, нельзя не сказать о многочисленных партнерах, которые поддержали проведение Летней международной встречи специалистов индустрии развлечений в Казани. Генеральным



Остров Свияжск



спонсором мероприятия второй год подряд выступила Группа компаний «Мир» – всемирно известный производитель аттракционов, а также оборудования для авиакосмической отрасли. Большую помощь в организации Летней встречи оказали: ГРК «Казанская Ривьера», Мэрия г. Казани (Управление культуры, Управление архитектуры и градостроительства, Комитет внешнего благоустройства, Комитет внешних связей и туризма), Министерство культуры Республики Татарстан. Главными информационными партнерами выступили: журналы «КИР», SportB2B, «Аттракционы и развлечения», порталы TATAR-INFORM.RU и VTORIO.COM.

Летняя встреча РАППА 2014 в теплой и гостеприимной Казани надолго останется в памяти всех нас! И

дело не только в отличной организации и интересной программе, а в том, что каждый человек почувствовал себя здесь частью сообщества профессионалов индустрии развлечений, участником большого и значимого действия, которое, безусловно, еще долго все будут вспоминать! Самый же частый вопрос, который задавали организаторам участники форума: куда мы едем в следующем году?

До новых Летних встреч РАППА!
Ждите нас в своем городе!

Олеся Лебедева

GEP PRODUCTIONS PRESENTS

The VORTEX[®] TUNNEL

THE ULTIMATE VERTIGO WALK-THRU ATTRACTION!

Add a Coin-Op VORTEX to your FEC

vortextunnel.com

email - gep@gepproductions.com

Alan Tura
owner / president

Phone / Fax
330-392-6527



ГОРОД МАСТЕРОВ

«Осторожно, двери закрываются! Следующая остановка – Мастерславль». Именно так, сев в вагон импровизированного поезда, можно отправиться в удивительное путешествие – в город, где главными его жителями являются дети.

В начале этого года в Москве открылся первый семейный тематический парк, в котором дети знакомятся с различными профессиями, – «Мастерславль». О похожем центре мы уже рассказывали в одном из предыдущих номеров журнала, но открытия «города профессий» в столице ждали многие специалисты.

Идея создания «города профессий» возникла в Мексике, где был открыт первый подобный парк «Кидзания». Позже появились другие аналоги: австрийский «Минопольс», «Кидбург» в Санкт-Петербурге и др. Данный формат отличается от обычного парка развлечений тем, что здесь основной акцент сделан не на аттракционы, а на развитие и обучение детей. В игровой форме они приобретают в «городе» важные навыки, способность принимать самостоятельные решения и делать выбор, ориентируясь на собственные ощущения, а не на престижность профессии или мнение родителей.

Для подобных парков характерна общая архитектурная концепция. Они представляют собой модели небольших городов с улицами, домами, площадями, фонтанами и даже собственным автотранспортом. Здесь есть своя валюта, документы, законы и традиции. В городе создана атмосфера, в которой дети чувствуют себя абсолютно свободно и принимают непосредственное участие в происходящих вокруг событиях.

Мастерславль раскинулся на площади 6000 кв. метров в бизнес-центре столицы Москва-Сити. В более 70 мастерских парка, в которых воссоздана реальная обстановка различных учреждений и предприятий, проходят занятия с детьми, где они пробуют себя в различных профессиях. Здесь есть почта, банк, служба коммунального хозяйства, салон красоты, больница, театр, минимаркет, кондитерская, пожарная часть, библиотека, радиостанция, кафе и другие службы. Достоверности обстановке добавляют популярные бренды, которые выступили спонсорами парка. Так, в Мастерславле можно увидеть совершенно привычное отделение «Сбербанка», или посетить магазин «Азбука вкуса» – все, как в реальной жизни. Есть и вовсе уникальные мастерские, аналогов которых нет в подобных центрах, например, биостанция или пасека.

Одно из самых популярных мест – мастерская «Служба уборки и переработки мусора». Дети наперебой разбирают швабры и бегут убирать центральную площадь парка. Доходит до курьезных случаев, что руководителей в шутку обвиняют, «что у них дети

работают?!» На самом деле такое, казалось бы, простое занятие, как уборка, доставляет детям огромное удовольствие.

Проект первого «города профессий» в Москве был реализован компанией Espro Group – российской фирмой, специализирующейся на коммерческой недвижимости. В индустрии развлечений до этого момента компания себя никак не проявляла, поэтому строительство Мастерславля стало настоящей миссией.

О мотивации и о том, что подтолкнуло заняться созданием подобного комплекса, с нами поделился руководитель проекта – Роман Климов (далее Р.К.).

Р.К.: По роду своей деятельности мы столкнулись с тем, что с трудом стали находить специалистов в, казалось бы, совершенно обычных областях, которые должны быть вполне распространены и востребованы. Сегодня мало толковых инженеров, электриков, механиков, конструкторов. Очевидно, что на рынке труда существует проблема с этими специальностями. Одновременно с этим мы случайно попали в один из известных тематических парков, где увидели, как детям с ранних лет показывают, какие существуют профессии и занятия. Таким образом, проблема нашла свое решение. Мы поняли, что можем сами сделать первый шаг и начать ломать стереотипы, что сегодня нужны только менеджеры, экономисты и финансисты. Необходимо показать детям и родителям, что есть много важных востребованных профессий. Главное, чтобы ребенок мог сам сделать свой выбор.

Однако аналоги существующих парков показались разработчикам слишком простыми, в силу того, что основной уклон в них сделан на развлечения. Созда-



тели Мастерславля решили уделить больше внимания тому, что происходит внутри мастерских, и сосредоточились на разработке сценариев мастер-классов, которые помогут детям лучше изучить интересующие их специальности. Поэтому, целевая аудитория Мастерславля – это дети тех родителей, которые заботятся о всестороннем развитии своего ребенка.

Р.К.: Очень важно, что в нашем парке дети сами могут выбрать то, что им интересно. При этом они имеют право на ошибку: не получилось – ничего страшного, двойку тебе никто не поставит. В правилах посещения даже прописано, чтобы родители не подталкивали ребенка к посещению мастерских, которые, по их мнению, были бы ему интересны. Пусть ребенок сам выберет и осознает последствия этого выбора. Мастерславль позволяет развивать самостоятельность детей, помогает им в игровой форме понять правила реальной жизни.

По своей концепции Мастерславль – это провинциальный русский город конца XIX века, сохранившийся до наших дней и живущий современной жизнью. В го-

В городе создана атмосфера, в которой дети чувствуют себя абсолютно свободно и принимают непосредственное участие в происходящем вокруг.





род все попадают на поезде «Москва-Сити – Мастерславль», поэтому входной билет в парк стилизован под железнодорожный талон.

Стоимость билета на сеанс четыре часа по будням составляет 800 рублей детский и 500 взрослых, в выходные – 1100 рублей детский, 600 взрослых. Цена не такая разительная по сравнению с другими развлечениями в Москве (поход в кино в среднем обойдется в 500 рублей), а развивающий эффект, безусловно, выше.

Требование обязательно сопровождения родителями детей действуют до девяти лет. Однако ребенок в любом случае не предоставлен сам себе. Система контроля устроена таким образом, что забрать ребенка может только определенный человек, имя которого занесено в базу.

Билет служит не только для прохода на территорию парка, в нем занесена вся информация о ребенке: имя, возраст, телефон, контакты родителей или сопровождающих. При посещении каждой мастерской наставник считывает штрих-код на билете, данные заносятся в базу, где фиксируется все, что происходило с ребенком в городе: посещение занятий, достижения, заработанные и потраченные деньги и т.д. В будущем появится возможность выгрузить эту информацию в личный кабинет на сайте Мастерславля. Таким образом, у каждого ребенка будет собственное портфолио, где он или его родители смогут посмотреть, что он сделал и чему научился в парке.



Р.К.: На сегодняшний день не так много мест, куда можно пойти с ребенком. Как правило, большинство из них носят чисто развлекательный характер. Безусловно, веселиться детям тоже нужно, но родителям гораздо приятнее, если их чадо, развлекаясь, получает какую-то пользу.

Занятия в мастерских построены таким образом, что в каждом из них обязательно присутствует практическая часть. То есть, придя из Мастерславля, ребенок уже что-то умеет. Если ему рассказывали про ремонт велосипеда, значит, после этого занятия, он, возможно не очень хорошо, но сумеет отремонтировать велосипед. Если ребенок попал в Центр инновационных технологий, где проводятся различные опыты, то он не является сторонним наблюдателем, а участвует в экспериментах. Таким образом, формируется интерес детей к получению знаний.

Ключевую роль в «городе профессий» играют наставники – именно так называют персонал, который непосредственно работает с детьми в мастерских.

В обычном парке развлечений 80% успеха зависит от того, какой эффект произвел тот или иной аттракцион, а работа операторов все-таки имеет второстепенное значение. В городе профессий, наоборот, в первую очередь от наставников зависит, понравится ребенку в парке или нет, захочет ли он сюда придти снова. Думаю, многие вспомнят, как в школе ненавидели тот или иной предмет только потому, что не нравился учитель. Здесь примерно та же ситуация.

В наставники идут и студенты, и недавние выпускники вузов. Нет жестких возрастных ограничений или требований иметь педагогическое образование. Естественно, определенные критерии существуют (отсутствие вредных привычек и т.д.), но главное – желание и умение работать с детьми. Если человек может завладеть вниманием и расположением детей на протяжении всего занятия, то это, безусловно, сотрудник Мастерславля.

В парке разработана своя система подготовки персонала. Чтобы стать наставником, нужно преодолеть многоступенчатый отбор и тренинги.

Мастерславль позволяет развивать самостоятельность детей, помогает им в игровой форме понять правила реальной жизни.



Р.К.: Работа с детьми – это довольно специфическая деятельность, тем более в нашем центре, где она длится в течение всего дня. Конечно, нельзя это сравнить с работой учителя, но удерживать внимание детей в течение восьми часов психологически довольно тяжело.

Когда у нас проходил «летний день» – в городе можно было находиться с 10 утра до 19:30 вечера, мы наблюдали удивительную картину, как дети просто расставались. Пребывание в Мастерславле – это не только занятия, но и общение, которого в обычной жизни детям не хватает. Общение с родителями – это одно, но вспомните, как в школе всем хотелось дружить со старшеклассниками. Детям это интересно, но не всегда доступно. У нас они могут побывать в другой социальной среде.

Также мы получаем много предложений от людей, которые, будучи профессионалами в той или иной области, хотят вести мастер-классы в нашем парке. Особенно в этом отношении востребована музыкальная студия и университет. Единственное ограничение, чтобы занятия были адаптированы под наш формат, и не превращались в обычную лекцию, на которой все заснут. Беда обычных школ в том, что там много теории и почти нет практики.

Если рассматривать Мастерславль, как некую бизнес-модель, то реализация подобных проектов имеет свою специфику. Во-первых, существуют определенные требования к площадке. Как правило, ее площадь начинается от 3000 кв. метров, необходима хорошая высота потолков и минимальное количество колон. Немаловажно и месторасположение парка, а также удобная транспортная доступность.



На момент проектирования Мастерславля по всем параметрам подошла только территория в районе бизнес-центра Москва-Сити. Существующие предложения на рынке торговой недвижимости не подошли по техническим причинам, а проектируемые торговые-развлекательные центры изначально не рассматривались, поскольку построить парк планировалось в ближайшей перспективе. Впрочем, технические и конструктивные изменения, которые пришлось вносить по ходу реализации проекта, значительно удорожали его по сравнению с заложенными инвестициями (10,5 млн. евро). Утешением служит тот факт, что решая текущие проблемы, появлялись новые идеи, которые только улучшили проект.

Назвать точный срок окупаемости проекта довольно сложно, но при загрузке парка 2000-2500 человек в день, они могут быть минимальными.

Р.К.: Это не социальный проект в традиционном понимании – раз социальный, значит, прибыль не приносит, но это более сложный бизнес, поскольку здесь ключевое значение имеют технологии, применяемые в работе с детьми. Подобного нет в обычном парке, где, как правило, важнее учесть технические моменты, а персоналу достаточно знаний должностных инструкций и вежливого обращения с посетителями. Каждый наставник Мастерславля в какой-то степени актер – он должен непрерывно держать внимание детей, вести занятие естественно и непринужденно.

Думаю, многим хочется, чтобы работа приносила моральное удовлетворение, поэтому мы очень рады, что наш проект для детей. Увидеть огонек в детских глазах – вот главный результат нашей деятельности.

Материал подготовил **Игорь Родионов**

ОСЕНЬ - ПРЕКРАСНАЯ ПОРА, ЧТОБЫ ЗАКАЗЫВАТЬ К ВЕСНЕ !!!

Мудрость

(812) 385 77 84

надувные батуты и горки

бассейны и водные горки

командные, водные, зимние

рекламные аттракционы

(812) 984 14 44

8 800 700 31 33

(по России бесплатно)

www.cparta.ru

cparta-spb@mail.ru

СПАРТА

Производство надувных аттракционов любой сложности

ВОДНЫЕ АТТРАКЦИОНЫ



«Водная карусель»

«Арго»



«Акваплан»



«Катамараны на поплавок»
на 1-2 посадочных места



«Водные качели»

ВЕЛОКОНСТРУКЦИИ



«Велокарт»
на 2 посадочных места

«Велозкираж-3,5,7»
на 3,5,7 посадочных мест

КАРУСЕЛИ



«Цепочные карусели»
«Карусели на платформе»

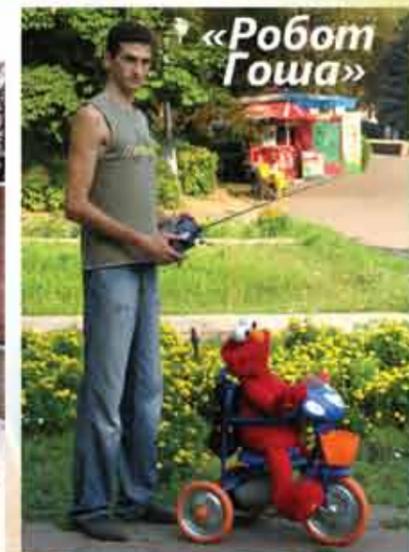
АНИМАЦИОННЫЕ АТТРАКЦИОНЫ



«Шарманка»



«Волынка»



«Робот Гоша»

Нам 15 лет

АТТРАКЦИОНЫ ИЗ ВОЛЖСКОГО

ДЛЯ ПАРКОВ ОТДЫХА, САНАТОРИЕВ, ДОМОВ ОТДЫХА, ТУРБАЗ, ПЛЯЖЕЙ И ТРЦ.



Паровозики



Емелина Печка



Водные аттракционы



Тир



Аттракционы для Торгово-Развлекательных Центров



СП «АТТРАКЦИОНЫ ИЗ ВОЛЖСКОГО»
404111, г.Волжский Волгоградской обл., ул.Молодёжная, 30, офис207
Тел. +7(8443)27-35-30, факс 27-53-13, моб. +7-902-311-00-93

www.locomotive.org.ru
e-mail: raduga0512@mail.ru

www.locomotive.org.ru
e-mail: raduga0512@mail.ru
+7(8443)27-35-30, 27-53-13
8-902-311-00-93

Итоги XVI Международной выставки
«Аттракционы и развлекательное оборудование
РАППА ЭКСПО-2014»



ВЫСТАВКА РАДОСТИ

С 12 по 14 марта 2014 года в Москве в павильоне 75 ВДНХ с успехом прошла XVI Международная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2014».

В этом году выставка по-настоящему стала открытием паркового сезона, чему способствовала установившаяся в Москве теплая и солнечная погода. Пока соскучившиеся по отдыху посетители снова примеряли ролики и велосипеды, специалисты развлекательной отрасли собрались на самое масштабное событие индустрии развлечений России.

Выставка была организована Российской ассоциацией парков и производителей аттракционов (РАППА) при поддержке Международной ассоциации парков (IAAPA) и компании TSI (Великобритания). Генеральным спонсором выставки выступила группа компаний «МИР», генеральным информационным спонсором – журнал «КИР». Интернет-партнер выставки – портал VTORIO.COM

Выставку торжественно открыли президент Ассоциации РАППА Владимир Гнездилов и гость из США – вице-президент сети всемирно известных парков развлечений «Six Flags» («Шесть флагов») Ларри Чикола.

В выставке приняли участие 220 компаний, которых представляли почти 1000 специалистов индустрии развлечений. Среди них 75 зарубежных компаний-экспонентов из 26 стран мира (Австралии, Индии, Китая, США, Канады, Германии, Италии, Великобритании, Латвии, Украины, Беларуси, Швейцарии, Бельгии, Турции, Франции, Голландии, Испании и др.).

За три дня выставку РАППА ЭКСПО-2014 посетили более 5000 специалистов: руководители и топ-менеджеры парков, развлекательных центров, аквапарков, представители администраций городов и регионов, девелоперы и инвесторы, владельцы и ди-

ректора домов отдыха, гостиниц, курортов, производители, поставщики и дистрибьюторы развлекательного оборудования, индивидуальные предприниматели, представители СМИ и другие заинтересованные лица.

Выставка РАППА ЭКСПО-2014 показала актуальные тренды мирового рынка развлечений, современные технологии и форматы досуга, которые в ближайшее время будут радовать посетителей парков, аквапарков и развлекательных центров. Выделим некоторые интересные тенденции и новинки, которыми отличилась выставка 2014 года.

Начнем с аркадных комплексов, которые были достаточно широко представлены на выставке. Компания «Болид» показала несколько вариантов аркадных игр для развлекательных центров, а компания «Zarevin's manufactory» привезла оригинальные ярмарочные призовые аттракционы в интересном «индейском» дизайне.

«Восточно-Европейская компания» (Беларусь) соорудила на выставке целую пещеру, являющуюся примером тематического оформления входной группы для аттракционов и развлекательных парков. Интерес посетителей

В выставке приняли участие 220 компаний, которых представляли почти 1000 специалистов индустрии развлечений из 26 стран мира.

вызвала используемая технология «тумана», которая позволяет проецировать на воздушное пространство картинки и различные видеосюжеты. Этой же компанией были представлены макеты тематических парков,

вызвала используемая технология «тумана», которая позволяет проецировать на воздушное пространство картинки и различные видеосюжеты. Этой же компанией были представлены макеты тематических парков,

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**НАДЕЖДА
МОСКАЛЕНКО**
Компания Yotto Group,
г. Москва

Выставка удалась! В этом году мы представили два «экзоскелета» и новую интерактивную игру «Танковый биатлон». Подобных аттракционов больше нет в России, это уникальная разработка наших инженеров, которая позволяет полностью погружаться в кино и получать бурю эмоций. Главное отличие наших аттракционов – разные сюжеты. Вы можете покататься на американских горках, пострелять в монстров, полетать на космическом корабле и т.д. Пройти два раза один и тот же сюжет невозможно, поскольку каждый человек управляет своим героем.

Заинтересованность у специалистов игровой индустрии была очень большая. В целом мы довольны. Организаторы большие молодцы. Как постоянные участники выставок РАППА, могу сказать, что выставка развивается и каждый раз выходит на новый уровень. Мне очень понравилась деловая программа, понравилась сама экспозиция. Я желаю организаторам не терять темп, продолжать в том же духе!



ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**АЛЕКСЕЙ
КУРИМОВ**

Компания «Универсальные системы»,
г. Томск

На выставке мы представили новый продукт – интерактивную песочницу, которую мы также позиционируем, как «песочница будущего». Этот занимательный аттракцион предназначен для развития творчества детей и может быть использован и в развлекательных комплексах, и в учебных заведениях.

РАППА ЭКСПО – первая выставка индустрии развлечений, в которой мы участвуем, и прошла она для нас очень успешно. Мы услышали много позитивных отзывов о нашем продукте, есть заключенные контракты. Некоторые участники нас даже благодарили за то, что мы, как русская компания, сделали такой интересный проект.

некоторые из которых будут запущены в эксплуатацию в ближайшее время. Наибольший интерес вызвал тематический развлекательный комплекс «Dark Ride», совместивший в себе уникальные декорации, интерактивные технологии и виртуальные спецэффекты.

Одним из самых стильных стендов на выставке по праву стал стенд компании Polin (Турция), которая творчески подошла как к оформлению экспозиции, так и к ее наполнению, представив новые технологические реше-

ния и аттракционы для аквапарков.

В этом году наблюдалось некоторое уменьшение объема оборудования 5D и технологий виртуальной

реальности. Эксперты объясняют это явление временным снижением интереса у аудитории и операторов к подобным развлечениям. В то же время сложившаяся ситуация позволила выделить главных игроков этого сегмента, которые, на фоне меньшей конкуренции и ограниченности предложений, пользовались значительным интересом у посетителей выставки. Как, например, компании: КБ «Технологии кино», XDOF, АЕТ/Технологии развлечений и Yotto Group, которые представили виртуальные симуляторы.



На выставке традиционно было много детских и семейных аттракционов. Наибольшее число предложений было от компаний Италпарк и PlaySpace, чему логично соответствовали их яркие экспозиции. Первая соорудила на выставке почти настоящий замок, а вторая собрала на своем стенде ведущих европейских производителей аттракционов.

Самые большие колеса обозрения рекламировала группа компаний «МИР», а как превратить экскаватор, или другую рабочую технику, в экстремальное развлечение продемонстрировала компания «Строительные аттракционы». Классические детские паровозики были представлены новичками выставки – компаниями «Fun Express» и «Kids Train». Разнообразнейшей линей-

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ЖАННА
ДРОЗДЕЦКАЯ**

Группа компаний «РИФ»,
г. Ростов-на-Дону

В этом году мы представили новую схему аттракциона «Экстремальный мир», которая позволяет увеличить проходимость и количество посетителей. Другая новинка – аттракцион «Джигу Джук» – башня свободного падения на надувную подушку.

Я очень довольна выставкой! Было много посетителей и партнеров, с которыми мы работаем. Надеюсь, что эта выставка будет такой же результативной, как и все предыдущие. Организаторы большие молодцы, приятно с ними сотрудничать много лет. Желаю здоровья, радости, оставаться такими же профессионалами с большой буквы. Я очень рада, что работаю с вами!



ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**АЛИ
ОЗГУН**
Компания Speedcity,
Турция

Мы любим скорость! Отсюда и наше название Speedcity. Наша компания производит высокотехнологические симуляторы для развлечений: ралли, автогонки, мотогонки. Мы предлагаем различные решения: от приобретения одного симулятора до реализации целого проекта под ключ.

Мне очень понравилась выставка РАППА ЭКСПО, потому что здесь мы встретили много коллег-специалистов, которые оценили наши идеи. В частности, мы завязали много перспективных контактов. Например, с одной компанией из Алжира, с которой рассчитываем вести плодотворное деловое сотрудничество. Также мы установили контакты с людьми, которые помогут нам с реализацией проекта для Гран-при «Формула 1» в Сочи. Нас очень порадовало, что большинство посетителей выставки РАППА ЭКСПО сфокусированы на покупке оборудования или выгодном партнерстве в нашей сфере.

В общем, я очень доволен нашим первым участием в РАППА ЭКСПО!



отвечающее многим социальным задачам, среди которых особо значимыми являются повышение безопасности развлекательного оборудования и развитие досуга в парках. Социальное направление выставки поддержали Московский государственный университет культуры и искусств и Московский Дворец пионеров на Воробьевых горах.

Лучшие экспозиции выставки были отмечены Золотыми медалями. Среди них, компании КБ «Технологии

В 2014 году значительно увеличилось количество предложений для активного отдыха: от спортивных площадок до парков приключений.

кой игровых аппаратов отличились компании: О.Д.А., ЮГИС, Game City, Brunswick/KidsPlay, РАЗАП, Спортивные аттракционы и ряд других.

В выставке РАППА ЭКСПО-2014 приняли участие и все основные игроки сегмента F&B – общественного питания для парков и развлекательных центров: «Деловая Русь», «Техника+», «Фуд Сервис». Отдельного упоминания заслуживает новичок выставки – «Dippin' Dots», известный международный производитель гранулированного мороженого.

В 2014 году значительно увеличилось количество предложений для активного отдыха: от спортивных площадок до парков приключений. Много было представлено интересных аттракционов интерактивного формата. Например, интерактивная песочница, позволяющая сделать сооружение замков из песка увлекательным аттракционом. Другая новинка – аттракцион под названием «Fish&Wish» – игровой автомат, сюжет которого заключается в ловле с помощью механического манипулятора робо-рыбок и других динамичных объектов.

Выставка РАППА ЭКСПО – это не только эффективная коммерческая площадка, но и мероприятие,

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ЛАРРИ
ЧИКОЛА**
Компания Six Flags,
США

Это мой первый визит в Россию. Я приехал сюда специально для того, чтобы встретиться с российскими специалистами развлекательного бизнеса и посетить выставку РАППА ЭКСПО. Должен отметить, что в России, как и во многих странах, индустрия развлечений развивается очень быстро. Мне очень понравилась выставка и представленное на ней оборудование. Я считаю, что российские специалисты, занятые в этой сфере, идут по правильному пути. Желая, чтобы отдых и аттракционы в российских парках приносили людям только хорошие эмоции.

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ВЛАДИМИР
КУЗНЕЦОВ**
Восточно-Европейская
компания,
Беларусь

Наша компания на рынке развлечений больше 20 лет. Мы занимаемся декорациями, аниматронными фигурами, строим парки развлечений под ключ, а также поставляем развлекательное оборудование. На РАППА ЭКСПО-2014 мы представили новое оборудование – Fog Screen – водяной экран, на котором можно отображать различные картинки и видео. Его можно использовать в аттракционах, парках, ресторанах, дискотеках.

В выставке мы участвуем для того, чтобы предложить людям что-то новое, а также посмотреть, что сегодня представлено на рынке. Выставка замечательная, буду надеяться, что с каждым годом она будет только расти, и к нам будет приходить еще больше специалистов.

кино», ОтАдоЯ, Brunswick/KidsPlay, РИФ, PlaySpace, Завод игрового спортивного оборудования, Polin (Турция), Италпарк, Восточно-Европейская компания (Беларусь) и Qubica AMF (США).

РАППА ЭКСПО – это не только выставка, но и насыщенная деловая программа, которая в 2014 году собрала почти 300 специалистов со всей России и стран СНГ. Только в конференции «Городской парк в XXI веке как главное место отдыха и развлечений» приняли участие почти 100 человек. Живой интерес вызвали различные бизнес-тренинги, которые прошли накануне и в дни проведения выставки. Тематика мероприятий стала детские центры, американский опыт управления развлекательными комплексами, личная эффективность руководителя в развлекательном бизнесе. Также в дни выставки прошли два круглых стола, посвященных виртуальным аттракционам и безопасности аквапарков.

Мероприятием нового формата стал «Деловой завтрак» на тему «Идеальный развлекательный бизнес глазами профессионалов», где участники не только смогли выпить кофе и позавтракать, но, главное, в формате активной дискуссии глубже понять, как улучшить работу своих парков и РЦ.

Естественно, в рамках тренингов невозможно ответить на абсолютно все вопросы, которые волнуют специалистов. Поэтому по инициативе организаторов в этом году на выставке работал Экспертный центр



РАППА, где посетители могли задать свои вопросы ведущим экспертам индустрии развлечений.

В рамках деловых мероприятий группа специалистов также посетила один из торгово-развлекательных комплексов Москвы. Участники увидели «закулисье» центра активного отдыха «Космик», смогли попасть на кухню ресторана и в технические помещения боулинга. Также разработчики центра – специалисты компании Brunswick/KidsPlay провели встречу на тему «Еда и напитки в развлекательном центре: головная боль или радость инвесторов?» После мероприятия гостей ждал турнир по боулингу и фуршет.

Аттракцион.ру
Производство аттракционов

НОВИНКА
Цепочная карусель «ТВИСТ»
Для взрослых и детей. Диаметр 6,5м, высота 6м.

ООО «Аттракцион.ру»
Россия, г.Новосибирск
ул.Челюскинцев 18/2, 516

Телефон: 8(383)-2870981
www.Attraction.ru
optosib@attraction.ru

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**НИКОЛАЙ
ДОЛЖАНСКИЙ**
Компания «Болид»,
г. Санкт-Петербург

В этом году на выставке РАППА ЭКСПО мы всех удивили! Наша компания представила линейку новых редемпшн-аппаратов и аркадных призовых игр, которые можно использовать как в парках, так и в крытых развлекательных комплексах. Мы очень довольны результатами – почти все оборудование стенда было продано, есть заказы на будущее.

Для российского рынка выставка РАППА ЭКСПО очень большая, и прошла она в этом году просто великолепно. Я очень критично отношусь к организации таких форумов, и всегда напрямую высказываю организаторам свои пожелания. Самый большой плюс, что они к этим пожеланиям всегда прислушиваются и работают над нюансами, но в этом году мне сказать нечего. Организаторы молодцы, выставка прошла очень успешно!

12 марта на приеме РАППА в гостинице «Космос» состоялось торжественное вручение международной награды в сфере индустрии развлечений «Golden Popu Awards Moscow 2014» – совместное мероприятие РАППА и издательского дома Facto Edizioni (Италия). Лауреатами премии 2014 года стали: группа компаний «Карусель» (Москва), ПККиО г. Альметьевск (Р. Татарстан), ПККиО г. Тюмень, Муниципальные парки г. Набережные Челны (Р. Татарстан), РЦ «MegaFun» (Азербайджан), РЦ «Тачки» (Р. Дагестан), сеть семейных развлекательных центров «Космик»,



Городской сад г. Томск, аквапарк «Н2О» (г. Ростов-на-Дону), Парк на Семеновском озере (г. Мурманск). Спонсоры церемонии: ГК «Мир», ГК «Карусель», РЦ «MegaFun», Италпарк.

Как известно, все хорошее, к сожалению, быстро заканчивается. Так, и выставка РАППА ЭКСПО-2014, казалось бы, пролетела мгновенно, но оставила значимый след в виде заключенных контрактов, найденных решений для эксплуатантов, новых идей для развития бизнеса и, конечно же, непередаваемых эмоций и впечатлений от самого зрелищного события индустрии развлечений России.

И российские, и зарубежные специалисты единодушно отметили, что выставка РАППА ЭКСПО на сегодняшний день является самой динамично развивающейся выставкой индустрии развлечений в мире, и число ее участников и посетителей неуклонно растёт.

Андрей Осипов

Ждем Вас на XVII Международной выставке «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2015» 5-7 марта 2015 года, Москва, ВДНХ, пав. 75.



Лауреаты Золотого Пони Москва - 2014

IAAPA Best New Product & Impact Award
WVA Innovation Award

EMPEX WATER TOYS

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

Обнимаем ваши ручки с 2005 года

КОНТРОЛЬНЫЕ БРАСЛЕТЫ

ТЕМПОКО

САМЫЙ ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ

Наиболее доступный и надежный способ визуального контроля посетителей аттракционов, дискотек, концертов, аркад, фестивалей и развлекательных центров.

КОМПАНИЯ «ВИЗАРД-М»
8 (495) 972-1870, 8 (926) 272-0808
SKYPE: TEMPKO, ICO, 8094381, WIZARD.MSK.RU

Позвоните нам сейчас и получите дополнительную информацию по телефону или на нашем сайте «букинг» браслетах ВИСАРД-М.
Консультируемся где угодно, в ЛУЧШИЕ цены и условиях только у НАС!

ПРИЗОВЫЕ СОСКЛАДЫ

ВИЗАРД-М
Москва, Шоссе Энтузиастов, дом 5, офис 1013
тел. (495) 972-2870, (926) 272-0808, (909) 685-0115
http://wizard.msk.ru sklad@tempko.ru SKYPE: tempko

Единственный азиатский путь закупок, который выпускает по всему миру – Международный GTI журнал



Международный GTI журнал основан в 1995 г., является единственным английским игровым журналом в Азиатско-Тихоокеанском регионе, выпускается в более 130 странах и регионах. У GTI есть журналы, веб-сайт, электронная газета и выставки, и помогает поставщикам расширять клиентов, возможность бизнеса и рынки для экспорта путём разнообразных способов маркетинга.

浩基有限公司 Haw Ji Co., Ltd. GAME TIME INTERNATIONAL

адрес/ADD: 2F-1, No. 17, PaoChing St., Taipei City 10585, Taiwan Телефон/TEL: +886-2-2760-7407
факс/FAX: +886-2-2742-0522 / +886-2-2747-9835 ee6-carri/Website: www.gtimagazine.com.tw
Электронная почта/ E-mail: gametime@taiwanslot.com.tw

Лауреаты «Золотого



Группа компаний «Карусель» г. Москва



ПКИО г. Альметьевск Татарстан



ПКИО г. Тюмень



Муниципальные парки г. Набережные Челны Татарстан



РЦ «Megafun» Азербайджан



Пони Москва – 2014»



РЦ «Тачки» Дагестан



Сеть семейных развлекательных центров «Космик»



Городской сад г. Томск



Аквапарк «Н2О» г. Ростов-на-Дону



Парк на Семеновском озере г. Мурманск

ИГРОДОКТОР

Детали Расходники Инструмент



Наталья Москалева
отдел продаж

Компания ИГРОДОКТОР основана в 2014 году, как самостоятельное подразделение ГК «Game City», крупнейшего поставщика и производителя развлекательного оборудования.

Наш интернет-магазин является первым, осуществившим on-line продажу комплектующих и расходных материалов для развлекательного оборудования.

Партнерские отношения с ведущими производителями, позволяют нам предлагать высококачественную продукцию по конкурентоспособным ценам и в кратчайшие сроки.

Мы представляем собой компанию, имеющую в своем составе единый call-центр, который регулирует всю деятельность магазина, отдел продаж, службу доставки, широкий штат квалифицированных инженеров для ремонта и обслуживания оборудования, а также собственный склад с постоянным наличием необходимого запаса товаров.

Наша цель: Используя принцип «одного окна», упростить операторам и производителям развлекательного оборудования взаимодействие с поставщиками комплектующих и расходных материалов. Что, безусловно, благоприятно скажется на развитии индустрии развлечений в целом.

Шесть причин для сотрудничества с нами:

- 1** Широчайший ассортимент и качество товаров
- 2** Федеральная горячая линия
- 3** Простые и понятные условия сотрудничества
- 4** Бонусная программа для зарегистрированных пользователей
- 5** Обмен товаров ненадлежащего качества
- 6** Скорая помощь Вашему оборудованию

ДЕТАЛИ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРУДОВАНИЕМ

Кнопка, 60мм, цвет белый 118.48 ₺	Кнопка, 27мм, с микро-переключателем 19.62 ₺	Микропереключатель с иглой 74.05 ₺
Джойстик (Kungfu style), цвет по наличию 1 851.31 ₺	Джойстик (Spanish style), цвет по наличию 1 184.84 ₺	Кнопка, 100мм, плоская, цвет синий 371.69 ₺

ДЕТАЛИ ВИДЕО СИМУЛЯТОРОВ

Оптический датчик оружия Sega 13 009.26 ₺	Оптический датчик для экрана N1 5 017.86 ₺	Корпус для House of the Dead 4 с проводом 13 009.26 ₺
Руль для Out Run 2 Sega 11 894.18 ₺	Ручка резиновая для мотоцикла 1 115.08 ₺	GD-ROM 16 726.19 ₺

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ УЧЕТА

Счётчик игр механический 148.00 ₺	Считыватель магн. карт с индикатором 2 973.54 ₺	Уничтожитель призовых билетов (Китай) 55 753.95 ₺
Тикет диспенсер TL-002 5 368.78 ₺	Тикет диспенсер LK003M 1 851.31 ₺	Тикет диспенсер LK001A 1 851.31 ₺

ДЕТАЛИ РЕДЕМПШН АВТОМАТОВ

Колотушка для автомата с экраном 1 110.78 ₺	Колотушка для автомата без экрана 1 110.78 ₺	Фигурки для р/а Mr.Wolf 925.65 ₺
Фигура крокодила (три части) 1 481.04 ₺	Мяч для шароката 555.39 ₺	Утки для р/а Happy Ducks 743.39 ₺

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Жетон 27 мм (цена за 1 шт.) 1.18 ₺	Билетики для редемпшн автоматов (1 коробка 100.000 шт.) 4020.00 ₺	Магнитные карты с кодировкой Game Keeper (тираж 10.000 шт.) 65 000.00 ₺
Шары для сухого бассейна (набор 250 шт.) 1 544.13 ₺	Шайба для аэрококка (7см) 185.00 ₺	Бита для аэрококка 557.54 ₺

ЭЛЕКТРОННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Монетоприёмник LK100M 740.52 ₺	Монетоприёмник LK600 1 221.86 ₺	Динамик овальный 148.10 ₺
5K потенциометр 706.22 ₺	Блок питания ZX-100-3 (5V6A 12V6A 24V2A) 1 295.00 ₺	Купюроприёмник ICT L77F 7 062.17 ₺

* Цены на товары, представленные в каталоге, являются ориентировочными. Окончательные цены товаров возможно увидеть на сайте нашего интернет-магазина после прохождения процедуры регистрации. Данное предложение не является публичной офертой.



Следуй за стрелкой: как разработать систему навигации для парка

Екатерина Беломирская,
контент-менеджер компании
«Городская среда»

Парки и скверы зачастую являются для горожанина единственным пристанищем, где он может отдохнуть от городской суеты и расслабиться, поэтому важно, чтобы этот визит оставлял положительные эмоции. Не последнюю роль в этом играет навигация: знаки, указатели и информационные стенды, позволяющие гостю легко ориентироваться на местности и экономить время. Как порой достаточно грязной тарелки в кафе, чтобы испортить аппетит, так и неграмотно изготовленная или размещенная навигационная система способна испортить хорошие впечатления от парка, каким бы красивым он ни был и сколько бы развлечений не предлагал.

На сегодняшний день внятной и эстетичной системой визуального ориентирования могут похвастаться далеко не все парки. Часто всю навигацию заменяют таблички с запретами ходить по газонам и щиты с правилами поведения, сохранившиеся чуть ли не с советских времен. В таких местах человек чувствует себя посетителем музея, а не желанным гостем. Продемонстрировать заботу о своих гостях и повысить привлекательность территории отдыха можно с помощью создания современной системы навигации парка.



Указатель с историческим смыслом

Нашими специалистами была разработана навигационная система для московского парка «Останкино», которая появилась в ходе масштабного благоустройства парка. Перед нами стояла цель – создать понятную и удобную в пользовании систему визуального ориентирования, которая сделает пребывание гостей в парке комфортным.

Внешний вид, цветовая гамма, декоративные части и конструктивное исполнение навигационных элементов подбирались для Останкино исходя из особого

Аттракционы
Attractions



статуса парка как части усадьбы графов Шереметевых и особо охраняемой природной территории (частично), а также из общей концепции благоустройства парка, основанной на воссоздании и сохранении исторически сложившейся планировки.

Для изготовления основных элементов был выбран металл (чугун, сталь, цинк): доподлинно известно, что в эпоху

Повысить привлекательность парка отдыха можно с помощью создания современной системы навигации.

Шереметевых активно использовались декоративные элементы из чугуна и иного металла. Металл придает

указателям и стендам благородный внешний вид, к тому же он устойчив к воздействию вандалов, что актуально в условиях отсутствия постоянного контроля за состоянием конструкций. Декоративные части были выполнены из литых форм чугуна, основа конструкций – из стальных труб с применением антикоррозийных обработок. Навигационные элементы покрыты эмалью, стойкой к ржавчине и непогоде. Информационная часть стендов с текстом и картой защищена стекляннм антивандалным покрытием.

Основным цветом системы навигации стал зеленый, который удачно ассоциируется с зелеными насаждениями, составляющими важную часть паркового пространства, а зимой выгодно контрастирует со снежным покровом.

Когда знаки «говорят»

Всего в парке мы использовали четыре вида навигационных элементов: указатели, стенды с информацией (картой парка, информацией об основных объ-





ектах, исторической справкой), стенды для людей с ограниченными возможностями и информационные столбики, содержащие краткие сведения об объекте или зоне парка.

Мы решили, что будем «разговаривать» с посетителями Останкино на понятном им языке. Для оформления указателей использовался легко читаемый шрифт и гармонично сочетающиеся цвета – белый и зеленый. Информация на стендах размещена на уровне глаз, чтобы она легко воспринималась. Для удобства иностранных гостей парка все надписи продублированы на английском языке.

Наши дизайнеры, разрабатывая карты, постарались сделать их максимально удобными для пешехода, используя на схеме простые графические символы с применением цветового кодирования: красным цветом обозначен вход, фиолетовым – основные объекты парка (бельчатник, лодочная станция, танцплощадка и т.д.), синим – многочисленные спортивные площадки, голубым – туалеты.

Заблудиться не получится

Парковые пространства, как правило, занимают достаточно просторную площадь и предполагают пешие (или велосипедные) прогулки на большие расстояния. Поэтому, чтобы не заставлять посетителя блуждать по территории в поисках нужного ему места, необходимо тщательно продумать, где расположить элементы навигации. Для определения мест расположения указателей проводились исследования пешеходного трафика, направления движения, его интенсивности. Важно устанавливать указатели так, чтобы они не оставляли неохваченных пространств, но и не перекрывали зоны друг друга.

При входе в Останкинский парк посетитель сразу замечает информационный стенд с картой всего парка. Даже если он здесь в первый раз, то без труда сможет

запомнить основные объекты. Например, если ему нужно дойти до территории ВДНХ, то ориентирами служат пруд или ипподром с конюшней, а если надо выйти к монорельсу, то лучше держаться стадиона или скейтпарка.

Отдельной задачей при проектировании навигации в Останкино было облегчить ориентирование гостей в зеленой (лесной) части парка, где количество функциональных объектов минимально, а все дорожки похожи друг на друга: одинаковое мощение, скамьи, вокруг деревья и кусты. Мы понимали, что навигация для транзитных маршрутов через парк особенно важна. Ведь в подобных пространствах она является той составляющей, которая наравне с освещением и видеонаблюдением дает человеку ощущение безопасности.

Сейчас, проходя по лесной зоне парка Останкино, посетитель будет встречать указатели на каждом крупном пересечении дорожек. В своем большинстве на таких указателях размещены пять стрелок, которые показывают направление до объектов (как до ближайших, так и знаковых) с отметкой расстояния до них, а также указание на выход к ближайшей улице. Следуя им, он легко дойдет до нужной цели.



Проложить маршрут... пальцами

При благоустройстве Останкинского парка акцент был сделан на его доступность для всех категорий населения, в том числе посетителей с ограниченными возможностями здоровья. С учетом этого была разработана навигация, которой без труда могут пользоваться гости с полной или частичной потерей зрения, а также посетители на креслах-колясках.

Специально для слепых и слабовидящих мы разместили в Останкино стенды с тактильными картами.

Такая карта имеет упрощенный вид и окрашена в контрастные цвета. Надписи на ней намного крупнее, чем на основной карте. Все изображения продублированы рельефной схемой, а надписи – шрифтом Брайля.

В то время как обычные стенды можно располагать и за бордюром, все стенды с тактильными картами размещены на дорожках. Это позволяет людям с проблемами зрения лучше разглядеть схему, а слепым – подойти вплотную и тактильно изучить карту.

В Останкино установлены семь таких стендов на закольцованном маршруте: от главного входа, вокруг Садового пруда и обратно до входа. На каждой карте специальным тактильным значком обозначено расположение остальных шести стендов, а также нанесен значок «Вы здесь», который показывает, где в данный момент находится посетитель.

Важную роль играет навигация и для таких категорий населения, как родители с детскими колясками и велосипедисты. В Останкино достаточно ровный рельеф, но в других парках встречаются лестницы. Такие места отдыха нуждаются в грамотной навигации, которая заранее бы предупреждала о лестнице без пандуса и сообщала варианты объезда. Тогда посетитель может вовремя свернуть, и ему не придется возвращаться назад в поисках более подходящей дороги.



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








Exhibits.nl B.V. | STOKSKESWEG 11 | 5571 TJ BERGELJK | THE NETHERLANDS | P.O. BOX 47 | 5570 AA BERGELJK
 T +31 (0)497 55 60 70 | F +31 (0)497 55 60 10 | E INFO@EXHIBITS.NL | W WWW.EXHIBITS.NL



Вот свернули санки,
И я набок – хлоп!
Кубарем качусь я,
Под гору, в сугроб.

И.З. Суриков

ГОТОВЬ САНИ ЛЕТОМ

Кто из нас в детстве не катался с горки – эта давняя и любимая зимняя забава по-прежнему популярна у детей и даже у взрослых. Казалось бы, куда еще можно развиваться в этом традиционном виде досуга, однако за последние годы катание с горок прогрессировало, и сегодня люди используют всевозможные санки, ледянки, блюда и прочие, как подручные, так и специально произведённые приспособления и снаряды, которые делают этот процесс более приятным. Ну, а многочисленные производители соревнуются, выпуская на рынок новые изделия для потенциальных катальщиков.

Эволюционировали и сами горки. Из простой накатанной полоски льда на пригорке они разрослись до сложных, многофункциональных сооружений, способных совмещать в себе, кроме горки, скалодром, тарзанку, подъемник для людей и снаряжения, искусственное скользящее покрытие и т.д. Среди зимних конструкций, представленных сегодня на рынке, наиболее комфортное и безопасное катание обеспечивают «горки для сноутюбинга». Естественно, при условии соблюдения всех правил безопасности посетителями и операторами этого «аттракциона».

Самая простая горка для сноутюбинга представляет собой снежный склон с профилированной трассой для скатывания на сноутюбах. Сноутюб, или «тюбинг» (не путайте с элементом тоннеля метро), а в народе просто «ватрушка», – это надутая автомобильная камера в чехле из прочной ПВХ-ткани, которая используется для скатывания с горки. Размеры тюба варьируются от 60 до 140 см, могут быть двояными и на четверых. К чехлу пришиты ручки и буксировочный фал.

Надувная форма придаёт катанию мягкость. ПВХ-чехол, который используется в тюбингах, достаточно скользкий для езды по укатанному снегу, при этом вполне износостойкий, что позволяет ему прослужить целую зиму. На ледяных слонах скорость катания существенно увеличивается, соответственно, увеличивается и износ ткани чехла. Для эксплуатации в прокате лучше выбирать «ватрушки», сшитые из цельного куска ткани с минимальным количеством швов. Как показывает практика, чехлы рвутся именно по местам прошивки. Чем больше швов, тем выше вероятность разрыва чехла.

Сноутюб – снаряд совершенно неуправляемый, и затормозить самостоятельно на нем практически невозможно. На первый взгляд это забавно, но именно по этой причине не стоит его использовать на неподготовленных склонах. Так в течение зимы 2012-2013 года, которая отличалась большим количеством снега и устойчивой морозной погодой, было продано рекордное количество сноутюбингов, но, к сожалению,



установлен и печальный рекорд по травматизму, главной причиной которого стало использование неподготовленных склонов и ошибки при эксплуатации.

Какой же должна быть идеальная горка для сноутюбинга, на которой можно было бы получить максимум удовольствия и при этом исключить получение травм?

Исходя из собственного опыта создания и эксплуатации подобных объектов, можем сказать, что горка, в первую очередь, должна иметь длину трассы от 100 до 200 м и уклон 8-14 градусов. При меньшем размере и уклоне кататься с такой горки просто неинтересно, а при большем – долго подниматься обратно. В то же время, горка с уклоном более 14 градусов потенциально опасна, так как скорость спуска будет очень велика.

Линия спуска должна представлять собой желоб с достаточно высокими бортами, чтобы исключить вылет сноутюба за пределы трассы. Особое внимание следует обратить на повороты – если они есть, то они должны быть достаточно плавными, чтобы «ватрушку» не швыряло по сторонам.

Обязательно нужно предусмотреть безопасную зону выката, где будет гаситься скорость. Место катания должно быть огорожено, чтобы посторонние случайно или намеренно не могли выйти на трассу.

Если горка оборудована подъемником, то это делает её существенно удобнее и популярнее у посетителей. Однако конфигурация трассы должна быть рассчитана таким образом, чтобы к подъемнику был удобный доступ из зоны выката. К сожалению, это не всегда учитывается.



Современные технологии позволяют строить зимние горки разной конфигурации и набором дополнительных элементов. Пожалуй, единственное ограничение – это фантазия создателей. Главное, при существующих возможностях, не увлечься и забыть об элементарных правилах безопасности, соблюдение которых избавит вас и ваших посетителей от нежелательных последствий.

Перечислим основные меры, которые необходимо соблюдать при эксплуатации зимних горок:

1. Ограничивать скорость спуска – чем она выше, тем больше вероятность вылетов, падений и травм посетителей.

2. Исключить возможность столкновения «ватрушек» между собой.

3. Конфигурация и профиль трассы должны исключать переворачивания, опрокидывания, вылет за пределы трассы. При этом трасса спуска не обязательно должна быть прямой, возможны изгибы и зигзаги.

4. В качестве разделителей между линиями спуска нужно использовать только снеговые брустверы. Применение для этих целей сеток, веревок, вешек и т.п. должно быть исключено.

Современные технологии позволяют строить зимние горки разной конфигурации и набором дополнительных элементов.



Ленточный подъемник



Снегогенератор
(снежная пушка)



Подъемник тросового типа

5. На зимних горках противопоказаны резкие трамплины, так как после прыжка человек может выпасть из тюба, а при большом весе посетителя тюб может просто лопнуть.

6. Трасса обязательно должна быть огорожена от посторонних.

Как быть, если нет естественного склона? В этом случае можно построить искусственную горку из дерева, металла и бетона. Такая горка может быть капитальным строением, а может быть и временной конструкцией. Так, например, в Москве в парке «Сокольники» каждую осень, на асфальте 3-го Лучевого просека строят горку высотой 12 м и длиной склона 90 м, используя металлические элементы строительных лесов. Другой пример, в парке «50-летия Октября» (г. Москва) неудобный для катания естественный склон был откорректирован деревянной конструкцией.

Неустойчивая погода нашего климатического пояса способна преподнести разные сюрпризы, и в январские каникулы снега может не быть, как это было прошлой зимой. Однако сегодня это уже не такая серьезная проблема. В отсутствие снега можно применить систему искусственного оснежения – так поступают в парке «Сокольники», или застелить горку искусственным покрытием, как было сделано в парке «50-летия Октября». На горках, оборудованных пластиковым покрытием скользящей поверхности, можно кататься и при полном отсутствии снега, в том числе летом и в межсезонье.

Есть поговорка «Любишь кататься, люби и саночки возить». В XXI веке вызов этой народной мудрости бросили подъемники, которые призваны избавить посетителей зимних горок от бесконечных утомительных восхождений.

В настоящее время на горках для сноутюбинга применяются два основных вида подъемников. Наиболее удобный и безопасный – подъемник ленточного типа, где посетитель после спуска встает на ленту и вместе с «ватрушкой» едет вверх. Все предельно просто, удобно и комфортно, защитное ограждение – галерея – предотвращает попадание на ленту снега и мусора. Однако стоимость такого

оборудования достаточно высока. В основном, это импортные изделия, а отечественных аналогов, которые могли бы составить конкуренцию, нет.

Другой вариант – подъемник тросового типа. Его цена существенно ниже, но это и менее удобное в эксплуатации, и условно безопасное оборудование, поскольку здесь присутствует человеческий фактор. В данном случае, спустившись с горки, посетитель (или оператор) пристегивает тюбинг к движущемуся тросу, который тянет его вверх. Такая технология требует более внимательного отношения со стороны обслуживающего персонала и некоторой осторожности посетителей. Кроме того, при применении подъемников тросового типа существуют определенные требования для зоны посадки и финиша. Приводные колеса должны быть недоступны для посетителей, а профиль зоны финиша на подъемнике должен обеспечивать автоматическое отцепление сноутюба.

При организации горки для сноутюбинга не следует забывать о правовой стороне вопроса. Формально такая горка является аттракционом, и на неё распространяются все требования Ростехнадзора. То же правило действует и в отношении подъемников, но многие операторы на свой страх и риск декларируют только прокат сноутюбингов.

В целом, сравнивая с другими видами зимних развлечений, сноутюбинг, будучи в среднем дешевле в организации и обслуживании, может стать отличным дополнением к горнолыжным трассам или парковым аттракционам, и тем самым привлечь дополнительных отдыхающих. К тому же, сноутюбинг интересен еще тем, что не требует никакого обучения – достаточно просто сесть на «ватрушку» и получать удовольствие от катания с горки. Отсутствие подобных барьеров для клиентов делает это развлечение очень привлекательным. Сложно «просто так» прокатиться разок-другой на горных лыжах или сноуборде, но зато даже один заезд на «ватрушке» принесет море радости и удовольствия.

Алексей Юрин

Исполнительный директор ООО «ТехТелСервис»

МЕДИА ПРОЕКТ

Эксклюзивный производитель призовых билетов для автоматов системы Редемпшн

- Работа без посредников
- Разработка индивидуального дизайна
- Короткие сроки изготовления
- Возможность регулярных поставок билетов не большими партиями
- Постоянное наличие на складе билетов со стандартным дизайном
- Организация доставки в любую точку РФ и стран СНГ
- Индивидуальные условия оплаты
- Технологическое сопровождение

Санкт-Петербург, ул. Руставели 13
телефон: (812) 544-75-59
e-mail: media.project@mail.ru
www.media-проект.рф

ГОЛЬФ СИМУЛЯТОРЫ
ABOUT GOLF
И МУЛЬТИСПОРТИВНЫЙ
VISUAL SPORTS

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

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР
ООО «ГОЛЬФ-СЕРВИС»
107140, г.Москва,
Комсомольская площадь, д. 6
www.aboutgolf.ru
www.visualsports.ru
Гольф: +7(495)2333397

GOLDEN PONY® AWARDS

267 Excellence Awards have been assigned in 13 editions to operators in the leisure sector divided into 5 categories: Amusement Parks, Travelling Showmen, FECs, Ride Manufacturers and Outstanding Leisure Personalities

Games & Parks Industry presents the
14th Golden Pony® Awards Event - 2015
Moscow - March 5th

The selection process for the next Golden Pony® Awards has begun. Be a protagonist!

FACTO EDIZIONI www.factoredizioni.it GAMES & PARKS industry

Info: tel. (+39) 049 8762922 - Email: luisa@factoredizioni.it



ЗИМА НЕ ЗА ГОРАМИ

Стандарт по безопасности зимних развлечений

В последние годы зимние развлечения приобрели большую популярность и стали носить массовый характер. Каждый из нас хотя бы раз в жизни скатывался зимой с горки. Для большинства людей главное, чтобы она была расположена близко от дома, а спуск захватывал дух. Однако, несмотря на кажущуюся простоту этой старой зимней забавы, на горках ежегодно происходят происшествия и инциденты с посетителями.

Попробуем выяснить, что за проблемы возникают при эксплуатации зимних горок, и какие меры необходимо предпринимать, чтобы свести к минимуму возможные риски.

В обиходе под зимними горками понимают любую наклонную поверхность, покрытую снегом или залитую льдом, по которой можно скатиться с помощью инвентаря для спуска или без него. Условно же современные горки можно разделить на «искусственные» и «естественные».

В первом случае, в качестве зимних горок используют искусственные сооружения, изготовленные из дерева, льда или их комбинации. Под «естественными» горками понимаются раскатанные склоны, представляющие собой по сути трассы для спуска, проложенные в естественном ландшафте.

В отличие от горок, устанавливаемых на детских площадках, зимние горки заканчиваются выкатом, предназначенным для продолжения спуска и остановки. Чем длиннее выкат, тем большее удовольствие получает посетитель.

К сожалению, в настоящее время в парках и дворах часто можно встретить горки неизвестного производства, о безопасности которых судить довольно сложно.

Требования к их конструкции содержатся в ГОСТ Р 52168-2012 «Оборудование и покрытия детских игровых площадок. Безопасность конструкции и методы испытаний горок», но далеко не все производители и эксплуатирующие организации им руководствуются.

С «естественными» трассами для спуска ситуация еще сложнее. Их появление часто носит «случайный» характер. Зимней горкой не может быть любая заснеженная или ледяная поверхность, приспособленная для скатывания, поскольку для организации подобной трассы необходимо учесть все инженерные особенности участка склона, где будет расположена горка, а также определить тип инвентаря, предназначенного для катания.

Перечисленные выше проблемы во многом связаны с отсутствием единых требований безопасности при организации и эксплуатации зимних горок. Данный факт порождает хаотичность и дает возможность отдельным участникам рынка, многие из которых не обладают необходимыми знаниями и опытом, «по-своему» решать вопросы безопасности. Так, прошедшей зимой в местах массового посещения горок периодически появлялись предприниматели, которые сдавали в аренду средства для спуска, предоставляя пользователям право самим решать: как и на чем им скатываться.

Отсутствие единых норм является сдерживающим фактором и в процессе подготовки персонала и качества предоставляемых услуг.

Требования безопасности должны быть однозначными и одинаково пониматься разработчиками, эксплуатирующими организациями, посетителями и надзорными органами. Именно поэтому сегодня так остро встал вопрос создания нормативной базы по безопасности зимних развлечений.

В настоящее время разработана первая редакция проекта национального стандарта «Безопасность устройств для развлечений. Горки зимние с выкатом. Требования безопасности при эксплуатации». Стандарт должен быть принят в середине 2016 года, но поскольку зима уже не за горами, расскажем коротко о том, на что надо обратить внимание при эксплуатации зимних горок.

Во-первых, при эксплуатации горок должны быть исключены потенциальные источники опасностей и минимизированы риски причинения вреда посетителям и зрителям. А источниками опасностей могут быть:

- падения;
- изменения устойчивости горки;
- изменения положения тела посетителей при движении по горке, вызванные, например, контактом со стенками горки, неровностями поверхности, отсутствием или нарушением однородности поверхности покрытия, профилем поверхности покрытия, резкими переходами поверхности с одного участка горки в другой, столкновением посетителей с другими участниками, зрителями или посторонними предметами;
- воздействия движущегося, перемещающегося или оставленного инвентаря для спуска;
- ошибки посетителей, зрителей и персонала или нарушения ими правил пользования горкой.

К источникам опасностей, которые могут привести к рискам при эксплуатации зимних горок, относятся также вода, связующие материалы, снег, ледяные блоки, погодные явления и др.

Для уменьшения влияния негативных факторов требуется выполнить многие требования, включая, правильное расположение горки, чистоту поверхности, необходимую форму и профиль горки, качество покрытия; сформировать и поддерживать в течение всего срока службы безопасность участка старта, выката, сохранность и эффективность ограничительной системы, освещения и инвентаря для спуска.



Не последнюю роль играет подготовка персонала и его умение своевременно осуществлять техническое обслуживание и ремонт всех элементов данной технической системы.

Использование предпринимателями и руководителями парков в своей деятельности мирового опыта и апробированных решений при эксплуатации зимних горок, которые заложены в проекте стандарта, позволят обеспечить минимально допустимый и реально достижимый на сегодняшний день уровень безопасности.

Владимир Дьяченко

*Эксперт по подтверждению соответствия аттракционов и развлекательного оборудования в системе ГОСТ Р
Руководитель разработки проекта национального стандарта по безопасности зимних горок*

От редакции.

В настоящее время проект стандарта проходит процедуру публичного обсуждения. Понимая актуальность проблемы, Учебный центр РАППА планирует провести семинар по безопасности зимних горок. В случае Вашей заинтересованности обращайтесь по тел.: (495) 234-52-33



Фото предоставлены автором



Производственное объединение
ГРОС

Более 25 наименований детских и семейных
аттракционов собственного производства

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ



Дипломант конкурса «100 лучших товаров России»

СЕМЕЙНЫЕ:

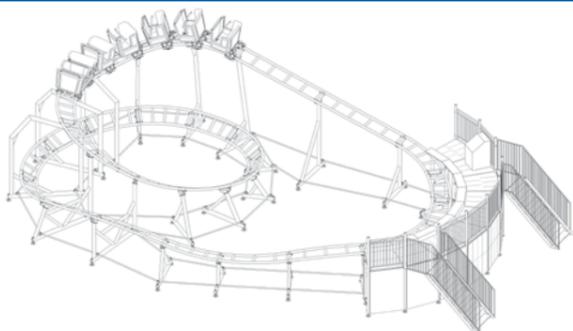
«Колесо Обозрения», «Автодром», «Ракушки», Американская горка «Гусеница», семейная горка «Ветерок», цепочные карусели, джет «Летающие слоны» и др.



ДЕТСКИЕ:

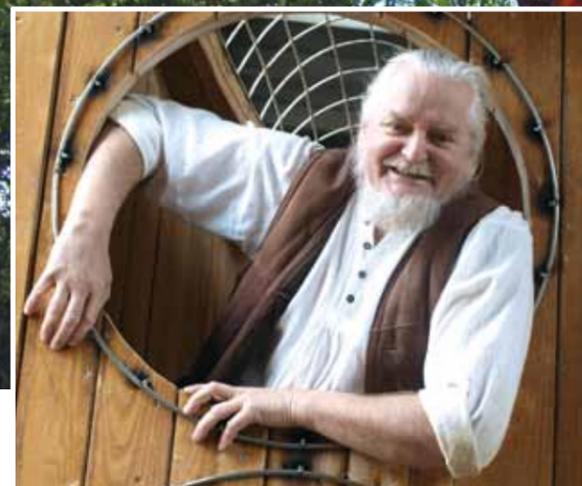
паровозики, мини-джеты, свадебные карусели, детские колеса обозрения, карусели сложного вращения.

Семейная
горка
«Ветерок»



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





С приветом с острова,
где дома растут на деревьях,

Юрген Бергманн,
компания „Künstlerische Holzgestaltung Bergmann GmbH“
(Германия)

В ПОИСКАХ ПРИКЛЮЧЕНИЙ

Общественные аспекты развития индустрии досуга в Европе

На развитие индустрии развлечений в Западной Европе сегодня оказывают влияние различные общественные явления, которые происходят не только в данном регионе, но и в мире. Сложная политическая обстановка, в большой степени нагнетаемая средствами массовой информации, угрозы международного терроризма, особенно после событий 11 сентября, привели к сокращению объема иностранного туризма. В связи с этим для парков и развлекательных заведений ключевое значение приобретает работа со своей целевой аудиторией, состоящей в своем большинстве из представителей так называемого среднего класса.

Посетитель с новыми мыслями

За последние годы в Европе не наблюдается роста численности населения, даже, наоборот, оно медленно, но уменьшается. При этом благосостояние людей растет, что во многом связано со снижением уровня инфляции. Об этом можно судить по росту приобретаемой недвижимости, автомобилей и других ресурсов на душу населения. Отсюда, в индустрии развлечений Европы наблюдается следующая картина: *посетителей стало меньше, но тратить они стали больше*. То есть, в целом сохраняется определенный баланс спроса и предложения.

Однако необходимо учитывать и другие, не связанные с экономикой, но приобретающие серьезное воздействие, аспекты.

С ростом материального благосостояния, параллельно увеличилась психологическая нагрузка на человека в профессиональной среде: значительно ускорился темп жизни, человек стал больше работать. Проще говоря, *человек стал больше уставать*, в связи с чем возросла его потребность в полноценном и интересном отдыхе.

В современной европейской семье наблюдается четкое распределение ролей. Все члены семьи самодостаточны и равноправны, но при этом и несколько разобщены. Поэтому, как обратная реакция, – *у семьи возросла потребность в совместном отдыхе*. Именно поэтому, вместо одного продолжительного ежегодного отпуска все большее количество людей предпочитают брать несколько краткосрочных отпусков для периодических вылазок на уикэнд или коротких турпоездов.

От общего к частному

В европейской индустрии развлечений сегодня ощущается потребность в развитии новых форм досуга с сильным эмоциональным наполнением. Постоянно растущая конкуренция и требовательность аудитории говорят о том, что на рынке сегодня смогут выжить те компании, которые используют в своей деятельности инновационные подходы в организации досуга. Поэтому многие операторы развлекательного бизнеса находятся в поиске исключительного развлекательного формата, который способен обеспечить ярко выраженное эмоциональное восприятие посетителями того места, куда они пришли отдыхать. Современные аттракционы должны уже не просто предлагать развлечения, они должны инсценировать жизненные ситуации.

В настоящее время у людей явно ощущается потребность в приключении, способном обеспечить мощный эмоциональный выброс, дать энергетический подъем.

Там, где ранее искусственно создавалась тематическая атмосфера, сегодня требуется создание реального мира с аутентичными составляющими и настоящими материальными частицами этого мира. Человек здесь становится активным участником событий и может влиять на ход их развития.

Подобного эффекта можно достичь за счет уникального развлекательного формата и создания особой атмосферы. Например, в последнее время большой популярностью в Европе стала пользоваться такая услуга, как «ночевка в парке». Речь идет не об отеле поблизости, где могут остановиться родители с детьми, а об ориги-



нальному самобытному аттракциону. Как, например, это устроено в парке «Kulturinsel» (Германия), где посетители могут остановиться на несколько дней в сказочных

домиках, расположенных прямо на деревьях. Это позволяет не только подарить своим гостям незабываемые эмоции, но и увеличить время пребывания посетителей в парке.

Помимо разработки чего-то нового, сегодня также наблюдается, как уже сформи-

ровавшиеся *развлекательные форматы начинают расширять свои рамки*: музеи создают интерактивные выставки, зоопарки совмещают функции парка развлечений, бассейны превращаются в аквапарки, в парках отдыха организуются выступления артистов и разнообразные развлекательные программы.

В европейской индустрии развлечений ощущается потребность в развитии новых форм досуга с сильным эмоциональным наполнением.





Предприятия торговли также используют элементы развлекательной отрасли, чтобы дифференцировать себя от конкурентов. То, что раньше было просто игровым уголком в универсаме, сегодня развилось в целые торгово-развлекательные центры, появились тематические кафе и рестораны.

Крупные сетевые бренды используют ресурсы сектора развлечений, как возможность популяризации имиджа компании. Как, например, это делает компания по производству игрушек Lego, или производитель автомобилей Volkswagen. Одна строит целые детские парки, другая участвует в создании аттракционов с автомобильной тематикой.

Одним словом, чтобы выделиться на общем фоне, предприятиям индустрии развлечений сегодня необходимо **проявлять индивидуальность**. Нельзя копировать уже кем-то придуманный формат – сегодня это уже не работает. Растущая конкуренция диктует предлагать посетителю что-то новое.

На Восток

Какие рекомендации, глядя на преобразования, происходящие в Западной Европе, можно дать российскому рынку индустрии развлечений?

Важно понимать, что описанные изменения в социально-экономической сфере Европы не являются временным явлением, и не характерны только для данного региона. Везде, где есть покупательский спрос, индустрия развлечений будет развиваться. В Восточной Европе, куда можно отнести и Россию, публика не избалована новыми форматами развлечений, при этом есть компании и предприниматели, которые готовы инвестировать в проекты парков и создание новых возможностей для проведения досуга.

Интересный формат способен привлечь не только ожидаемую аудиторию, но и потребителей из смежных отраслей – это, кстати, тоже одна из актуальных европейских тенденций: **«Предложить услугу, интересную всем»**.

Однако если вы думаете, что вам удалось произвести на людей неизгладимое впечатление, вы приобрели клиентов навсегда, то вы крупно ошибаетесь. Интересы целевой аудитории, как и сама индустрия развлечений, периодически меняются: меняются потребности,



социально-экономические условия и другие ситуации, о которых мы уже упоминали выше. По-настоящему успешные менеджеры парков всегда должны ставить себя на место клиентов, и не планировать ничего, что бы не понравилось им самим.

Даже такие гиганты, как Европа-парк, Alton Towers, Фэнтезиленд или Port Aventura, куда, главным образом, посетители приезжают покататься на американских горках, стараются использовать в своей работе индивидуальный подход к клиенту, несмотря на то, что они имеют огромную посещаемость.

Индустрия развлечений – это достаточно сложная деятельность, в которой есть свои правила и законы. За кулисами успешных предприятий кипит активная работа, которая включает в себя постоянный анализ рынка, общение с целевой аудиторией, маркетинг, развитие сопутствующих услуг и т.д. Для стабильной работы нужно с каждого заработанного рубля планировать инвестиции в дальнейшее развитие, найти свой уникальный формат и придерживаться индивидуального подхода к клиенту. С такими принципами ваше предприятие сможет пережить любую бурю.



UCS
ORIGINAL SOFTWARE
основана в 1992 г.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ИГРОВЫХ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

Замена игровых жетонов на пластиковые карты

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

Контроль доступа на аттракционы, повременная тарификация, абонементы

Гибкая система лояльности

Анализ загруженности автоматов

Автоматизация магазина призов

Уникальная технология идентификации детей и родителей по фото при посещении детской комнаты или любой другой зоны

Комплексная автоматизация семейных развлекательных центров

www.game-keeper.com

Взрослое решение
для детских развлекательных центров!


GAME-KEEPER

Система автоматизации
игровых развлекательных
центров

Компания UCS. Комплексные решения для автоматизации предприятий рынка HoReCa
105082, Москва, ул. Большая Почтовая, д. 18, стр. 6 • (495) 921-41-98 • gk@ucs.ru • www.ucs.ru

Развлекательные автоматы



ш 900
в 1900
д 1700

Baby Motor

Симулятор езды на мотоцикле для самых маленьких. Участвуй в гонке, собирай по пути золотые монеты, по результатам заезда призовые билетки. 3 трассы на выбор.



ш 1240
в 1850
д 1330

Crazy Shot

Редемпшн стрелялка для 2х игроков. Задача - обезвредить, как можно больше бандитов в поселке золотоискателей или в пустыне. Два сюжета на выбор. По результатам призовые билетки.



ш 1130
в 1910
д 2250

Super Driving

Симулятор езды на автомобиле для самых маленьких. Участвуй в гонке, собирай по пути золотые монеты, по результатам заезда призовые билетки. Три трассы на выбор.



ш 1440
в 2400
д 1620

Funny Ball 55"

Выберите одну из пяти игр: Звездное небо, пингвины, фрукты, вампиры или разбойники. Бросайте мячи в персонажей на экране и чем больше наберете очков, тем больше получите призовых билетиков. Экран 55".



ш 1480
в 2300
д 2500

Fire Truck

Автомат с водными пушками, для двух игроков в форме пожарной машины. Четыре игры на выбор: тушим пожар, поливаем грядки, спасаем семерых козлят от волков, отгоняем мух от коров. Герметичный корпус является прекрасной защитой от попадания влаги во внутрь.



ш 1500
в 1500
д 1200

Magic Ball

Два игрока. Цель игры – как можно быстрее нажать на кнопку с цветом, соответствующим цвету лунки мяча, и направить его в корзину соперника. Проигравший тоже получает билеты, но в меньшем количестве.



ш 1470
в 2200
д 1600

Turbo Hockey

Большой аэрохоккей с новым мультяшным дизайном. Яркая иллюминация, отличное звуковое сопровождение, выдача призовых билетиков. Подсветка игрового поля изнутри. В комплекте 10 шайб и 4 биты.



ш 1350
в 2120
д 2450

The Age of Steam

Автомат в форме паровоза. Бросайте шары в топку паровоза до тех пор, пока он не поедет в Вашу сторону. Во время движения, в паровозе откроется второй отсек сверху, забрасывая мячи в него, Вы получите больше очков. По результатам призовые билетки.



ш 1910
в 820
д 1220

Revenge of hammerhead

Новинка в редемпшн индустрии. Автомат с настоящим корабельным штурвалом. По тонкому мостику выкатываются шарики, задача поворотом штурвала попасть в один из спасательных кругов, а не в пасти акулы. Чем ближе спасательный круг к штурвалу, тем больше призовых очков за попадание. По результатам призовые билетки.



ш 2140
в 1230
д 1950

Shot Party

Выберите одну из четырех игр. Стреляйте из пушки пластиковыми шарами по забавным персонажам на экране. Чем больше точных попаданий, тем больше призовых билетов по окончании игры. Экран 42".



ш 1480
в 2500
д 2300

Fighter

Водный автомат для двух игроков в новом морском дизайне. Пять игр с водными пушками на выбор. Чем больше Вы наберете очков, тем больше получите призовых билетиков. Автомат имеет герметичный пластиковый корпус, что является прекрасной защитой от попадания влаги вовнутрь.



ш 810
в 1600
д 2300

King of the big wheel

Современная версия популярного редемпшн автомата. При помощи рычага управления раскрутите барабан, как можно сильнее. После его остановки, Вы увидите количество выигранных билетиков. Максимальный выигрыш 1000 билетов

Игровые площадки



Комплектующие и расходные материалы



Кнопки

В ассортименте. Любые габаритные размеры.



Жетоноприемники

С лицевой панелью. Фронтальная загрузка. Диаметр монет: 18 -30 мм Толщина монет: 1,2 мм - 3 мм Напряжение: DC12V +20% Рабочая температура: -15°-+50° С.



Замки

В ассортименте. Габаритные размеры 18мм, 23мм, 27мм.



Детали редемпшн автоматов

В ассортименте.



Тикет диспенсеры

Устройство для выдачи призовых билетов с внутренним креплением. Высококачественный пластик гальванически обработанная фасадная панель Напряжение: DC +12 V ± 10% Рабочая температура: -10°~ +50 ° С.



Счетчики билетов

(Тикет Итер) Устройство для автоматического подсчета и последующего уничтожения призовых билетов. Требует присутствия оператора.



Магнитные карты

Для системы Game Keeper. Специальная цена при заказе от 10 000 шт. Со склада в Белгороде. Нумерация с мбсоразованием. В стоимость включена кодировка Game Keeper. Срок изготовления 2-4 недель.



Призовые билеты

Дизайн на выбор. Мелованная матовая бумага 180 гр/м². Возможно нанесение логотипа заказчика . В наличии со склада в Белгороде.

Четыре измерения эффективности развлекательного центра



Александр Бениаминов
Компания EntenS Group, г. Москва

ИЗМЕРЕНИЕ ТРЕТЬЕ: ПРОЦЕССЫ

(продолжение, начало в журнале №16)



Алексей Просандеев
Компания EntenS Group, г. Москва

С момента публикации предыдущей статьи данного цикла мы наблюдаем на рынке услуг развлекательных центров интересные изменения. Их суть заключается в переносе внимания руководителей с вопросов управления персоналом на вопросы маркетинга. Точнее, на проблему – как привлечь гостей?

Когда с подобным вопросом обращаются к нам, мы чаще всего задаем встречный вопрос: «А ваш развлекательный центр готов к их приему?». Это ставит многих управляющих в тупик. Вроде все просто, ну конечно, готов – аппараты и аттракционы расставлены, практически все работают, в призоотеке что-то есть, персонал улыбается... Что еще нужно? Тут мы чуть скорректируем свой вопрос: «А все, что у вас сейчас есть в центре, дает 99% гарантию, что гость уйдет от вас довольный и придет к вам снова?» Ответить на этот вопрос уже намного сложнее. А без положительного ответа на этот вопрос любые вложения в маркетинг будут неэффективны!

Во-первых, привлечение одного нового посетителя в ваш развлекательный центр обходится вам минимум в 5 (пять!) раз дороже, чем повторные визиты ваших гостей. Во-вторых, по статистике, разовый визит без последующих дополнительных посещений окупает только 2/3 ваших вложений в привлечение гостей. Значит, зарабатывать мы начинаем только при повторном визите, при других вариантах маркетинговые затраты на привлечение гостей себя не окупают.

И тут мы позволим себе еще раз озвучить основную мысль первой части статьи – управление процессами позволяет получать более предсказуемый результат, и достигается это наиболее оптимальным способом (то есть затраты тоже оптимальны). Поэтому именно качественное управление процессами позволит во многом защитить ваш бизнес от изменений внешней среды.

В предыдущей статье мы подробно разобрали технологию разработки бизнес-процессов. В этой статье мы поговорим об их внедрении и текущем управлении.

Внедрение бизнес-процессов, или почему люди сопротивляются изменениям?

Итак, вы, используя наши рекомендации, разработали (или взяли у кого-то в готовом виде, что, естественно, менее эффективно) новый стандарт оказания услуги. Вам он кажется простым и понятным, потому что вы потратили на его проработку много усилий и многократно ответили себе на большое количество вопросов, возникавших по ходу работы над стандартом. С довольным видом вы знакомите персонал с этим документом. Ваши сотрудники, бегло пробежав описание процесса, говорят вам: «Так мы практически это и делаем!». Не будем описывать дальнейший диалог, он у всех может протекать по разному, но суть его одна – ваш персонал будет всеми возможными способами «уговаривать» вас, что ничего не нужно менять, все и так нормально, и по ходу ненавязчиво давать рекомендации, куда, по их

мнению, на самом деле нужно приложить усилия, чтобы получить ожидаемый результат. Естественно, их рекомендации не будут требовать изменений от них самих. Почему так происходит?

Существуют сотни причин, почему люди не стремятся к изменениям. Вот несколько основных примеров того, о чем думает наш персонал, когда мы говорим ему об изменениях:

1. Перемены требуют значительных затрат моих сил.
2. Мне нравится привычный образ действий.
3. Не вижу предпосылок для изменений.
4. Не понимаю, почему нужно делать именно это и именно сейчас.
5. На самом деле ничего не изменится.
6. Мы не знаем, что, как и зачем изменять.
7. Кто-то просто хочет показать свою работу за счет этих изменений.
8. Я не вижу для себя существенных и быстрых выгод от данных перемен.
9. Все делается просто ради того, чтобы заставить нас больше работать.
10. Это мы уже проходили...
11. А когда я буду успевать выполнять свои

остальные обязанности?

12. Наши гости все равно этого не оценят, им это не нужно. и т.д. и т.п.

Управление процессами позволяет получать более предсказуемый результат для заданного уровня сервиса.

Сложился привычный управленческий стереотип, что преодолеть подобные настроения достаточно легко, нужно просто в жесткой форме приказать исполнять новые стандарты или регламенты, а потом – «кто не спрятался, я не виноват!». Как показывает практика, если такой подход и приводит к желаемому результату, то сил, нервов и времени он отнимает у руководителя весьма и весьма много!

Так как наша работа связана с постоянным внесением изменений в деятельность наших клиентов, мы выработали технологию наиболее эффективного внедрения новых бизнес-процессов, которой и хотим с вами поделиться.

Стенд E5/4 на выставке РАППА ЭКСПО-2015

The Carousel Company

BERTAZZON

The Carousel Company

BERTAZZON 3B SRL, VIA TREVIGIANA, 178 - 31020 SERNAGLIA, ITALY
TEL: +39.0438.966291 FAX: +39.0438.966165
E-MAIL: BERTAZZON@BERTAZZON.COM

Технология внедрения новых бизнес-процессов

Этап	Цель	Действия
1. Кастомизация процесса	Включить персонал в процесс внедрения в качестве соразработчиков процесса	Индивидуальное и групповое привлечение сотрудников к процессу доработки уже прописанных руководителем процессов
2. «Пилотный проект»	Получение примера успешности внедрения процесса с привлечением к его исполнению наиболее лояльного персонала	Формирование группы сторонников Апробация (при необходимости - корректировка) процесса, без оглашения результативности Демонстрационная работа по процессу с обязательным представлением полученного положительного результата всему коллективу
3. «Чемпионат по качеству»	Включить весь персонал в работу по освоению нового бизнес-процесса	Освоение процесса происходит в формате соревнования, но выявляется не единственный победитель! По итогам соревнований выигрывают все сотрудники, достигшие заданного уровня качества исполнения
4. «Делаешь сам - научи другого»	Поддержание достигнутого уровня владения бизнес-процессом и быстрое освоение его новыми сотрудниками	К каждому новому сотруднику или сотруднику, не владеющему данным процессом, прикрепляется наставник из числа персонала, освоившего данный процесс. Задача наставника - обучить «новичка» требуемому бизнес-процессу

Теперь более подробно о каждом из этапов.

На первом этапе («Кастомизация процесса») основная задача – перевести персонал из позиции «жертвы» изменений в позицию соавтора данного процесса. Такое переключение позволяет наиболее эффективно устранить большую часть сопротивления внедрению новых процессов. Прежде всего, это происходит потому, что включаясь в доработку процесса, ваш сотрудник самостоятельно устраняет многие из имеющихся у него внутренних опасений. Кроме того, в дальнейшем, видя и понимая, что новый процесс содержит и элементы его мыслей и предложений, к его реализации он будет подходить более лояльно (спорить с собой, как известно, намного труднее, чем с кем-то другим). Важным правилом является жесткое ограничение времени, которое вы

даете персоналу на кастомизацию разработанного вами процесса. Исходя из нашего опыта, на это следует отводить не более 3-4 дней. Если в течение этого времени от персонала не поступило предложений по совершенствованию процесса, то он принимается в предложенном вами варианте. В дальнейшем, при возникновении «сложностей» с исполнением процесса, необходимо подчеркивать, что у сотрудников была возможность снять эти вопросы на этапе доработки процесса!

После совместной с персоналом доработки процесса мы переходим ко второму этапу – этапу его пилотного внедрения и периоду работы в тестовом режиме. То есть процесс начинает исполняться ограниченной группой персонала (например, операторами одной смены) или ограниченное количество времени (например,

ДЕТСКИЕ ИГРОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ

- Детские игровые лабиринты для ТР Центров
- Оборудование для детских развлекательных комплексов
- Индивидуальный дизайн-проект
- Детские уличные площадки Lappset (Финляндия)
- Веломобили и батуты Berg (Голландия)
- Доставка и монтаж оборудования





+7 (495) 787 58 10
+8 (800) 100 58 13

www.newhorizons.ru
e-mail: ng@newhorizons.ru

Мы являемся
мировыми
лидерами в сфере
проектирования,
производства и
монтажа аквапарков и
водных аттракционов



Santorini Water Fantasy, Ча-ам, Таиланд



Polin[®]
Аквапарки и Водная техника

www.polin.com.tr

f t in i g+ p /polinwaterparks

2 недели). Такое ограничение позволяет относиться к внедряемому процессу более лояльно. Основные задачи управляющего на данном этапе – во-первых, добиваться максимально полного исполнения разработанного процесса, во-вторых, фиксировать любые положительные моменты, связанные с работой по новому алгоритму.

Задачей второго уровня будет выявление точек неэффективности процесса и внесение в него необходимых корректив. Для решения первой основной задачи необходимо использовать инструменты обучения персонала (мини-тренинги). Для решения второй задачи – методы позитивного подкрепления, а именно: мы положительно отмечаем все удачные моменты, связанные с исполнением нового процесса, и осуществляем позитивную поддержку в случае возникновения неудач.

На третьем этапе («Чемпионат по качеству») мы переводим деятельность всего развлекательного центра на работу по новому бизнес-процессу. Самое главное – на данном этапе не должно быть никаких исключений! Работа по новому процессу осуществляется всеми и всегда. Появление исключений – главный враг процессного управления, потому что единичные исключения очень быстро превращаются в сплошное исключение нового процесса из работы персонала. Для повышения мотивации наиболее целесообразно организовывать данный этап в соревновательной форме. Правила соревнования

и определения победителя должны предусматривать, что от участия в них не может «увернуться» ни один из сотрудников, участвующих в исполнении процесса. А в общем итоге победить необходимо каждому. Победой считается выполнение процесса (стандарта) на заданном вами уровне. Форма и величина награды должна быть такой, чтобы не провоцировать сотрудников на обман. Например, если наградой будет один дополнительный выходной день или премия, то сотрудник будет больше думать о том, как скорее получить вожденный «приз», а не о том, как качественно исполнить стандарт оказания услуги.

На последнем, четвертом, этапе («Делает сам - научи другого») нам важно избежать деградации бизнес-процесса вследствие его «рутинизации». Здесь, конечно, можно регулярно «бодрить» персонал с помощью внезапных проверок, но это скорее приведет к еще большему снижению качества работы («меня проверили, теперь можно расслабиться!»). Более эффективно здесь использовать наставничество как способ заставить вашего сотрудника вновь вспомнить о требуемом процессе. Причем вспомнить не поверхностно, а так, чтобы можно было обучить этому процессу другого человека. Да и после того, как ты обучил своего коллегу правильному выполнению процесса, выполнять его неправильно самому – значит потерять авторитет наставника в глазах своего бывшего ученика!

Степень детализации описания услуги зависит от квалификации персонала.

Замеры эффективности бизнес-процессов

Следующее непреложное правило эффективного процессного управления в развлекательном центре гласит: «Для обеспечения работы бизнес-процесса необходимы контроль, контроль и еще раз контроль!».

В предыдущей статье мы обозначили три основных вида процессного контроля:

I. Контроль содержания (правильности исполнения) бизнес-процессов.

II. Контроль ресурсов.

III. Контроль результативности.

Для всех трех видов контроля основным инструментом будет являться чек-лист. Для составления того или иного чек-листа вам потребуется полное описание контролируемого процесса. Ниже мы приводим примеры чек-листов для каждого из видов процессного контроля:

КОМПЛЕКСНОЕ ОБУСТРОЙСТВО ИГРОВЫХ ЗОН

- ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ
- ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА
- ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

ТЕЛ.: +7(495) 363-18-79
WWW.PLAYMAKE.RU
SALE@PLAYMAKE.RU

PLAYMAKE
ИДЕАЛЬНЫЙ БИЗНЕС

HAPPY CITY

3rd Amusement, Attraction, Park Industry Exhibition

www.atraxexpo.com



4-6

December 2014

Istanbul Expo Center - Istanbul/TURKEY

Theme of the exhibition:

Future of Attraction Industry is glittering



SPORTFACILITY

Sports and activity areas which make up an important segment of the attraction industry, are now two major product categories under ATRAX.



This exhibition is organized with permission of the Turkish Union of Chambers and Commodity Exchanges according to law no 5174



İncirli Cad. No:112 / 6 Bakırköy / İSTANBUL
Tel: +90 (212) 570 63 05 (pbx)
Faks: +90 (212) 570 63 06
tureks@tureksfuarcilik.com.tr

Profitable Meeting

I. Чек-лист контроля содержания бизнес-процесса «Приобретение Игровой Карты»

Предоставление услуги «Приобретение игровой карты (ИК)»		Замечания по качеству исполнения
Выполнение процесса		
1. Приветствие гостя	<input type="radio"/>	
2. Уточнение необходимости помощи	<input type="radio"/>	
3. Уточнение наличия ИК у гостя	<input type="radio"/>	
4. Информирование об услугах РЦ и правилах приобретения ИК	<input type="radio"/>	
5. Предложение по заполнению анкеты	<input type="radio"/>	
6. Разъяснение необходимости анкеты (в случае вопросов гостя)	<input type="radio"/>	
7. Уточнение суммы, вносимой на карту	<input type="radio"/>	
8. Информация о дополнительных возможностях (акциях, бонусах и т.д.)	<input type="radio"/>	
9. Информация об общей сумме с учетом стоимости ИК	<input type="radio"/>	
10. Прием денежных средств и проведение кассовых операций	<input type="radio"/>	
11. Внесение ID ИК в анкету	<input type="radio"/>	
12. Передача ИК и кассового чека гостю	<input type="radio"/>	
13. Краткое информирование о правилах пользования ИК	<input type="radio"/>	
14. Благодарность гостю	<input type="radio"/>	

Контроль содержания осуществляется методом сплошного или выборочного наблюдения. В бланк заносится информация о том, какие шаги процесса были выполнены и, если это важно для конкретного бизнес-процесса, в правильной или неправильной последовательности выполнялись данные шаги.

II. Пример чек-листа по контролю готовности к оказанию услуги (контроль ресурсов) на примере аттракциона «Лабиринт»

EntenS Group

«15» 05. 2014г. День недели сб **ЧЕК-ЛИСТ ИНСТРУКТОРА ЛАБИРИНТА**
Инструктор: Михайлова

№	Наименование	09.45	22.00	Комментарии и/или предложения
1	Термоленга в роллпринтере + 1 запасной рулон	✓	✓	
2	Картридлер работает	✓	✓	
3	Турикет функционирует	✓	✓	
4	Журнал по технике безопасности, 3 ручки, папка "Лабиринт", дырокол в наличие	✓	✓	
5	Рация заряжена и работоспособна	✓	✓	
6	Корзинки для обуви чистые	✓	✓	Не корзины с фигурками
7	Ячейки для одежды чистые	✓	✓	
8	Ложка для обуви в наличие	✓	✓	
9	Оборудование (игровые модули) без повреждений	✓	✓	
10	Шарики из сухого бассейна НЕ валяются по лабиринту	✓	✓	
11	Равномерная наполненность сухого бассейна шариками, не ниже 30 см	✓	✓	
12	Лабиринт без видимых загрязнений	✓	✓	
13	Прейскурант и инструкция по технике безопасности для гостей без повреждений	✓	✓	
14	Вода питьевая в кулере, в наличие не менее 0,5 бутылки	✓	✓	абсолют 0,5
15	Одноразовые стаканчики, в наличие не менее 100 шт.	✓	✓	
16	Целостность защитных сеток	✓	✓	

Выборочный контроль администратором	Время проверки	Результат проверки
1 н 5	09.50	OK
2 н 15		OK
1 н 10	22.05	Не все шары уфали, только корзинки с фигурками
2 н 6		

Администратор: Григорьев, Вадимский

После вечерней проверки чек-листа администратором инструктор подшивает данный лист в папку "Лабиринт"



www.themebuilders.ru

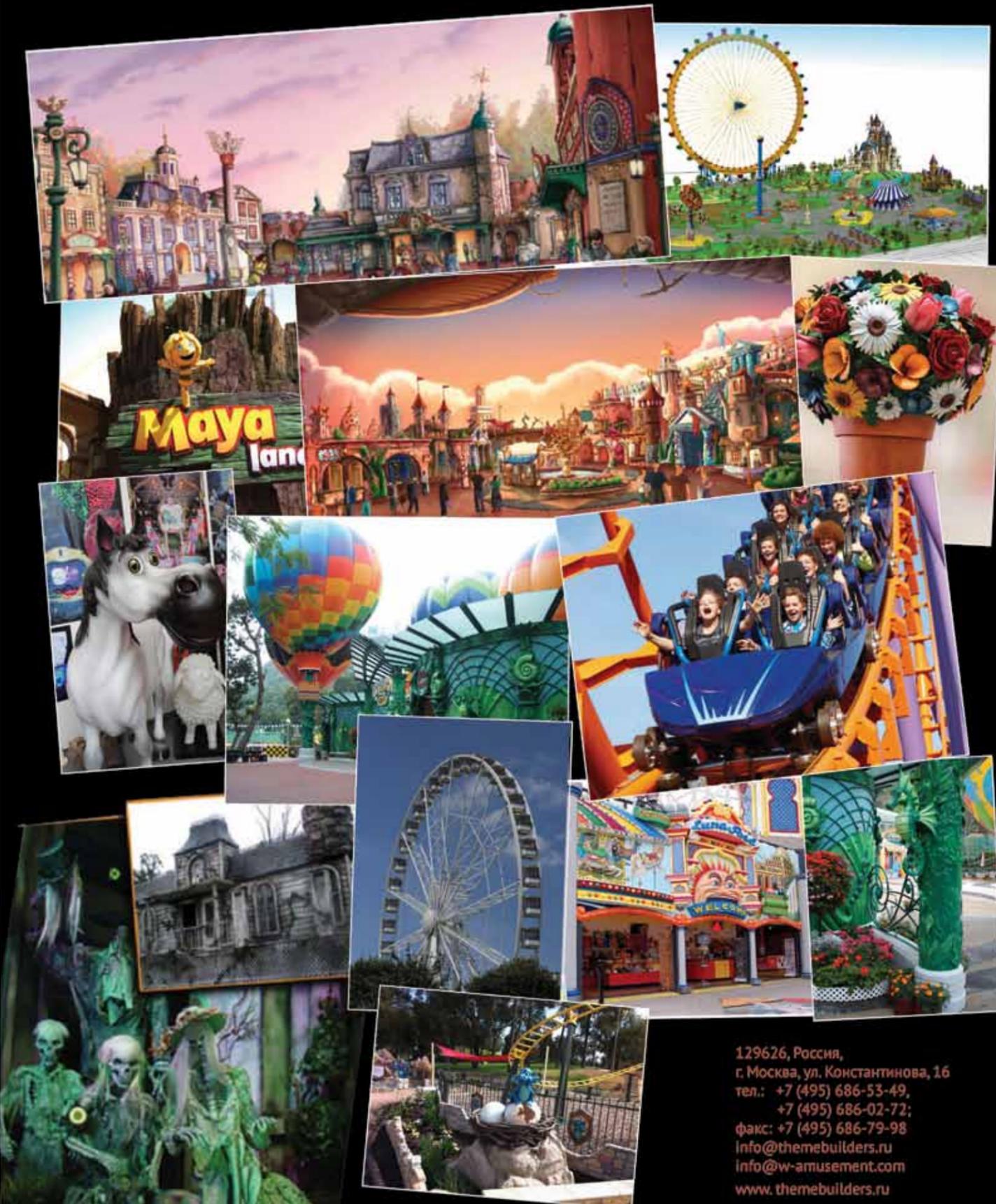
ВНУТРЕННИЙ И ВНЕШНИЙ ДИЗАЙН

От проекта до воплощения...

Проектирование и тематизация парков отдыха и развлечений.
Производство 3D декораций и тематических фигур.
Продажа и эксплуатация аттракционов больших и малых форм.



www.w-amusement.com



129626, Россия,
г. Москва, ул. Константинова, 16
тел.: +7 (495) 686-53-49,
+7 (495) 686-02-72;
факс: +7 (495) 686-79-98
Info@themebuilders.ru
Info@w-amusement.com
www.themebuilders.ru

Контроль ресурсов осуществляется до начала и после завершения бизнес-процесса. В ходе исполнения процесса контроль ресурсов неэффективен. В случае выявления нехватки ресурсов или их несоответствия

ющего стандарту качества администраторам игровых зон необходимо провести их срочную замену и произвести перерасчет количества выделяемых ресурсов на оказание той или иной услуги.

III. Выдержка из чек-листа контроля результативности бизнес-процессов в Пати-Руме

№	Контроль работы Пати Рума	Время проверки	☑ / -	Комментарии
1	Чистота и порядок снаружи помещения			
2	Освещение исправно			
3	Исправность и чистота видео- и аудио-оборудования, бытовой техники			
4	Чистота и порядок внутри помещения (влажная уборка поверхностей, раковины, мебели, реквизита)			
5	Чистота пола			
6	Чистая урна			
7	Наличие мебели согласно комплектации			
8	Запас необходимых ежедневных расходных материалов (бутылка с водой, одноразовые стаканы, жидкое мыло, бумажные полотенца, тряпка для влажной уборки)			
9	Оформление и сервировка соответствует бланку заказа			
10	Персонал в наличии согласно расписанию			
11	Реквизит заготовлен согласно сценарному плану мероприятия			
12	Услуга оказывается согласно стандартам и сценарному плану			

Проверил: _____

Подпись _____

Дата _____

При оценке результативности мы контролируем наличие или отсутствие требуемого результата бизнес-процесса, при этом в функцию данного вида контроля не входит оценка того, как данный результат был получен.

Все приведенные нами примеры относятся к формам ежедневного контроля процессов в развлекательном центре. Общим правилом для них является обязательное сохранение результатов на протяжении не менее 1 месяца. Кроме того, управляющему РЦ необходимо не менее 1-2 раз в неделю осуществлять выборочный контроль жур-

налов хранения чек-листов и проверять устранение зафиксированных в листах недочетов.

Завершая нашу статью, мы еще раз хотим подчеркнуть важный момент – процессное управление начинает приносить положительный эффект для вашего бизнеса только при условии использования на практике всех описанных нами элементов. Попытка выборочного или фрагментарного внедрения процессного управления, как правило, ведет к потере времени, денег и других ресурсов.

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

**СТАБИЛЬНЫЙ БИЗНЕС
 С НАДЕЖНЫМ ОБОРУДОВАНИЕМ**



Ежегодное мероприятие

Российской ассоциации парков и производителей аттракционов, проходящее в разных городах России

Летние встречи РАППА это:

- посещение парков и развлекательных центров
- общение с коллегами со всей России
- встреча с руководителями городов
- обучающие тренинги и деловые мероприятия
- знакомство с достопримечательностями и культурой регионов



Ждите нас в своем городе!

Тел./факс: +7(495) 234-52-04; e-mail: raapa@raapa.ru; www.raapa.ru

Россия, 129223, г. Москва, пр-т Мира, ВДНХ, стр. 537/3, оф. 37.



«Я люблю аркадные игры!» – такое sms-сообщение, полученное от меня, Пётр Пигалев показывает своим партнёрам при обсуждении аркадных призовых аттракционов.

Наш первый опыт в петербургском парке

Запуская весной этого года эксплуатацию аркадных призовых аттракционов, я временно сел в кассу продавать билеты, и, как оказалось, желающих поиграть в аркадные игры было больше, чем желающих кататься на других аттракционах парка.

100 рублей, 100 рублей, 200 рублей, 300 рублей, 100 рублей... – этот непрерывный поток окончательно убедил меня, что мы сделали правильный выбор, решив развивать производство и эксплуатацию комплексов аркадных призовых аттракционов в тесном сотрудничестве с компанией «Аркада+» Петра Пигалева, которая более 10-ти лет специализируется на эксплуатации данного оборудования.

Инвестиции в запуск первой площадки для эксплуатации не превысили 300 тысяч рублей. Большие механизированные аттракционы, расположенные по соседству, стоили намного дороже, но, как показала практика, приносили меньший доход.

Открывались мы в «походном» варианте. В парке нам выделили место, где располагались три небольших домика под торговые точки. Вместо них необходимо было построить комплекс для размещения аркадных игр, но времени на это не было совершенно – впереди майские праздники. За пару дней коллектив компании «БОЛИД» превратил эти домики в зону для размещения аркадных аттракционов. Поставить смогли только 5 игр: «Лопни шарик» (2 штуки), «Банки», «Бластер» и «Разбей тарелки».

Именно эти 5 призовых аттракционов сделали оборот в 1 миллион рублей за 1 месяц! Стоит отметить, что парк районный и не может претендовать на место отдыха городского масштаба. И, тем не менее, наши инвестиции окупились всего за 1 месяц!

Бесспорно, призовые аттракционы требуют большого внимания и профессионального подхода. Это оборудование нельзя просто купить и «бросить» в парке – с ним надо работать. В нашем случае опыт команды Петра Пигалева – профессиональных эксплуатантов и опыт наших специалистов, позволил за достаточно короткий срок создать линейку востребованных и высокодоходных аттракционов, не допустив при этом ошибок ни в разработке, ни в стадии их производства, ни в эксплуатации.

Бизнес «под ключ»,

Результатом совместной деятельности стало открытие двух площадок собственной эксплуатации в парках, а самое главное – создание технологии эффективного управления комплексами аркадных призовых аттракционов. В настоящее время мы ведём активную работу по строительству комплексов для закрытых центров и создаём структуру для сетевого управления.

Аркадные призовые аттракционы есть практически в любом парке, и мы всё чаще на их примерах теперь показываем, как не надо делать. Применяемая нами технология в корне отличается от 99% эксплуатируемых призовых аттракционов, что позволяет нам зарабатывать минимум в 2-4 раза больше в этом направлении бизнеса.

Опыт наших клиентов в Indoor

В весеннем номере журнала «Аттракционы и развлечения» мы писали о тенденциях развития аркадных призовых аттракционов в развлекательных центрах. В этот раз мы хотим поделиться результатами нашей работы!

В числе первых наших клиентов, заказавших комплексы аркадных призовых аттракционов «под ключ», стали развлекательные центры «FUN24» (г. Казань) и «Happyton» (г. Сургут). В них мы поставили комплексы размером 3х6 метров с тремя играми и 3х9 метров с пятью играми соответственно. Причём это центры абсолютно разного формата. «FUN24» – центр 10000 м2, работающий по принципу единого входного билета, где посетители (как правило, молодёжь) могут неограниченно пользоваться всеми развлечениями: боулингом, бильярдом, автодромом, роллердромом, игровыми аппаратами и т.д. «Happyton» – крытый парк аттракционов в торговом центре, с форматом которого, думаю, все знакомы.

Чтобы посмотреть на спрос нашего аркадного комплекса в центрах разных форматов я лично посетил их и участвовал во вводе в эксплуатацию оборудования, а также в обучении персонала.

Были большие сомнения, как в комплексе, где по сути всё бесплатно, будет работать платная услуга. Сомнения развеялись в первый же день! В какой-то момент я пригласил директора FUN24 посмотреть на то, что происходит, со словами – «началось!». К аркадному комплексу стояла очередь желающих поиграть! Такая же ситуация была и в центре «Happyton»!

Эмоции людей, желающих выиграть большие и красивые игрушки, были непередаваемы, как и радость победителей, которые с гордостью дефилировали по центру с желанным призом!

Экономическая сторона

Рассмотрим поставку «под ключ» комплекса аркадных аттракционов минимально рекомендуемого размера, установленного в ПЦ «FUN24», включающую в себя:

1. Металлокаркас и стойку-ресепшн с габаритными размерами 3х6 метров – 410 000 рублей;
2. Аркадные аттракционы в количестве 3 шт.: «Лопни шарик», «Банки», «Охотники» – 240 300 рублей с учётом предоставленной скидки;
3. Призовой фонд: 7 видов специализированной мягкой игрушки в количестве 590 шт. – 210 500 рублей;

окупаемый за 3 месяца!

4. Доставку, шеф-монтаж и консалтинговые услуги, включающие в себя: выезд специалиста, разработку правил игры, ценовой политики, системы учёта, оплаты и контроля, ввод в эксплуатацию – 92 000 рублей.

Итого: 952 800 рублей.

Призовой фонд должен постоянно пополняться. Таким образом, расходы на призы являются оборотными средствами, и мы не будем их учитывать при расчёте окупаемости. Без учёта стоимости игрушек затраты на комплекс аттракционов составили 742 300 рублей.

Выручка за первые 7 дней работы комплекса составила 307 100 рублей, операционные расходы – 180 240 рублей (включая затраты на выданную игрушку), а чистая прибыль – 126 860 рублей. Следующие дни были несколько скромнее, поэтому выручка за 29 дней составила 652 100 рублей. Конечно, становится очевидным, что аркадный комплекс в их центре окупится менее чем за три месяца!

К сожалению, нам не разрешили раскрывать цифры комплекса в Сургуте, но могу сказать, что 1-го сентября выручка там была почти в 2 раза больше выручки самого лучшего дня в FUN24.

Опираясь на опыт наших партнёров, а теперь уже и на собственную статистику, полученную в результате работы, мы с уверенностью можем сказать, что комплексы аркадных призовых игр, работающие по нашей технологии, окупаются не более чем за 3 месяца! Причём срок окупаемости как небольших комплексов – размером 3х6 метров, так и более крупных – размером 3х9 метров и более, варьирует от 1 до 3 месяцев, несмотря на различный объём инвестиций.

С одной стороны сейчас не лучшее время для инвестиций, но с другой – самое время для оценки их эффективности! На сегодняшний день на рынке развлекательного оборудования, пожалуй, нет предложений со сроком окупаемости, конкурентным аркадным аттракционам. Давайте предположим, что можно приобрести за 950 000 рублей для развлекательного центра? Пожалуй, можно купить пару китайских SUPER BIKES II, срок окупаемости которых более 2-х лет.

С каждым реализованным проектом, мы, как поставщики и эксплуатанты развлекательного оборудования, убеждаемся в эффективности данного направления бизнеса и с удовольствием рассмотрим предложения по аренде площадей под комплексы аркадных аттракционов для индивидуальной либо совместной эксплуатации. Тем, кто решит заказать у нас комплексы «под ключ» для самостоятельной эксплуатации, мы спроектируем их с учётом всех нюансов помещения и особенностей дизайна, поставим в кратчайший срок, произведём настройку правил каждой игры, подберём призовой фонд и, самое важное, окажем полноценную консультационную помощь до момента окупаемости!

Коротко о «трёх китах» эксплуатации

- 1) Оборудование – привлекательный дизайн, визуальный интерес игрока, и, самое главное, видимость лёгкой победы! Аттракционы должны иметь настройки процента выигрыша.
- 2) Призовой фонд – большая, красивая мягкая игрушка, которую хочется выиграть. Красиво оформленная витрина с большим количеством игрушек – залог интереса посетителей.
- 3) Правила игры – важнейшая составляющая этого бизнеса. Правила настраиваются, исходя из стоимости призов и процента выигрыша.

Совокупность наших знаний и технологий позволяет создавать комплексы работающих аркадных призовых аттракционов, поставлять всё необходимое для организации этого бизнеса и радовать полученной прибылью владельцев!

Удачи в бизнесе!

Николай Должанский

Генеральный директор компании «БОЛИД»



Ещё больше информации, статей, фотографий и описание оборудования Вы сможете найти на нашем сайте www.bolid-team.ru





Moscow Flower Show 2014

С 6 по 13 июля 2014 года в Москве в Парке культуры и отдыха им. Горького прошел III Московский Международный Фестиваль Садов и Цветов «Moscow Flower Show-2014».

Фестиваль собрал профессионалов ландшафтной индустрии, дизайнеров и флористов из России, Великобритании, Франции, Италии, Германии, Эквадора, Украины, Польши и Венгрии. Звезды ландшафтного дизайна продемонстрировали образцы своего искусства, создав на территории Парка Горького великолепные авторские сады.

Президент «Moscow Flower Show» Карина Лазарева отметила, что «2014 год знаковый для Фестиваля – это определенный рубеж – нам три года, и в год, объявленный Президентом России Годом культуры, мы хотим обратить особое внимание на то, что сады и парки несут дух своей эпохи и передают его из поколения в поколение, являясь культурным и духовным наследием своей страны».

В течение всех восьми дней фестиваля проходили многочисленные профессиональные, образовательные и благотворительные мероприятия. Главным событием стал международный Конкурс ландшафтного дизайна

и садово-паркового искусства, в котором было представлено 30 работ, созданных лучшими российскими и европейскими ландшафтными архитекторами. Посетители Парка Горького в течение нескольких дней могли оценить представленные проекты, пока авторитетное жюри определяло победителей в номинациях: «Сады Наследия», «Сады России», «Сад в



городе», «Детский сад», «Городская вертикаль», «Шоу-сад», «Ленд-арт», «Искусство в саду».

Чрезвычайный и Полномочный Посол Великобритании в Российской Федерации Тим Берроу, посетив Moscow Flower Show с семьей, особое внимание уделил работе «Воспоминания Сада Эдвардианской Эпохи» британского дизайнера Каспиана Робертсона, возвращающей нас к воспоминаниям и размышлениям о периоде Первой мировой войны, 100-летие со дня начала которой отмечается в этом году.

Впервые в рамках фестиваля прошел Международный парковый форум «Зелёные стратегии». Профессионалы ландшафтной индустрии из девяти стран встретились, чтобы обсудить проблемы зеленых городов и поделиться своим опытом работы. В заседаниях трех сессий: «Парки, как культурное наследие», «Арбористика. Эстетика, безопасность и качество зеленой среды» и «Процветающие города» приняли участие 230 человек. В числе спикеров были специалисты Российской ассоциации парков и производителей аттракционов (РАППА), которые рассказали о роли развлечений и игровых пространств в парках отдыха. Ассоциация РАППА третий год выступает официальным партнером Moscow Flower Show.

В этом году на Фестивале был представлен новый социально-культурный проект «Сады России», целью которого является знакомство людей с историей, куль-

турой, биоразнообразием и красотой разных регионов страны. Первым таким регионом стала Воронежская область, презентация которой вызвала огромный интерес посетителей. Особенно запомнился вечер, посвященный традициям русского чаепития в саду.

Разнообразной была и культурная программа Moscow Flower Show. Гости могли насладиться восхитительной концертной программой «Мелодии Итальянского Сада», «Музыка Цветов Франции» и другими. Восхищение вызвало выступление молодого аргентинского художника Малколма Рокса, которому не нужны кисти, чтобы писать картины, его инструменты – это краски, музыка и невероятная энергия, которую он воплощает в виде живописи инсталляции и перформанса.

В День Розы на фестивале состоялась презентация нового сорта розы «Олимпийская», названная в честь XXII Олимпийских зимних игр в Сочи. Живой интерес посетителей вызвали многочисленные мастер-классы, проходившие в рамках Фестиваля. В них с большим удовольствием приняли участие как взрослые, так и дети.

Moscow Flower Show все чаще называют русским Челси, что свидетельствует о высоком статусе фестиваля. Завоевав признание профессионалов и любовь широкой аудитории, он стал одним из значимых событий в садово-парковой индустрии нашей страны.

Андрей Осипов

ПОЗИТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИЛИ КАК СДЕЛАТЬ ПАРК ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ДЛЯ ГОСТЕЙ

Зачем нам влиять на наших гостей?

Основной продукт развлекательного бизнеса – это эмоции, которые получает наш гость в процессе посещения парка или развлекательного центра. От того, что это будут за эмоции, насколько они будут позитивными и яркими, зависит, придут к нам повторно или нет!

На наших посетителей влияет буквально все: атмосфера развлекательного комплекса, его оформление, работа персонала и т.д. Достижение того, чтобы все это давало эмоции со знаком «плюс», является повседневной заботой руководителей.

Кроме этого, немаловажно знание психологии потребителя, дающее нам возможность в своей работе использовать ряд приемов, которые усиливают позитивное влияние на гостей и стимулируют их к принятию решений, выгодных для нашего бизнеса. Однако если у вас в парке или развлекательном центре грязно, персонал равнодушный, аттракционы и игровое оборудование работают кое-как, то применение этих приемов скорее будет усиливать ваши минусы, чем позволит получить положительный эффект!

Что такое «позитивное влияние»?

Важно понимать, что позитивное влияние – это не принуждение! Мы не заставляем гостя против его желания совершать какие-либо действия, не манипулируем им. Позитивное влияние – это наш шаг навстречу гостю, который рождает у него ответные позитивные эмоции и стимулирует его на увеличение расходов на услуги развлекательного центра.

Основной принцип техники позитивного влияния заключается в том, что эмоции, вызываемые разными приемами, должны рождать внутри человека радость, дополнительное удовольствие от обладания чем-то ценным, гордость за себя, уверенность и другие положительные ощущения. Поэтому, планируя использовать ту или иную технику, всегда оценивайте ее с позиции гостя – «а как бы я сам среагировал, если бы столкнулся с подобным воздействием?» Если задуманное действие вызывает у вас ощущение обмана и того, что вас «разводят», то подумайте, что следует изменить в вашем предложении, чтобы это ощущение исчезло.

Техники позитивного влияния

«Правило взаимного обмена»

Согласно мнению социологов, одна из основных, наиболее широко распространенных норм человеческой культуры воплощается в правиле взаимного обмена. В

соответствии с этим правилом человек старается определенным образом «отплатить» за то, что ему предоставил другой человек. То есть, если нам что-либо дарят, мы чувствуем некоторое внутреннее обязательство сделать что-то приятное в ответ. Таким образом, совершая небольшой подарок или давая возможность гостю воспользоваться одной из ваших услуг бесплатно, вы повышаете вероятность того, что в ответ на это гость потратит большее количество средств, чем планировал изначально.

Важно понимать, что, как и любая техника позитивного влияния, данный подход не дает нам гарантии, что так будут вести себя 100% наших гостей. Многие, получив подарок, не потратят больше средств, чем планировали. Но оставшаяся часть посетителей, на которых данный прием оказал позитивное воздействие, с лихвой окупят вам все расходы и позволят больше заработать. По статистике, применение этой техники дает рост дневной выручки на 10-15% в сравнении с работой в такой же день без использования данного приема.

Примеры:

1. Бесплатное катание на аттракционе (в будние дни).
2. Раздача конфет, клоунских колпачков или «носков» на входе в парк или развлекательный центр.

«Обязательства и последовательность»

Психологи давно обнаружили, что большинство людей стремятся быть последовательными в своих словах, мыслях и делах. В основе этой склонности лежат три фактора.

Во-первых, последовательность в поведении высоко оценивается обществом. Во-вторых, последовательное поведение способствует решению самых разных задач повседневной жизни. В-третьих, ориентация на последовательность создает возможности для формирования ценных стереотипов в сложных условиях современного существования. Кроме того, чрезвычайно большое значение имеют начальные обязательства. Взяв на себя обязательства (то есть, заняв определенную позицию), люди склонны соглашаться с требованиями, которые соответствуют данному обязательству. Следовательно, получив от нашего гостя определенные обязательства, мы с большей долей вероятности можем ожидать, что они будут выполнены.

Пример: Регистрация на День именинника/праздники в парке. Для того, чтобы повысить вероятность, что посетители придут на данное мероприятие, мы просили их, если они собираются это сделать, написать на небольшом листке бумаги любые свои контактные данные



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

НАМ 10 ЛЕТ

ВАМ Скидка 10%

Акция действует с 01.09.2014 по 31.12.2014



Цены на сайте указаны без учёта скидки

(телефон, электронную почту) и забросить их в барабан. Усиливая данное воздействие, мы, применяя Правило взаимного обмена, всем кто это сделал, дарим небольшой сувенир. В результате наш праздник посетило более 3000 человек (при обычном среднем потоке посетителей на ранее организуемые праздники 1200 человек в день).

«Социальное доказательство»

Согласно принципу социального доказательства, люди, для того чтобы решить, чему верить и как действовать в определенной ситуации, ориентируются на то, что делают в аналогичной ситуации другие люди. Склонность к подражанию присуща как детям, так и взрослым. Эта черта проявляется при совершении самых разных действий: таких как принятие решения что-либо купить, пожертвование денег на благотворительные нужды и прочее, если так же поступают другие.

- Примеры:* 1. Стена или аллея «Именинников».
 2. Отзывы о мероприятиях, размещенные на территории парка или развлекательного центра так, чтобы с ними легко могли ознакомиться посетители.
 3. Вывеска «Самый популярный аттракцион». По опыту, такая вывеска увеличивает доходность практически любого аттракциона на 5-20%. Конечно, при условии, что аттракцион полностью исправен.

«Благорасположение»

Люди предпочитают соглашаться с теми, кто им знаком и симпатичен. Для детей это, как правило, герои любимых мультфильмов, именно поэтому их чаще всего используют для нанесения на детские товары. Для взрослых огромное значение имеет то, как выглядит персонал вашего центра. Частой ошибкой, которую мы наблюдаем, является использование отталкивающих персонажей в оформлении парка или центра. В одном из проектов, мы специально провели эксперимент и размещали на короткое время самые доходные аппараты рядом с очень реалистично выполненной фигурой скелета в доспехах. Так вот, доходность данных аппаратов снижалась на 40-50%, хотя место это было расположено на трафике движения гостей.

Пример: Приемы создания первого впечатления: персонал ресепшена, оформление входной группы, костюмы аниматоров.

«Авторитет»

Любимым авторитетом часто бывает удобно следовать «приказам» неких авторитетов, которые обычно имеют большой запас знаний, мудрости и силы. По этим причинам почтение по отношению к авторитетам может возникать неосознанно. Следование примерам авторитетов часто представляется людям, как наиболее рациональный способ принятия решения.

Это, наверное, один из самых используемых приемов. Очень часто, в ресторанах или гостиницах можно

увидеть множество фотографий известных и знаменитых людей, посетивших данное заведение.

Примеры: 1. Использование принципа «Самый-самый» («Самая добрая карусель!», «Самый большой/экстремальный/безопасный аттракцион» и т.д.)

2. Использование в оформлении центра известных супергероев (для детей до 10 лет). Тут необходимо быть осторожным с соблюдением авторских прав, но вы можете создать в своем парке и своих запоминающихся персонажей, что станет важным критерием при выборе ребенком места для очередного совместного выходного дня с родителями.

«Дефицит»

Согласно принципу дефицита, люди в большей степени ценят то, что менее доступно. Этот принцип часто применяется с целью извлечения выгоды в таких методиках позитивного влияния, как тактика ограничения количества или тактика установления крайнего срока, с помощью которых «профессионалы влияния» стараются убедить нас, что доступ к тому, что они предлагают, строго ограничен.

Для того, чтобы избежать манипуляции, важно помнить, что данная техника не должна быть обманом. Если у вас время или призы ограничены, то не должно быть «дополнительного времени» или «призов», которые появляются вдруг после того, как было роздано заявленное количество. Конечно, те, кто остался без подарков, огорчатся, но важно помнить, что тот, кто сделал все вовремя и приложил больше усилий к получению приза, в этой ситуации будет разочарован куда больше.

- Примеры:* 1. Введение «Счастливого часа» – времени, когда пользование всеми услугами происходит с большой скидкой.
 2. Обязательно добавляйте в любые акции: «Ограниченное предложение! Действует только __ дней!»
 3. Акция «Первым 100 посетителям – бонус!»

Возможно, наша краткая статья оставила у вас определенные вопросы о том, как наиболее эффективно использовать технологии позитивного влияния или другие малозатратные способы привлечения дополнительных гостей к вам в парк или развлекательный центр. Скажем прямо, мы свои 1000 и 1 способ решения этой задачи собирали по крупицам в течении более чем десяти лет работы в данном бизнесе, и готовы делиться с вами нашими наработками.

*Алексей Просандеев
 и Александр Бениаминов
 Компания EntenS Group
 www.entens.ru*

ИНТЕРАКТИВНЫЕ АТТРАКЦИОНЫ
НАДУВНЫЕ БАТУТЫ
РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ
НАДУВНЫЕ СПОРТИВНЫЕ КОМПЛЕКСЫ

ФАН ЛАЗЕР

ЛАЗЕРНЫЕ АТТРАКЦИОНЫ
ЛАЗЕРНЫЕ ЛАБИРИНТЫ
ЛАЗЕРНЫЕ ТИРЫ
LASER TAG ОБОРУДОВАНИЕ
АРЕНА ЛАЗЕРНЫХ ИГР ПОД КЛЮЧ

Прозрачный скалодром
Игровая площадка "Синее Море"
Сумо и Сумобол

Клуб «Фан Лазер» club.fun-laser.ru

(495) 509-69-23
(495) 723-13-32
www.fun-market.ru
market@fun-market.ru

(495) 969-51-63
(967) 116-20-68
www.fun-laser.ru
laser@fun-laser.ru

Проектируемые и открытые торгово-развлекательные центры в России и СНГ (за период 2014-2015 гг.)

№ п/п	Город	Наименование объекта/ место расположения	Площадь проекта	Ввод в эксплуатацию/ дата открытия	Развлекательная составляющая (представленные операторы)	Источник
2014 г.						
1	Москва	ТРЦ «Лужайка»	250 000 м ²	Август 2014	Развлекательный центр, фитнес-клуб, батутный центр, океанариум	www.mosregtoday.ru
2	Екатеринбург	ТРЦ «Краснолесье»	19 000 м ²	Август 2014	Фитнес-центр, кафе, детский центр	www.ural.aif.ru
3	Петрозаводск	ТРК «Лотос-Plaza»	62 500 м ²	28 августа 2014	Фитнес-клуб, ледовая арена, детская площадка, цифровой и 3D-кинотеатр	www.lotoplazaptz.ru
4	Казань	РЦ «FUN24»	10 000 м ²	29 августа 2014	Бильярд, роллердром, настольный теннис, автодром, тир, 5D-кинотеатр, игровые аппараты, комната игровых приставок, Seagway	www.fun24.ru
5	Алматы (Казахстан)	ТРЦ «MEGA Park»	106 227 м ²	1 сентября 2014	Кинотеатр, фуд-корт, развлекательный центр HAPPYLON	www.easttime.ru
6	Екатеринбург	ТРЦ «Глобус» (Екатерининский)	160 000 м ²	Сентябрь 2014	Аквапарк, океанариум, дельфинарий, «Фестиваль-театр», гостиничный комплекс, боулинг, бильярд, детский развлекательный центр, парк аттракционов, мультиплекс на 10 залов, зона фуд-корт и ресторанный дворик	www.all-malls.ru
7	Новый Уренгой	ТРЦ «Солнечный»	40 000 м ²	Сентябрь 2014	Многозальный кинотеатр, развлекательная зона, фуд-корт	www.all-malls.ru
8	Киров	ТЦ «ОК»		Сентябрь 2014	Фитнес-центр, детский развлекательный центр	www.newsler.ru
9	Котлас	ТРЦ «Столица»	30 000 м ²	Октябрь 2014	Развлекательная зона с ресторанным двориком и современный многозальный кинотеатр	www.retailer.ru
10	Мурманск	ТРЦ «Мурманск Молл»	80 000 м ²	Ноябрь 2014	Детский развлекательный центр, фуд-корт	www.all-malls.ru
11	Уфа	ТРЦ «Ultra City Mall»	47 700 м ²	Ноябрь 2014	Кинотеатр, фуд-корт	www.all-malls.ru
12	Сыктывкар	ТРЦ «ПАРМА»	22 200 м ²	Ноябрь 2014	Кинотеатр (6 залов), детский развлекательный центр, ресторан, фуд-корт	www.bp-group.ru
13	Москва	ТРЦ «Левый Берег»	300 000 м ²	1 ноября 2014	Мультиплекс, развлекательный центр	www.malls.ru

14	Ростов-на-Дону	ТРЦ «Всплеск»	132 580 м ²	30 ноября 2014	Аквапарк, лыжный склон, фуд-корт, развлекательная зона: боулинг, кинотеатр-мультиплекс, фитнес-центр, детский игровой центр	www.malls.ru
15	Старый Оскол	ТРЦ «Столица»	32 000 м ²	III квартал 2014	Развлекательная зона, кафе	www.malls.ru
16	Ижевск	ТРЦ «Италмас»	54 000 м ²	III квартал 2014	Ресторан, фуд-корт, игровая зона	www.bp-group.ru
17	Москва	ТРЦ «Витте Молл Бабушкинская»	33 000 м ²	IV квартал 2014	7 кинозалов, боулинг, бильярд, детская игровая зона, аттракционы, ресторан, детское кафе, фитнес-центр	www.malls.ru
18	Саратов	ТРК «Галерея ТAU»	102 000 м ²	1 декабря 2014	Многозальный кинотеатр, фуд-корт, развлекательный центр	www.malls.ru
19	Москва	ТРЦ «MARi»	135 000 м ²	Декабрь 2014	8-ми залный кинотеатр с 3D, концертный зал, театр, центр искусств, крытый теннисный корт, бассейн, скалодром	www.trk-mari.ru
2015 г.						
20	г.п. Ржавки	ТРЦ «ЗЕЛЕНОПАРК»	110 000 м ²	I квартал 2015	Скалодром, веревочный парк развлечений, лаунж зона с роялем, кинотеатр и боулинг, инновационные детские площадки и интерактивные решения	www.zelenopark.com
21	Владивосток	ТРЦ «Седанка»	75 000 м ²	I квартал 2015	Фуд-корт (кафе и рестораны), детский развлекательный центр, боулинг на 15 дорожек	www.all-malls.ru
22	Москва	ТРЦ «Ривер Молл»	258 000 м ²	Март 2015	Многозальный кинотеатр «Синема Парк», семейный развлекательный центр	www.all-malls.ru
23	Люберцы	ТРЦ «Выходной»	60 000 м ²	Апрель 2015	Развлекательный центр, кинотеатр на 7 залов	www.all-malls.ru
24	Ступино	Ритейл-парк «Ступино»	44 200 м ²	Апрель 2015	Кинотеатр, фуд-корт	www.all-malls.ru
25	Ногинск	Ритейл Парк «007 - М7»	91 200 м ²	II квартал 2015	Фуд-корт, киноцентр Киноплекс+IMAX, семейный развлекательный центр, детский развлекательный центр, фитнес-центр	www.yarmarka.pro
26	Санкт-Петербург	ТРЦ «Голливуд»	120 000 м ²	1 октября 2015	Зона развлечений, кафе, многозальный кинотеатр, велнесс-центр	www.malls.ru
27	Санкт-Петербург	ТРЦ «Охта Молл»	142 000 м ²	1 октября 2015	Многозальный IMAX кинотеатр, семейный развлекательный центр	www.malls.ru
28	Одинцово	ТРЦ «ЛЕДЕНЦОВОПАРК»	85 000 м ²	IV квартал 2015	Рестораны, зона фуд-корта	www.malls.ru

EXHIBITION OF JOY

«Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2014»

The 16th International exhibition "Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2014" was successfully held on March 12-14, 2014, VDNKh, pavilion 75.

This year the exhibition has become a true opening of the amusement parks season thanks to a warm and sunny weather in Moscow. While longing for relaxing in parks visitors tried on roller-skates and tested bicycles, entertainment business professionals gathered at the most large scale event of the amusement industry of Russia.

The exhibition was organized by Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA), with the support of International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA), and TSI Company (the UK). The General Sponsor of the exhibition was "PAX" Group of companies, the General Informational Sponsor – "KIR" magazine. Internet partner of the exhibition was the internet portal VTORIO.COM.

The exhibition was solemnly inaugurated by RAAPA President – Mr. Vladimir A. Gnezdilov and a guest from the USA, Vice-president of the world famous amusement parks "Six Flags" Mr. Larry Chickola.

220 exhibiting companies represented by almost 1000 professionals of amusement industry participated in the exhibition. Among them there were 75 foreign exhibitor companies from 26 countries of the world (Australia, India, China, the USA, Canada, Germany, Italy, Great Britain, Latvia, Ukraine, Belarus, Switzerland, Belgium, Turkey, France, the Netherlands, Spain and others).

During three days RAAPA EXPO-2014 was visited by more than 5000 specialists: directors and top-managers of amusement parks, FECs, water parks, representatives of cities and regions administrations, developers and investors, owners and directors of resorts and hotels, manufacturers, suppliers and distributors of entertainment equipment, individual entrepreneurs, mass media and other parties of concern.

RAAPA EXPO-2014 demonstrated the current trends in the global amusement market, advanced technologies and entertainment formats that will soon delight the guests of amusement parks, water parks and family entertainment centers. We will highlight some interesting trends and novelties, which distinguished the exhibition in 2014.

Let's start with arcade complexes, which were widely presented at the exhibition. «Bolid» company presented several options of arcade games for family entertainment centers. "Zapevin's manufactory" company brought original fairground prize machines designed in an interesting «Indian» style.

"Eastern European Company" (Belarus) built up a real cave at the exhibition hall as an example of a thematic decoration of entrances to amusement parks and attractions. The interest of the visitors was heated by the "fog" technology that allowed to project in the air pictures and different subjects. The same company presented the models of theme parks some of which will be launched in the nearest future. The greatest interest was caused by the themed entertainment complex "Dark Ride" which combined unique decorations, interactive technologies and virtual effects.

One of the most stylish exposition booths was considered by right the booth of "Polin Waterparks" company (Turkey) with a creative approach to its decoration and content by presenting the innovations in technological solutions and water park slides.

At the exhibition there were traditionally lots of proposals of kiddie and family amusement rides. The greatest number of offers was made by "Italpark" and "PlaySpace" companies, which was quite logical due to their bright expositions. The first company mounted a real castle, and the second one collected at its booth all leading European manufacturers of amusement rides.

The largest Ferris wheels were promoted by "PAX" Group of companies, and "Stroitelnye attraktsiony" company showed how to turn an excavator or other construction machine into an extreme amusement ride. Classical kiddie trains were presented by newcomers of the exhibition "Fun Express" and "Kids Train" companies. Diverse line of game machines was a distinguishing feature of "O.D.A", "YUGIS", "Game City", "Brunswick/KidsPlay", "RAZAP", "Sports attractions" and some other companies.

Major manufacturers of fast food for parks and family entertainment centers, such companies as "Business Russia", "Technika +", "Food Service" participated in RAAPA EXPO - 2014. Special mention in this segment deserves a newcomer company "Dippin' Dots" as a world famous manufacturer of granular ice-cream.

At the exhibition this year the number of offers for active leisure equipment was significantly increased ranging from kiddie playgrounds to rope parks. A great deal of attractions of interactive format was presented. As an example - an interactive sandbox, that turns a construction of a sand castle into a thrilling attraction. Another novelty was an attraction called "Fish & Wish" – a crane machine where a player needs to catch robo-fish, robo-crabs and other dynamic objects.

RAAPA EXPO has always been not only an effective commercial platform, but it also answered many social tasks, among which the most important are to increase the safety of entertainment equipment and to develop leisure activity in amusement parks. In this regards, the exhibition was supported by the Moscow

State University of Culture and Arts and the Moscow Palace of Pioneers on Vorobyovy Gory.

The best expositions of the exhibition were awarded with the Golden medals. The prize winners became "Technologii Kino, Design department", "Ot A do Ya", "Brunswick/KidsPlay", "RIF", "PlaySpace", "Factory of play and sport equipment", "Polin Waterparks" (Turkey), "Italpark", "Eastern-European Company" (Belarus) and "Qubica AMF" (USA).

RAAPA EXPO is not an exhibition only, but a highly topical business program with a range of events attended by nearly 300 professionals from all over Russia and the CIS countries. Only international conference "City Amusement Park of the 21st century as a main place for recreation and entertainment" was attended by almost 100 participants. Different business trainings held before and during the exhibition were of a keen interest. The topics of the events covered kiddie centers, the US experience in operation of entertainment complexes, personal efficiency of a manager in entertainment business. In the frames of the exhibition there were two round tables devoted to virtual attractions and the safety of water parks operation.

On March 12 at Cosmos hotel a solemn ceremony of the International Award in amusement industry "Golden Pony Moscow 2014" – a joint event of RAAPA and a publishing house Facto Edizioni (Italy) was held. The awardees of 2014 have become: "Carousel" Group of companies (Moscow), Park of Culture and Leisure of Almet'yevsk city (Tatarstan), Park of Culture and Leisure of Tyumen, Municipal parks of Naberezhnye Chelny (Tatarstan), FEC "Megafun" (Azerbaijan), EC "Tachki" (Dagestan), a chain of family entertainment centers "Cosmic", Gorodskoy Sad (Tomsk), Waterpark "H2O" (Rostov-on-Don), Amusement park "Na Semyonovskom Ozere" (Murmansk). The sponsors of the ceremony were "PAX" Group of companies, "Carousel" Group of companies, FEC "Megafun", "Italpark" company.

As is well known – all good things come to an end quickly. Same refers to RAAPA EXPO - 2014. Its time has passed seemingly fast but it has left a bright trace in forms of contract deals, new solutions found for operators, new ideas for business development, and of course, inexpressible emotions and excitement of the most spectacular event of the amusement industry in Russia. Both Russian and foreign experts unanimously emphasized that RAAPA EXPO today is the most dynamically developing amusement industry exhibition in the world, as the number of participants and visitors is growing steadily.

Looking forward to meeting you at the 17th International exhibition "Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2015", March 5-7, 2015, Moscow, VDNKh, pav. 75.

Andrey Osipov

EXHIBITORS' FEEDBACK

Nadezhda Moskalenko, Yotto Group, Moscow

The exhibition was a success!

This year we presented two "exoskeletons" and a new interactive game "Tank Biathlon".



Nowhere in Russia one can find similar amusement rides, as it's a unique engineering of our designers which simulates a total immersion in the movie and overwhelms with the storm of emotions.

The major characteristic of our amusement rides is their divers themes. You can ride roller coaster, shoot monsters, and fly into the space on a space ship. It's impossible to model one and the same feature twice, because each character of the ride is controlled by a different person.

Experts of amusement industry showed a live interest towards the presented amusement rides. In general we are quite happy. The organizers have done a great job! As a repeated participant of RAAPA EXPO I would like to say that the exhibition is constantly evolving and raising its quality to a higher level. I was impressed with the business program, layout of the exhibition. I wish you to keep up the great job! I would like to thank the organizers for the job well done and I wish the organizers new successful achievements!

Ali Ozgun, Speedcity, Turkey

We love the speed! Hence our name is Speedcity. Our company manufactures high technology simulators for rallies, car-racing, motorbike-racing. We offer various business solutions: you can purchase one simulator or you can get the full turnkey project (starting from chip cards and finishing with the decor and lighting). I loved RAAPA EXPO because I met lots of my colleagues – specialists who appreciated our ideas. In particular we maintained a number of professional contacts, as an example we have established a nice contact with a company from Algeria and we plan a fruitful business cooperation with it. We made contacts with our colleagues who will enforce implementation of Grand Prix "Formula-1" project in Sochi, and a number of other experts, who work at construction of family entertainment centers and amusement parks in Russia.

We were very happy to see that most of attendees of RAAPA EXPO 2014 are focused on purchasing new equipment and on maintaining beneficial cooperation in our industry. Generally, I am satisfied with our first participation at RAAPA EXPO 2014.

Vladimir Kuznetsov, Eastern-European Company, Byelorussia

Our company has been working in the amusement industry for over twenty years, We manufacture decorations, animatronic figures, turnkey ready amusement parks, and

we supply entertainment equipment. At RAAPA EXPO we have presented a new equipment – Fog Screen – water screen for projecting different pictures and video. It can be used at amusement rides, attractions, parks, restaurants and discos.

The reason we take part in the exhibition is that we want to present our new production and to observe new trends of the market. The exhibition is fantastic! I hope that it will keep growing annually and each commencing year it will bring more attending specialists.

Eugene Kazulin, Wiegand Maelzer, Germany

Our company specializes in manufacturing equipment for water parks and big size amusement rides.

The concept of our company has been implemented in Tyumen, Nefteyugansk, Minsk. We try to be proactive and use the newest technologies. Russian market is of our particular interest, and that is why we take part in the RAAPA EXPO exhibitions. Next year we plan to participate in the exhibition for sure.

Larry Chikkola, Six Flags, USA

This was my first visit to Russia. I have come specifically to meet the specialists of the amusement industry and to attend the exhibition RAAPA EXPO. I would like to emphasize that in Russia like in many other countries the entertainment market is developing rapidly. I liked the exhibition a lot and was impressed with the exhibited equipment, it seemed to me that the Russian industry experts have chosen the right way of development. I wish entertainment in the amusement parks to be safe and all visitors of the parks and amusement rides to receive only positive emotions.

AMUSEMENT INDUSTRY IN KAZAN

We would like to devote this issue to amusement industry in Kazan.

The capital of Tatarstan is one of the most popular cities in Russia, a site for holding big sports and cultural events. High population and other statistic indexes prove that Kazan should have sufficiently advanced infrastructure of amusement industry. However in the segment of amusement parks, family entertainment centers and other forms of leisure recreation there is still a lot of room for improvement. Therefore it's no coincidence that investors and entrepreneurs



have started to invest in the region and in 2014 the first most obvious changes were already obtained.

Kazan is abundant in various landscape parks, almost every neighborhood has one. Central park named after Maxim Gorky after staying abandoned and derelict for many years experienced its new rebirth.

The city administration has worked out the concept of new outlay of the park streamlined and tailored to present requirements of citizens and visitors of the city. We expect that the redesigning of the major park of the city will begin structural transformation of entire amusement park sphere in Kazan.

From the point of amusement rides the biggest popularity is gained by Kazan amusement park "Kyrlyay" named after the birth place of the well known poet Gabdulla Tuqay (initially the park was called "Shurale"). There are over twenty amusement rides in the park satisfying the tastes of all categories of the visitors. Central position in the park is taken by the giant 55 meters high Ferris Wheel from the top point of which one can enjoy the beautiful panorama of the city and the Kremlin of Kazan. However for such a huge city the only amusement park is not suffice, hence there is a great potential for improvement in this field.

Amusements are better presented in the fairly well developed segment of family entertainment centers. Basically each mall has cinemas and amusement zones. Fun City Company stands out of the federal operators acting in Kazan. Local entrepreneurs are also involved in the development of the entertainment business.

The general view of Kazan indoor centers has changed in 2014 after opening of the biggest in Russia entertainment complex "FUN24". Over 30 amusement rides and entertainments available 24/7 were deployed on the area of 10 000 sq.m. The peculiarity of the center is the system of one entry ticket which gives an access to all amusements with no extra cost involved.

The format of interactive museums is highly developed in the city. There are two centers of the said format: "The house of entertaining science" and "Laboratorium". Each center is a creative platform for kids and adults where they learn the laws of nature through different subjects (physics, chemistry, optics, mechanics etc.). It's achieved by means of unique exhibits that explain different environmental phenomena.

To the major players of the amusement industry of Kazan we can refer a hotel and entertainment complex with its own water park "Kazan Riviera". The complex combines one of the best hotels in the city, entertainment center, petting zoo, a few thematic restaurants, fitness clubs and facilities for business events. The major advantage of the complex is its own water park with the indoor area equipped with multiple water slides and beaches on open air which are so popular in summer time that there is literally no place to swing a cat.

The general picture of Kazan entertainment business leaves a feeling that the amusement industry market is not saturated, still there is a good perspective for step up. One of the biggest cities in Russia, inherently, can become the center of leisure and amusement industry where the most challenging large scale projects could be successfully implemented.

Igor Rodionov

RAAPA SUMMER MEETING IN KAZAN

Results of the International Summer Meeting of amusement industry specialists "Entertainment industry in the regions of Russia"

Kazan, which is reasonably called the «third capital» of Russia, the largest cultural, sports and academic center of the country, this summer became the center of entertainment industry. It is here that the annual International Summer Meeting of experts of cultural and leisure sphere "Entertainment industry in the regions of Russia" took place.

The event, organized by Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA), for the third year has gathered amusement industry professionals from more than 50 cities of Russia in the height of the summer season. «Meeting» – so originally this important for amusement industry event was denoted, by which the organizers tried to designate an informal but at the same time, business, event format, meaning the meeting of professionals, meeting colleagues, meeting partners and, of course, meeting friends.

Kazan gathers friends

In RAAPA Summer Meeting-2014 more than 150 specialists in various areas of amusement industry from Moscow, St. Petersburg, Voronezh, Samara, Saransk, Novosibirsk, Irkutsk, Perm, Kursk, Magnitogorsk, Rostov-on-Don, Makhachkala, Penza, Ulyanovsk, Omsk, Krasnoyarsk, Kurgan, Yekaterinburg, Izhevsk, Ufa and other cities, as well as professionals from Kazakhstan and Germany participated. Among them: top managers and specialists of amusement parks, entertainment centers, cultural and leisure facilities, representatives of municipal administrations and public organizations, manufacturers of entertainment equipment, entrepreneurs, and others.

Among the guests it is worth noting the experts from «Kulturinsel» park – Jurgen Bergmann and Wojciech Trzebunia, who have done an incredible journey from Germany to Kazan by car to share their unique experience and an original approach to organization of leisure activities in parks with the participants of the Summer Meeting. Many listeners were amazed with what they presented: hotels on



trees, "crooked" houses, underground mazes, «fairy tale» kiddie playgrounds. As a result, our German colleagues could not even join the final tour around the city as one of the enthusiastic participants «urgently» invited them to his park for discussing the joint project.

We would like to specially mention the delegation from the Ulyanovsk region, which was one of the most representative, and which showed an example of unity and mutual understanding between business and government in the issues concerning development of parks and amusement industry in the region. Among the delegation were: Deputy Minister of culture of the region, the chief architect of Ulyanovsk, representatives of Department of Culture and the Committee on City Property Management, as well as top managers of amusement parks.

Top sellers, novelties and "crooked" houses

Main events of RAAPA Summer Meeting were held on the territory of the famous hotel and entertainment complex «Kazan Riviera». This place fit the event theme the best way possible and was perfect for holding the Meeting.

The Business program started on July, 15th with the thematic cluster «Entertainment Industry of Tatarstan», within which the speakers were the heads of amusement parks of Almetyevsk, Naberezhnye Chelny and Kazan. It was certainly a lot to learn from our Tatar colleagues. This was evidenced by the fact that three of the speakers were the laureates of the International Award «Golden Pony».

At the opening of the Summer Meeting the representative of the Ministry of Culture of Tatarstan - Delia F. Khairutdinova welcomed the participants and noted the particular relevance of such an event in Kazan in the «Year of Culture.» Heads of Kazan Riviera – Commercial Director, Elena Voitko, and Director of waterpark, Igor Sin'kevich, were happy to host the guests.

After exploring the parks of Tatarstan virtually, participants awaited visit to a real amusement park «Kyrlyay» – one of the most visited holiday destinations in Kazan. Director of the park, Nail A. Akhunzyanov, shared with the participants on how to achieve such a success. All participants also had an opportunity to ride on a 55m Ferris wheel, from the top of which they could see a beautiful panorama of the city and the Kazan Kremlin.

After lunch, the Forum continued with presentations cluster from manufacturers of entertainment equipment and services for amusement industry. The presentations program was divided into three topics: «Amusement rides novelties or top sellers!?!»; «Searching for new entertainment formats»; «Creative ideas for business». Each cluster was interesting and found its audience. Among the speakers were the well-known companies as well as new-comers of amusement industry: PlaySpace, AirPalace, UCS, Sparta, Qubica AME, Bolid, Skazochny Les, Amusement rides Safety Center, IDC Projects, Parks Development, Avira and others.

The first day of RAAPA Summer Meeting ended with a lively Gala Dinner on a summer terrace of Kazan Riviera.

Everywhere welcomed guests

On July, 16th the Summer Meeting continued with a business game «How to involve 1000+ clients per month in the entertainment business with the help of the Internet». «Gametrade» team – the authors of the game presented to participants a step by step action plan on how to increase the profitability of their facilities with the most popular to date means of communication in the world.

Know-how of 2014 was the release of a special edition for participants of the Summer meeting in Kazan - «The Guide», which became a handbook for the specialists and contained not only details about the event, but also other useful information: the history of Kazan, main attractions, cultural traditions and customs.

Digressing from the chronology of events, we would like to note the hospitality and attentiveness of Kazan specialists who welcomed the participants of the Summer Meeting on the territory of their entertainment complexes. Everywhere we were warmly welcomed.

The most vivid emotions were brought by a tour around Kazan Riviera. The participants of the Meeting visited a petting zoo, a waterpark, a sightseeing platform. Then our group went by three buses to a family entertainment center «Fun City», where Elmira Gataullina, the Marketing manager, told about the subtleties of work of indoor entertainment complex, on how to properly celebrate birthdays, and the popularity rating of various entertainment machines.

In the park of entertaining science «Laboratorium» Roman Mikhailov and Rafael Iskhakov not only talked about the management principles of an entertainment center of Teaching and Learning format, but also demonstrated the operation of all exhibits which caused indescribable delight of participants.

In the entertainment center «Tugan Avylym» staff met our group in national costumes. They also conducted a tour around the complex, which appeared to be a classic Tatar village with all the traditions and an appropriate set of crafts of that time. Here at the restaurant on site, a ceremony of awarding the RAAPA Summer Meeting participants in Kazan was held.

On an island, far away, stands a city...

The third day was devoted traditionally to an excursion program. Participants made a fascinating trip to the island - Sviyazhsk – the Volga oasis of nature, picturesque island on the confluence of three rivers: the Volga, the Sviyaga and the Shuka, which recalls the words of A.S. Pushkin: «Past the

island of Buyan, back to gracious Tsar Saltan». The unique nature and beautiful temples made a lasting impression on everybody. The bravest participants of our group, despite the near-by thunderstorm, decided to take a swim in Sviyaga river, which strengthened the pleasant trip experience.

Event of the year

According to the majority of participants, RAAPA Summer Meeting in Kazan has surpassed all expectations and has become a remarkable event for amusement industry professionals. Everybody noted upscale organization, friendly atmosphere, the relevance of the program and the original format. Industry experts expressed a common opinion that holding such Meetings at such high level contributes to the development and popularization of amusement industry in the regions of Russia, as well as it is a unique opportunity to socialize and meet colleagues from different parts of our vast country.

Paying tribute to the Organizer, we cannot but mention the numerous partners that supported holding the Summer International Meeting of amusement industry specialists in Kazan. «Pax» Group of companies became the General sponsor of the event for the second year in a row - a world-renowned manufacturer of amusement rides and equipment for the aerospace industry. A great support in organizing the Summer Meeting was provided by: GRK «Kazan Riviera»; the Municipality of Kazan (the Department of Culture, the Department of Architecture and Urban Planning, the Committee on external improvement, the Committee on External Relations and Tourism); the Ministry of Culture of the Republic of Tatarstan. The main media partners were: magazines «Amusement Industry Catalogue», SportB2B, «Attractions and Entertainments»; web-portals TATAR-INFORM.RU and VTORIO.COM.

RAAPA Summer Meeting 2014 in a warm and welcoming Kazan will long remain in the memory of all of us! And it's not just a great organization and an interesting program, but also the feeling of everyone as an integral part of the community of amusement industry professionals, a part of a significant event, which certainly will long remember! The most frequently asked question to the Organizer from the Forum participants was: where are we going next year?

See you at our next RAAPA Summer Meeting!

Wait for us in your city!

Olesia Lebedeva



Family entertainment centers being designed and put into operation in Russia and the CIS countries (during 2014-2015)

№	City/location	Name of the facility	Object area	Putting into operation/date	Entertainment component (operators presented)	Source
2014						
1	Moscow	FEC «Luzhaika»	250 000 m ²	August 2014	Entertainment center, fitness club, trampoline center, aquarium	www.mosregtoday.ru
2	Yekaterinburg	FEC «Krasnolesye»	19 000 m ²	August 2014	Fitness center, café, kiddie center	www.ural.aif.ru
3	Petrozavodsk	FEC «Lotos Plaza»	62 500 m ²	August 28, 2014	Fitness club, ice rink, kiddie play-ground, digital and 3D cinema	www.lotosplazaptz.ru
4	Kazan	PII «FUN24»	10 000 m ²	August 29, 2014	Billiards, rollerdrome, ping pong, autodrome, shooting gallery, 5D cinema, game machines, game consoles hall, Seagway	www.fun24.ru
5	Almaty (Kazakhstan)	FEC «MEGA Park»	106 227 m ²	September 1, 2014	Cinema, food court, entertainment center HAPPYLON	www.easttime.ru
6	Yekaterinburg	FEC «Globus» (Yekaterinensky)	160 000 m ²	September 2014	Water park, aquarium, dolphinarium, «Festival-Theatre», hotel complex, bowling, billiards, kiddie entertainment center, amusement park, 10 halls multiplex, food court zone and restaurant hall	www.all-malls.ru
7	Novy Yrengoy	FEC «Solnechny»	40 000 m ²	September 2014	Multi-screen cinema, entertainment zone, food court	www.all-malls.ru
8	Kirov	FEC «OK»		September 2014	Fitness center, kiddie entertainment center	www.newsler.ru
9	Kotlas	FEC «Stolitsa»	30 000 m ²	October 2014	Entertainment zone with restaurant court and modern multi-screen cinema	www.retailer.ru
10	Murmansk	FEC «Murmansk Mall»	80 000 m ²	November 2014	Kiddie entertainment center, food court	www.all-malls.ru
11	Ufa	FEC «Ultra City Mall»	47 700 m ²	November 2014	Cinema, food court	www.all-malls.ru
12	Sykt'yvkar	FEC «PARMA»	22 200 m ²	November 2014	Cinema (6 halls), kiddie entertainment center, restaurant, food court	www.bp-group.ru
13	Moscow	FEC «Levy Bereg»	300 000 m ²	November 1, 2014	Multiplex, entertainment center	www.malls.ru

№	City/ location	Name of the facility	Object area	Putting into operation/ date	Entertainment component (operators presented)	Source
2014						
14	Rostov-on-the Don	FEC «Vsplesk»	132 580 m ²	November 30, 2014	Water park, ski slope, food court, entertainment zone: bowling, mul-tiplex cinema, fitness center, kiddie game center	www.malls.ru
15	Stary Oskol	FEC «Stolitsa»	32 000 m ²	3 rd quarter of 2014	Entertainment zone, café	www.malls.ru
16	Izhevsk	FEC «Italmas»	54 000 m ²	3 rd quarter of 2014	Restaurant, food court, game zone	www.bp-group.ru
17	Moscow	FEC «Vitte Mall Babushkinskaya»	33 000 m ²	4 rd quarter of 2014	7 cinema halls, bowling, billiards, kiddie game zone, amusement rides, restaurant, kiddie café, fitness center	www.malls.ru
18	Saratov	FEC «Gallery TAY»	102 000 m ²	December 1, 2014	Multi-screen cinema, food court, entertainment center	www.malls.ru
19	Moscow	TPII «MARi»	135 000 m ²	December 2014	8-screen 3D cinema, concert hall, theatre, arts center, indoor tennis court, swimming pool, climbing wall	www.trk-mari.ru
2015						
20	Rzhavky town	FEC «ZELENOPARK»	110 000 m ²	1 st quarter of 2015	Climbing wall, rope course, lounge zone with a piano, cinema and bowling, innovative kiddie playgrounds and interactive solutions	www.zelenopark.com
21	Vladivostok	FEC «Sedanka»	75 000 m ²	1 st quarter of 2015	Food court (café and restaurants), kiddie entertainment center, 15 track bowling	www.all-malls.ru
22	Moscow	FEC «River Mall»	258 000 m ²	March 2015	Multi-screen cinema «Cinema Park», FEC	www.all-malls.ru
23	Lyubertsy	FEC «Vykhodnoy»	60 000 m ²	April 2015	Entertainment center, 7-screens cinema	www.all-malls.ru
24	Stupino	Retail-Park «Stupino»	44 200 m ²	April 2015	Cinema, food court	www.all-malls.ru
25	Noginsk	Retain-Park «007 - M7»	91 200 m ²	2 nd quarter of 2015	Food court, cinema center Kinoplex + IMAX, FEC, kiddie entertainment center, fitness center	www.yarmarka.pro
26	Saint-Petersburg	FEC «Hollywood»	120 000 m ²	October 1, 2015	Entertainment zone, café, multi-screen cinema, wellness center	www.malls.ru
27	Saint-Petersburg	FEC «Okhta Mall»	142 000 m ²	December 1, 2015	Multi-screen IMAX cinema, FEC	www.malls.ru
28	Odintsovo	FEC «LEDENTSOVO PARK»	85 000 m ²	4 th quarter 2015	Restaurants, food court zone	www.malls.ru