



АТТРАКЦИОННЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ

ATTRACTIONS & ENTERTAINMENTS

№ 33 октябрь 2022

В НОМЕРЕ:

- Летняя встреча РАППА в Санкт-Петербурге
- Виртуальная реальность под водой
- Потребительский экстремизм в индустрии развлечений
- Роев ручей без секретов



**ПАРКИ
РОССИИ**

Новый проект

Сергей Буторин
СЕО АО «Парки Ижевска»



ЛЕТНЯЯ ВСТРЕЧА РАППА



19-21 ИЮЛЯ 2023

ЕКАТЕРИНБУРГ

11-я ЛЕТНЯЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВСТРЕЧА
СПЕЦИАЛИСТОВ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

ОРГАНИЗАТОР: Российская ассоциация парков и производителей
аттракционов (РАППА)

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ: Администрации Екатеринбурга

Генеральный
медиа-партнер:



Информационные
партнеры:



Контакты: тел./ф.: +7 (495) 604-11-61, +7 (906) 040-71-04;
e-mail: raapa@raapa.ru; www.raapa.ru

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

От редактора	2
ИНТЕРВЬЮ	
От Парков Ижевска к Паркам России	
С. Буторин	4
ВЫСТАВКИ, СЕМИНАРЫ, КОНФЕРЕНЦИИ	
Итоги РАППА ЭКСПО-2022	
А. Осипов	8
СОБЫТИЕ СЕЗОНА	
Лауреаты «Золотого Пони Москва – 2022»	12
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС	
Из чего состоят очереди и как с ними бороться.	
К. Попов	14
НАШ РЕПОРТАЖ	
Роев Ручей без секретов!	
А. Горбань	18
РЕКЛАМА	
Любой парк должен иметь паровозик!	
Г. Ефименко	22
ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ	
Виртуальная реальность под водой	
А. Пагина	24
ВЫСТАВКИ, СЕМИНАРЫ, КОНФЕРЕНЦИИ	
Летняя встреча РАППА в Санкт-Петербурге	
А. Осипов	28
ПРАВОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ	
Потребительский экстремизм в индустрии развлечений.	
Ж. Батыров	32
ПАРКИ	
Выше радуги. Пять советов для небольшого парка.	
К. Кармацких	38
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС	
Правильный фундамент для развития активити парка	
А. Буйнов	40
РЕКЛАМА	
Вязаные парки УЛЕЙ	
А. Климова	42
ПОЛЕЗНО ДЛЯ БИЗНЕСА	
Креативный маркетинг в детском центре.	
Е. Рочев	44

«АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ»

Информационно-рекламный журнал

УЧРЕДИТЕЛЬ:

Российская ассоциация парков и производителей
аттракционов (РАППА)

ИЗДАТЕЛЬ:

АНО ДПО «Учебный Центр РАППА»

Адрес редакции:

Россия, г. Москва, ул. Космонавтов, 18. к2, оф. 3
Почтовый адрес: 129301, г. Москва, а/я 45
Тел/факс: (495) 604-11-29
E-mail: tec@raapa.ru; http://www.raapa.ru

РЕДАКЦИЯ:

Главный редактор
Игорь Родионов

Дизайн, верстка
Анастасия Буянкина

Над номером работали:

Ольга Анхимюк
Татьяна Москвичёва
Диана Лукина
Андрей Осипов
Наталья Иванова-Безяева
Ирина Татаринцева
Марина Горбачева

Отдел рекламы:

(495) 604-11-29

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».

Дорогие читатели!



Очень рад, что сейчас Вы держите в руках свежий номер журнала «Аттракционы и развлечения»! Команда РАППА приложила много усилий, чтобы очередной выпуск нашего издания получился интересным и полезным для Вас!

Сегодня индустрия развлечений затрагивает многие стороны жизни современного человека. Мы можем наблюдать, как в смежных отраслях происходит некая интеграция элементов развлечений. Это можно сказать и про спорт, и про образование, и ритейл и другие сферы. В условиях неопределенности и нестабильности индустрия развлечений становится важной составляющей, помогающей людям пережить сложные времена.

В этом номере вы узнаете, как бороться с очередями на аттракционах и необоснованными претензиями гостей; что является фундаментом для успешного развития активити парка; какие советы можно дать маленьким паркам; о партнерстве детских центров и новых формах маркетинга.

В журнале подводим итоги ключевых событий этого года: Международной выставки РАППА ЭКСПО-2022, премии Golden Pony Moscow 2022 и 10-й Летней встречи специалистов индустрии развлечений в Санкт-Петербурге.

Центральное интервью номера посвящено опыту работы Парков Ижевска.

Также эксперты расскажут о виртуальной реальности под водой и что из себя представляет технология изготовления популярных сегодня вязанных парков.

Наш большой репортаж посвящен Красноярскому парку флоры и фауны «Роев ручей».

Дорогие читатели, искренне желаю вам счастья, здоровья и удачи!

Главный редактор
Игорь Родионов



Очередные занятия:

8-11 ноября 2022 г. Онлайн

РАППА УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР

обучение и сертификация персонала предприятий индустрии развлечений



2000 обученных специалистов из 250 городов России и СНГ



Теоретические и практические занятия



Сертификат на 3 года

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

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



От Парков Ижевска к Паркам России

Сергей Буторин

Руководитель и идеолог проекта «Парки России»
СЕО АО «Парки Ижевска»
parkirussia.ru

«Парки Ижевска» – единый оператор общественных пространств и парков столицы Удмуртии. Новая структура, созданная в 2018 году, и ее команда смогли не только оживить территорию парков и организовать качественный сервис, но и наполнить ее энергией, мероприятиями, событиями и создать экономику улиц.

Сегодня опыт Удмуртии начинают постигать другие регионы. «Парки России» – новый проект, который будет объединять директоров и руководителей парков, чтобы развивать общественные пространства страны в одном направлении.

О том, как расширять горизонты и вывести парки на новый уровень, нам рассказал руководитель и идеолог проекта «Парки России», директор АО «Парки Ижевска» – Сергей Викторович Буторин.

Единый оператор общественных пространств – в чем специфика данного подхода?

«Парки Ижевска» – это 14 объектов с общей площадью управления 1,2 млн. кв.м. В структуру входят ландшафтные парки, парки аттракционов, творческие площадки, семейные парки, спортивные объекты, водный транспорт, фуд-корты, зоны семейного досуга, вертолетная площадка и иные объекты. Это единая служба архитектуры и урбанистики, единая коммерческая служба, организующая сервисы и услуги, отдел развития, для запуска проектов и наполнения парков событиями.

Формат управления через единого оператора общественных пространств позволяет оптимизировать операционные расходы и выстроить понятную и современную систему менеджмента. При

такой системе управления появляется возможность экономить на бэк-офисе (бухгалтерии, финансовом отделе, юридической службе, HR), на проведении мероприятий, содержании и строительстве территории, коммерческих отделах, создается формат управляющей компании.

Можете обозначить главные качественные изменения в работе ижевских парков, которые произошли за период Вашего управления с 2018 года?

Формат управления через единого оператора общественных пространств позволяет оптимизировать расходы и выстроить современную систему менеджмента.

«Парки Ижевска» – один из лучших в России социально ориентированных культурно-развлекательных кластеров для проведения семейного досуга. В парки и пространства пришла энергия, стали возникать сервисы и пришли люди, которые полюбили эти места. Как следствие, появилась экономика впечатлений. Самое главное изменение в том, что мы наполнили общественные пространства

ли эти места. Как следствие, появилась экономика впечатлений. Самое главное изменение в том, что мы наполнили общественные пространства

событийной повесткой. Нашей команде удалось благоустроить и озеленить порядка 20 га территории. Мы привлекли уже один миллиард рублей инвестиций для развития парков, ежегодный оборот бизнесов и сервисов на территории парков составляет 1,5 миллиарда рублей, а это 1000 рабочих мест, 500 млн. рублей налогов в бюджеты разных уровней и 20 млн. рублей выплаты в бюджет города Ижевска, при этом парки с 2018 года не привлекали бюджетные средства города.

С 2018 года проведено около 2000 мероприятий, наши парки посетило 15 млн. человек, время нахождения в парках выросло на 94%, было организовано 13 500 бесплатных посещений для детей и социально значимых групп населения.

Хочется отметить, что АО «Парки Ижевска» завоевали несколько престижных премий: «Хрустальное колесо» за «Лучший парк развлечений» в 2019 году и в номинации «Лучший руководитель предприятия индустрии развлечений» в 2021 году, а также Международную премию «Золотой пони» за достижения в модернизации городских парков (2022 г.).

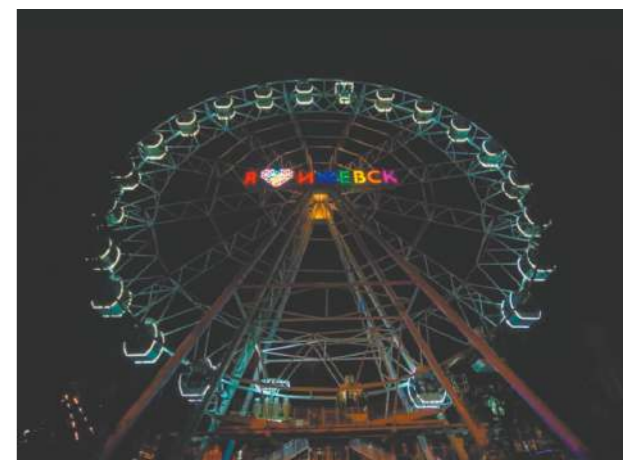
Кто является основной целевой аудиторией Ваших парков?

Мы работаем со всеми жителями и туристами города. Отдельно хочется сказать про развитие внутреннего туризма, ведь 16% – это люди из соседних городов, которые приезжают к нам в парки. Другая аудитория – семьи, молодежь и спортсмены, для которых оборудованы площадки наших парков.

Какие услуги предлагают парки посетителям?

На территории наших парков очень большой спектр услуг, в частности, платные и бесплатные мероприятия. Мы организуем концерты и приглашаем лучших диджеев. Помимо этого, гостям парка доступна большая линейка различных сервисов и услуг. Наша команда создает возможности получить мероприятия «под ключ», это и дни рождения, и свадьбы, для проведения которых мы предоставляем аттракционы и теплоходы. Нашими услугами пользуются крупные компании для проведения корпоративов. К примеру, Концерн Калашников полностью выкупал парк Горького для своих сотрудников и членов их семей, пришло около 10 тысяч человек.

Как собрать хорошую команду парка? Что, на Ваш взгляд, самое важное в управлении?



Команда – это самая главная ценность, которая регулирует все процессы управления парками и создает улучшения. Команда – это, в первую очередь, люди, которые любят своё дело, стремятся к развитию и готовы делиться новыми идеями. Как только люди начинают относиться к своей работе как к своему личному делу, то мы сразу же получаем совершенно другой результат и достигаем новых вершин. Ценность в управлении – это люди, которые в нашей команде, а лидер – это тот, кто вдохновляет коллектив, показывает результаты, поддерживает, формирует вектор движения и новые горизонты развития.

Насколько важно проведение мероприятий в парке? Какие задачи они помогают решать?

«Парки Ижевска» сейчас – это насыщенные событийной повесткой площадки, около 500 мероприятий в год. Мероприятия создают энергию, которая необходима для работы других сервисов, это формирует экономику впечатлений. Экономика впечатлений очень важна для настроения людей, для формирования нашего гражданского общества, для развития молодежи и для проведения досуга семьей, с друзьями и близкими. Платные концерты и мероприятия



становятся источниками дохода, который можно направлять на дальнейшее развитие парков и вкладывать в объекты инфраструктуры.

В этом году на территории парков выступали ребята из Black Star, 5sta family, группы На-На, Кар-мэн, Вирус, Пропаганда, Демо и другие. Помимо этого, у нас проходят и спортивные мероприятия. Например, с Олимпийским комитетом России мы провели любительские олимпийские игры с Дмитрием Губерниевым и 15-ю олимпийскими чемпионами, а также день ходьбы. Совместно с Первым каналом мы провели мероприятие в честь Дня защиты детей в парке Горького.



Для укрепления наших международных отношений мы провели дни индийской и африканской культуры. Не менее важны и образовательные проекты для наших юных посетителей.

Очевидно, что Вы стремитесь сделать «Парки Ижевска» брендом. Насколько Вы в этом преуспели?

«Парки Ижевска» – и есть бренд. Мы очень хотим, чтобы города России развивались, поэтому мы показываем экономически успешную модель, которая приносит доход и радует горожан. Мы гордимся тем, что наш опыт становится известен многим руководителям и мэрам за пределами Удмуртии, и за последние два года мы стали командой «Парки России», которая курирует и делится своими успехами и инновациями в управлении парками и общественными пространствами уже с 12 городами.

Какие задачи стоят перед Вами сегодня?

Посетив более 50 парков по всей стране и осознав сколько прекрасных локаций парков и общественных пространств требуют внимания, инвестиций, грамотного менеджмента и финансового планирования, я принял решение о запуске нового федерального проекта «Парки России». В рамках развития этого проекта мы уже начали вести переговоры со значимыми госкорпорациями для привлечения крупных инвесторов, заинтересованных в развитии страны и внутреннего туризма. Делимся результатами кейса проекта «Парки Ижевска» с мэрами городов и их заместителями для усиления тиражирования идеи развития парков и общественных пространств как объектов для повышения уровня экономики города, получения прибыли и формирования качественных и комфортных локаций для отдыха, развлечения и занятия спортом горожан.

В Ижевске уже запустили строительство тематического динопарка «Затерянный мир», совмещаем его с зоопарком, расширяем сервисы, разрабатываем новые проекты с крупными региональными и федеральными девелоперами. В конце года открываем парк развлечений и аттракционов в Эссентуках.

Мы готовы развивать больше территорий по всей стране, создавать условия для обучения и повышения уровня менеджмента и формировать инвестиционно привлекательные проекты.

Какие тренды Вы наблюдаете в развитии парков отдыха в нашей стране?

Сейчас у парков многих городов нет хозяина, нет возможности привлекать инвестиции, и никто не учит топ-менеджеров управлять парками и пространствами. Для нас это вызов, и в проекте «Парки России» мы работаем над тем, чтобы создать возможность обучения и получения необходимых компетенций для руководителей парков, формируем условия для взаимодействия между парками всей страны. Горожане хотят отдыхать с комфортом. Мы это видим и создаем структуру, которая объединит всех топ-менеджеров, директоров и руководителей парков страны, чтобы передавать свой опыт, поднимать уровень компетенций, и создавать тренд на развитие парков и общественных пространств. Развивать внутренний туризм и комфортные условия для проведения досуга посетителей.

Как лично Вы пришли в парковую деятельность?

В 2018 году по просьбе губернатора Удмуртии я приступил к проекту «Перезагрузка». Индустрия развлечений – это сложный бизнес, здесь очень много различных задач для управления. Нужно следить за территорией: архитектурой, урбанистикой, чистотой, ухоженностью и сохранением единой концепции; формировать событийную повестку, приглашать людей и работать с аудиторией. Я занимаюсь этим делом с большим удовольствием и ощущаю положительную отдачу. Конечно, это непросто, но с помощью команды у нас отлично получается.

Вы активно занимаетесь общественно-политической деятельностью и ведете образовательные проекты. Как Вам это помогает в парковой работе?

На протяжении пяти лет я являюсь депутатом парламента Удмуртии, 10 лет был в общественных палатах разных созывов. Безусловно, налаженные связи помогают доносить всю проблематику и решать вопросы в коллаборации с правительством республики. Только так мы можем добиться высоких результатов.

Я принимаю активное участие в развитии общественной деятельности города и продвижении образовательных проектов, последние два года меня приглашают в качестве консультанта руководители администрации разных городов. Я посетил парки и общественные пространства уже в 12 городах России, и появляются все новые и новые запросы. Это подтверждает

высокую степень заинтересованности городов в развитии инфраструктуры общественных пространств и парков, высокий уровень профессионализма команды «Парков Ижевска» и необходимость масштабироваться в проект «Парки России».

Первый этап реализации этого проекта – каскадирование опыта АО «Парки Ижевска» на аналогичные локации по всей стране, а именно: изучение и анализ текущей ситуации, формирование целей, расчет финансово-экономических показателей, помощь в трансформации менеджмента и подхода в управлении.

Следующий этап – масштабирование проекта, создание экосистемы «Парки России», в которую входят:

- Клуб для экспертного сообщества по развитию парков и общественных пространств.
- Профессиональное обучение руководителей и сотрудников парков.
- Привлечение партнеров и инвесторов для реализации проектов и развития парков.
- Автоматизация и цифровизация бизнес-процессов (автоматизированная инфраструктура парка, сквозная аналитика, маркетинг, основанный на данных, автоматизированные системы коммуникации с посетителями и оплаты аттракционов и услуг).

Таким образом, федеральный проект «Парки России» даст новый импульс развитию парков и общественных пространств, сформирует профессиональное сообщество лидеров изменений и инноваций в парках.

Мы будем создавать новые проекты для развития городов и внутреннего туризма, при этом сохраним баланс между бизнесом, комфортом посетителей и природным ландшафтом.



**ПАРКИ
РОССИИ**

Центр развития парков
и общественных пространств





Итоги РАППА ЭКСПО-2022

С 16 по 18 марта 2022 года в Москве в павильоне 57 на ВДНХ прошла 24-я Международная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2022».

Организатор выставки – Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА). Генеральный спонсор – компания «Пакс-Дизайн». Генеральный информационный партнер – журнал «Аттракционы и развлечения». Интернет-партнер выставки: vtorio.com и др.

В выставке приняли участие около 100 компаний, представляющих Россию, Беларусь, Италию, Китай и Турцию.

Тематика выставки охватила все основные направления современной индустрии развлечений: аттракционы, развлекательное оборудование, виртуальная и дополненная реальность, детские и спортивные площадки, тир, веревочные парки, устройства контроля доступа, системы автоматизации, аквапарки, вендинговое оборудование, торговые и призовые автоматы, батуты и надувные аттракционы, услуги по проектированию парков и развлекательных комплексов, ландшафтное оформление и декор, F&B и др.

Несколько компаний участвовали в выставке впервые: GIARMO, MI Concept + Design Inc., Moveboard, STOREMOOD и др.

Из числа новичков стоит выделить компанию SkyTechSport, представившую уникальные аттракционы для занятий сноубордом и боксом, а также компанию VRDiver, специализирующуюся на технологиях виртуальной реальности под водой.

Среди постоянных участников выставки РАППА ЭКСПО присутствовали компании: Antonio Zamperla SPA, RIF, АТТРАПЛАСТ,

В меняющейся экономической ситуации, значимость проведения выставки РАППА ЭКСПО-2022 существенно возросла.

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**АЛЕКСЕЙ
ЛЫСЕНКО**

компания «VRDiver»,
г. Москва

«Это наша первая сухопутная демонстрация системы VRDiver в действии, и она удалась! Гости и участники выставки по достоинству оценили погружение в виртуальный океан.»

На конференции «Организация эффективной работы и направления развития аквапарков» мы сделали подробный обзор всех существующих в мире вариантов VR для бассейнов, что было встречено с живым интересом, так как всегда важно быть в курсе новых технологий и на шаг впереди в своей отрасли.»

Новые знакомства, нетворкинг и позитивная атмосфера – это РАППА ЭКСПО-2022!

Благодарим организаторов и ждем осеннюю выставку!»

АэроМир, Волгоградские аттракционы, Восток, Завод «Воздушный Замок», ИТАЛПАРК, ГК Карусель, Пакс-Дизайн, СПАРТА, Фабрика аттракционов и другие компании.

Одним из самых посещаемых стендов стала экспозиция компании «Универсальные терминал системы» из Томска, которая продала все представленное на выставке оборудование.

Некоторые компании, несмотря на небольшие стенды, также привлекли значительный интерес посетителей. Сюда можно отнести компанию Moveboard, представившую «бесконечный» скалодром и компанию GIARMO – производителя оригинальной уличной мебели и малых архитектурных форм.

К числу одних из самых стильных стендов можно отнести экспозиции компаний: СПАРТА, АВИРА, ПК «Карусель», Новые Горизонты, ОтАдоЯ.

В этом году организаторы возобновили награждение дипломами самые запоминающиеся экспозиции выставки. В 10-ку лучших вошли: CurlingLite, SkyTechSport, БОЛИД, АэроМир, ИТАЛПАРК, Новые Горизонты, КАСНАЛКІ.ВУ, LAS VEGAS, Polin Waterparks и Универсальные терминал системы.

По отзывам большинства участников эффект от выставки превзошел все ожидания, особенно учитывая сложные экономические условия, в которых она проводилась.

Вот только некоторые впечатления:

За три дня выставку посетили более 2000 специалистов: руководители и топ-менеджеры парков, развлекательных центров, аквапарков, представители администраций городов и регионов, девелоперы и инвесторы, владельцы и директора домов отдыха, гостиниц, курортов, производители, поставщики и дистрибьюторы развлекательного оборудования, индивидуальные предприниматели, представители СМИ и другие заинтересованные лица.

Традиционно выставка сопровождалась насыщенной деловой программой. В различных мероприятиях приняли участие более 100 специалистов из России и стран СНГ. Тренинги и мастер-классы провели ведущие эксперты. Основное внимание уделялось вопросам работы предприятий досуга в кризисных условиях, инвестиций в развлекательный бизнес, безопасности аттракционов и другим злободневным темам.

В числе мероприятий прошли семинары: «Судебная практика в индустрии развлечений» (провел – Андрей Петренко, управляющий партнер

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ОЛЬГА
СЕРЕБРЕННИКОВА**

компания
«Универсальные терминал
системы», г. Томск

«Наша компания принимает участие в выставке РАППА ЭКСПО с 2014 года. Это одно из ключевых мероприятий для нас, т.к. благодаря выставке мы нашли много клиентов, партнеров и новых идей! Мы производим интерактивное оборудование, которое лучше один раз увидеть и поиграть, чем рассказывать по телефону. Поэтому мы не пропускаем возможности участия.»

Хотелось бы отметить роль организаторов – сотрудники всегда на связи и оперативно отвечают, ищут решения наших иногда сложных запросов, всегда идут навстречу и делают все, что в их силах, чтобы помочь.»

Хочется пожелать тем, кто еще думает об участии в РАППА ЭКСПО: мы начинали с маленького стенда 6 кв.м, но по мере роста компании и количества выпускаемых продуктов, с каждым годом площадь стенда увеличивали, и в 2022 году взяли уже стенд 48 кв.м. Это означает, что выставка реально дает результат и возможность развития компании. Используйте этот шанс!»

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



ЯНА КАСЬЯНОВА

компания «Аэромир», г. Екатеринбург

«Несмотря ни на что, большая часть индустрии настроена оптимистично. Строят планы по развитию, обновлению и расширению своих компаний и проектов. Ситуация сегодня не простая, но, тем не менее, люди бизнеса это лица, готовые справляться с трудностями и преодолевать разного рода кризисы. Сложности нас не только закаляют и делают сильнее, но также выводят на новый уровень развития!

В очередной раз испытала гордость за свою компанию «АэроМир», получив огромное количество тёплых слов благодарности от наших дорогих клиентов!

Большое спасибо организаторам выставки РАППА ЭКСПО за создание такой уникальной бизнес-среды, а также за ваш вклад в развитие индустрии развлечений! До новых встреч!»

ООО «НЦБ «Русские горки»), «Современные инструменты управления для роста компании индустрии развлечений в кризис» (провела - Элизабет Радюк, генеральный директор сенсорного музея «Прогулка в темноте»), «Актуальные потребительские тренды в новых реалиях работы развлекательных центров РФ и стран СНГ» (провела - Людмила Киселева, директор Brunswick/Kids Play), воркшоп «Еда будущего – современные и выгодные концепции питания для развлекательной индустрии».

Одним из самых посещаемых стал бизнес-тренинг «Реальное будущее парков развлечений: осталось 5 лет, чтобы измениться или исчезнуть», который провел Сергей Калмыков – международный эксперт индустрии развлечений, исполнительный директор компании «Enterto». После тренинга спикер отметил:

«На мероприятии оказалось огромное количество как признанных «монстров» развлекательного бизнеса, так и свежих героев индустрии, объединенных явным стремлением активно использовать новые технологии. Описывая одним словом мое состояние после мероприятия, я бы сказал «воодушевление». Считаю это состояние очень ценным в периоды таких тектонических сдвигов, которые мы переживаем сегодня. Спасибо РАППА за приглашение и, как всегда, безупречную организацию!»



Самым оригинальным мероприятием деловой программы можно по праву назвать интерактивный бизнес-тренинг «Игра в кальмара: на красный – стой, на зеленый – беги, или как понять, что стратегия развития Вашего парка верная?» по мотивам знаменитого корейского сериала. Тренинг провели специалисты компании «Моя команда» и парка аттракционов «HAPPYLON» г. Сургут под руководством Наталии Лиховецкой.

Также в рамках РАППА ЭКСПО-2022 впервые состоялось мероприятие в формате бизнес-токшоу под названием «INDOOR: как развлечь, чтобы выжить». Четыре ведущих эксперта отрасли (Павел Ковшаров, Людмила Киселева, Константин Шнюков и Евгений Серебренников) вместе с ведущим (Игорь Родионов) и зрителями в зале обсудили наиболее злободневные проблемы, которые сегодня стоят перед бизнесом развлекательных центров. Активное участие в подготовке этого мероприятия также принял Павел Тимец – основа-

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



КИРИЛЛ ШУВАЛОВ

группа компаний «ОтАдоЯ», г. Новосибирск

«Выставка прошла успешно и, как всегда, весьма интересно. Мы представили несколько модернизированных комплексных решений в области игрового оборудования, а также презентовали наши новинки, на которые, как и ожидали, появился большой спрос.

Рады были видеть партнеров, старых клиентов (уже друзей) и новых заказчиков; обсудить тренды и наметить вектор работы на ближайший год.

Благодарим организаторов за мероприятие!»

тель нескольких развлекательных центров, автор книги «Парк развлекательного периода. Центр развлечений от проекта до счастливого гостя».

Большое число участников собрали тематические конференции: «Современные подходы к организации работы парка отдыха и развлечений», «Организация эффективной работы и направления развития аквапарков» и «Инновационные проекты и технологии современной индустрии развлечений», в рамках которой также состоялась презентация проекта самого высокого в Европе колеса обозрения «Солнце Москвы».

Среди специальных мероприятий деловой программы стоит выделить научно-практическую конференцию «Современная индустрия досуга: векторы модернизации», организованная совместно РАППА и Московским государственным институтом культуры для будущих специалистов индустрии развлечений. Это мероприятие прошло сразу в двух форматах: на территории выставки и онлайн.

Уже традиционно в рамках выставки РАППА ЭКСПО состоялось вручение международной премии «Golden Pony Moscow 2022» (учредитель – издательский дом «Facto Edizioni»). Итальянские организаторы, к сожалению, не смогли лично присутствовать на торжественной церемонии. Луиза Дэль Бианко, вице-президент «Facto Edizioni», обратилась к гостям с приветственным словом в режиме online и пожелала успехов и преодоления всех экономических трудностей.

Лауреатами 2022 года стали: центр семейного отдыха «AFLAND» (Нур-Султан, Казахстан), компания «ГАЛАКТИКА» (Стерлитамак), Парки Ижевска (Ижевск), компания «КАРУСЕЛЬ-НН» (Нижний Новгород), аквапарк «ЛАЗУРНЫЙ» (Белгород), парк развлечений «ПАКАБАТА» (Набережные Челны), парк «РИВЬЕРА» (Сочи), сеть развлекательных центров «ТЕЙКА BOOM» (Москва), тематический парк «TETYSBLU» (Актау, Казахстан), ЕРЕВАН ПАРК (Ереван, Армения).

На протяжении многих лет международная выставка РАППА ЭКСПО остается главной деловой площадкой, где происходит обмен опытом между профессионалами развлекательной отрасли, презентуются последние достижения в сфере производства развлекательного оборудования, а также рождаются новые идеи и проекты, способствующие совершенствованию сферы досуга в нашей стране.

В постпандемийных условиях, а также в меняющейся экономической ситуации, значимость проведения выставки РАППА ЭКСПО-2022 существенно возросла. Она стала важным событием,



которое обозначило основные шаги по адаптации отрасли к новым реалиям и выходу из кризиса. Выставка представила новых игроков на рынке и показала возможности для развития индустрии развлечений.

Андрей Осипов

До встречи на следующих выставках и мероприятиях РАППА:

25-я Международная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2023» (15-17 марта 2023 г., Москва, ВДНХ, пав. 57).

11-я Летняя международная встреча специалистов индустрии развлечений (19-21 июля 2023 г., Екатеринбург).

По вопросам участия в выставке обращайтесь к организатору:

+7 (495) 604-11-30; +7 (495) 604-11-61; raara@raara.ru

С НАМИ В МИР РАЗВЛЕЧЕНИЙ!

Лауреаты «Золотого



ПАКАБАТА
г. Набережные
Челны



Teika boom
г. Москва



Tetysblu
г. Актау (Казахстан)



Аквапарк
Лазурный
г. Белгород



Галактика
г. Стерлитамак



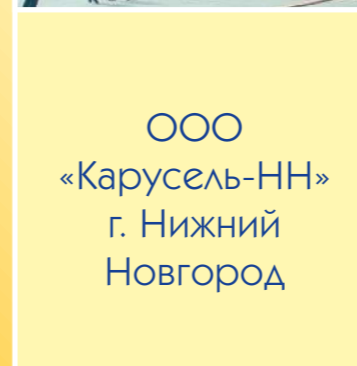
Пони Москва – 2022»



Ереван парк
г. Ереван
(Армения)



Парки Ижевска
г. Ижевск



ООО
«Карусель-НН»
г. Нижний
Новгород



Парк «РИВЬЕРА»
г. Сочи



ТОО
«Ailand Astana»
г. Нур-Султан



Из чего состоят очереди и как с ними бороться

Константин Попов

Исполнительный директор парка «Сказка»,
автор телеграм-канала «Адвокат клиента»

Очереди – самая большая боль большинства парков мира и их посетителей. По моим наблюдениям, жители России обычно выделяют 3-4 часа на посещение парков, развлекательных центров и других подобных заведений, чтобы за день «успеть сделать еще что-то полезное». Чем больше аттракционов люди успеют посетить, тем выше выручка и вероятность, что они останутся довольны парком, вернутся снова и порекомендуют его своим друзьям и знакомым. Расскажу, от чего зависят очереди на кассы, аттракционы, и как мы сводим их к минимуму.

Для начала, приведу несколько тезисов, касающихся очередей.

Тезис №1. Люди не любят ждать. Многие испытывают фрустрацию в томном «ожидании своей очереди», поэтому предпочитают избегать их, как в моменте (например, уходя из магазина без покупок), так и системно (заказывая доставку). Пара интересных примеров борьбы с фрустрацией от ожидания, о которых я слышал:

- в определенный момент аэропорты стали строить таким образом, чтобы путь из самолета к зоне выдачи багажа был длинным и люди больше тратили времени на дорогу, чем на ожидание багажа.
- возле лифтов начали устанавливать зеркала, в результате чего люди стали меньше жаловаться на долгое ожидание лифтов.

Также, можно идти по пути повышения комфорта от ожидания, например, с помощью организации электронных очередей, или развлечения клиентов в очереди с помощью аниматоров, как делаем мы в «Сказке».

Тезис №2. У людей ограничено время. Яркий пример – обед на работе. Менее чем за час нужно успеть вкусно и с комфортом поесть. Люди стремятся к таким местам, где у них быстро примут заказ и быстро отдадут блюда, чтобы было больше времени поесть без спешки. Если человек быстро поел, он с большей вероятностью закажет десерт и капучино, потому что у него осталось время. А это – рост среднего чека и лояльный клиент, который вернется снова. Другими словами, если человек будет проводить много времени в ожидании, он просто физически не успеет потратить столько денег, сколько может, и уйдет недовольным.

Тезис №3. Устраняя очередь в одном узком месте, она возникнет в другом узком месте. Здесь парк будет очень

хорошим примером. Основные узкие места – это парковка, кассы и аттракционы. Предположим, что если мы выведем 100 кассиров вместо 10 и полностью устраним очереди в кассы, то большие очереди возникнут на аттракционах. Как и с пробками – расширяя дорогу в одном месте, мы устраняем локальную пробку, но создаем новую

– в другом. Поэтому нужно управлять узкими местами системно, чтобы поток шел равномерно. На эту тему есть очень хорошая книга под названием «Цель» Элияху Голдратта, рекомендую к прочтению.

Тезис №4. Планировать количество сотрудников нужно по пиковой нагрузке, а не по дневной. Как часто происходит планирование необходимого количества сотрудников: кассир в среднем может обслужить одного клиента за 5 минут, соответственно нам нужно при восьмичасовом рабочем дне, для того, чтобы обслужить 1000 клиентов, вывести 12 кассиров. Но, часто не учитывается, что клиенты будут идти неравномерно и 80% нагрузки придется на пиковые часы, например, с 13:00 до 17:00, и это время клиенты проведут в очередях.

Тезис №5. Клиенты с покупкой на 500 рублей и на 5000 рублей стоят в очереди одинаково. На мой взгляд, в таких ситуациях спасают кассы самообслуживания и возможность пополнения онлайн, как сделано у нас в парке.

От чего зависит наличие и размер очередей

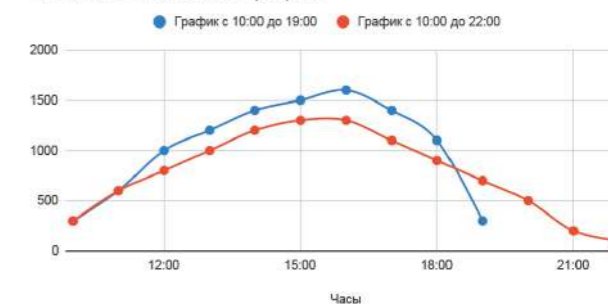
В первую очередь, размер очередей зависит от количества посетителей, их распределения в течение дня и суммарной пропускной способности аттракционов. Точку, где скапливаются очереди, называют узким местом, или бутылочным горлышком. Что касается количества посетителей, важно анализировать и принимать решения не только на основании дневного трафика, но и пиковой нагрузки. Это одна из самых частых ошибок при планировании.

Давайте сравним два дня с одинаковой посещаемостью, по 10 тысяч человек. В первый день, который был будним, трафик был равномерным в течение дня. А второй день пришелся на 1 сентября, когда до 15:00 парк был почти пуст, а затем резко хлынул поток посетителей. Для каждого из этих двух дней требуется своя стратегия планирования и управления.

У нас в «Сказке» есть успешный опыт – увеличение часов работы парка, чтобы сгладить нагрузку на кассы и аттракционы в течение дня. Таким образом, мы растягиваем поток клиентов, снижая пиковую нагрузку.

Раньше, когда наступал «низкий» сезон для парка, мы сокращали часы работы с графика 10-22 до графика 10-19. Пару лет назад мы отказались от этой практики, и выручка выросла на несколько процентов, а нагрузка на кассы и аттракционы сгладилась.

Сравнение графиков работы с 10:00 до 19:00 и до 22:00 при одинаковом дневном трафике



В прошлом году мы пошли дальше и летом увеличили часы работы до 23:00 – эта практика оказалась еще более успешной. Похоже, что и в первом и во втором случае мы отсекали часть аудитории, которая была готова посетить парк, но не делала этого.

При изменении часов работы важно учитывать среднюю продолжительность посещения. У нас случилось так, что выручка во втором случае увеличилась сильнее ожиданий потому, что при работе до 22:00 уже было мало семей, которые в 20:00 только начинали посещение, а при работе парка до 23:00 их стало заметно больше.

Как работать с узкими местами

Что можно сделать, чтобы место перестало быть узким в системе? Расширить его пропускную способность, сгладить (сделать более равномерным) поток, либо перебросить часть нагрузки на другой узел. Нюанс в том, что узкие места всегда «блуждают» – устраняя пробку в одном месте, она появится в другом, если не применять системный подход. Рассказываю, как мы комбинируем все эти принципы.

Первое потенциально узкое место – это парковка. С развитием парка мы пришли к тому, что перед каждым входом в парк (всего их три) появились парковки. Причем, мы распределили нагрузку следующим образом: если вы введете в навигаторе «Парк Сказка», он приведет вас на одну парковку. Если же адрес будет Крылатская 18 – вы приедете на парковку у другого входа. Это пример распределения нагрузки. Далее, встает вопрос, как снизить нагрузку на парковки в принципе? Мы стимулируем клиентов приезжать на такси и на нашем бесплатном автобусе от метро.

Второе потенциально узкое место – кассы. Самое частое когнитивное искажение, с которым я сталкиваюсь при общении с коллегами по индустрии – планирование количества кассиров исходя из размера дневной выручки, а не



из внутридневной пиковой нагрузки. Часто бывает так, что 80% выручки бизнес получает за 4 пиковых часа – треть своего рабочего времени. Очень важно предусматривать необходимое количество кассиров исходя из пиковой нагрузки (то же самое относится к официантам и поварам, в случае с общепитом). Но, к сожалению, обычно это достаточно дорого, так что можно расширять пропускную способность с помощью терминалов самообслуживания, вендинга и онлайн-продаж.

Еще пропускная способность касс зависит от длительности обслуживания клиентов, которая, в свою очередь, зависит от понятности предложений, удобства материалов, умения со-

трудников выявлять потребности, консультировать, презентовать и закрывать сделки.

В этом году, мы сгладили нагрузку на кассы, разделив консультацию и непосредственно продажу: перед кассами поставили стойки с консультантами, которые подробно рассказывают о вариантах посещения, и дальше направляют клиента в кассу или помогают воспользоваться альтернативными вариантами пополнения карты. В итоге, сейчас даже в пиковые часы на выходных практически нет очередей на кассах, при рекордном потоке посетителей.

Как сократить очереди на аттракционах

Во-первых, в качестве одного из критериев выбора аттракционов, которые вы хотите поставить в парк, необходимо учитывать его пропускную способность, которая, в свою очередь зависит от:

- количества посадочных мест;
- скорости посадки;
- времени цикла катания;
- скорости высадки.

На все эти факторы можно в той или иной мере повлиять. Например, можно сократить цикл катания – вместо пяти кругов Паровозик может делать четыре или три. Или увеличить количество машинок на автодроме (если конструктив позволяет и это не несет угрозы безопасности). На скорость посадки может влиять качество и механизм креплений – если их поменять, можно выиграть несколько секунд на посадке, которые в масштабе нескольких сотен прокатов в день могут дать прирост в несколько десятков процентов к пропускной способности. Также на скорость посадки сильное влияние оказывает наличие личных вещей – нужно организовать процесс таким образом, чтобы посетители выложили их до начала посадки на аттракцион.

Во-вторых, на пропускную способность влияет наличие накопителя, и умение оператора с ним работать.

В-третьих, пропускная способность зависит от количества работающих на аттракционе операторов, качества и скорости их работы, а также наличия выделенного оператора на работу в накопителе.

В-четвертых, необходимо разделение входа и выхода с аттракциона – это расширяет пропускную способность.

Вывод: очереди – это абсолютное зло, как в краткосрочной перспективе (люди разворачиваются и уходят в моменте), так и в долгосрочной (избегают мест, где могут быть очереди и/или долгое ожидание). Не экономьте на количестве сотрудников, это почти никогда не оправдывает себя.



TOWER SWING



CARROUSEL



TOWER PLANES



Реклама



Тел: +7 (495) 545 43 21
www.italpark.ru, info@italpark.ru
127238, Москва, Дмитровское шоссе, 71Б
Офис 210. Б/Ц 7 ONE





Роев ручей без секретов!

Парк «Роев ручей» распахнул свои двери для посетителей в августе 2 000 года и вошел в число лучших зоопарков России; стал достопримечательностью и символом города Красноярска и продолжил добрые традиции Елены Александровны Крутовской, основателя «Живого уголка доктора Айболита» в заповеднике «Столбы».

Название «Роев ручей» возникло от одноименного таежного ручья, который протекает рядом с парком. В пойме и русле ручья первые поселенцы острога Красного Яра (г. Красноярск) пытались найти золото и «Роев» возникло от слова «рыть».

Миссия Парка «Роев ручей» в сохранении, изучении и демонстрации удивительного мира дикой природы в условиях, максимально приближенных к естественной среде обитания.

Современный «Роев ручей» это:

- 53,0 га территории, где проживает более 8 000 экземпляров 697 видов животных со всего земного шара, 454 из которых занесены в международную Красную книгу;
- 1 017 видов и 1 935 сортов растений коллекционного фонда;
- парк аттракционов и развлечений для детей «Роев Парк»;

- детский контактный зоопарк «Сказкино»;
- «Колесо обозрения» высотой 50 метров, откуда ширина видимого горизонта в хорошую погоду достигает 45 километров;
- Парк Знаний «Эволюция»;
- «Таежная Заимка» в живописной зоне светлохвойной тайги и др.

Красноярский парк флоры и фауны «Роев ручей» отмечен сертификатом качества TripAdvisor®, является лауреатом смотра-конкурса «Хрустальное колесо». Сотрудники Парка входят в состав координационного совета по экологическому образованию и воспитанию администрации г. Красноярска, являются

членами Красноярского отделения Русского географического общества. Также «Роев ручей» член многих российских и международных союзов и ассоциаций.

Специалистами Парка отработана схема размножения порядка 100 видов диких видов животных, включая редких, занесенных в Красные книги (амурские тигры, дальневосточные леопарды, оцелоты, зубры и др.) Это позволяет успешно пополнять коллекцию, проводить обмены животными и их реализацию.

Общая концепция озеленения Парка – совместить различные стили садово-паркового искусства и создать тем самым интересный ландшафтный дизайн. Благодаря такому подходу тысячи людей смогли увидеть, как выглядит классический сад в Европе, насладиться умиротворением японского и китайского сада, почувствовать обаяние современного садового искусства, ну а красоту Сибири специально создавать не надо – она исторически окружает территорию парка.

Ежегодно «Роев ручей» посещают более 800 тысяч человек. Среди них:

- семейные пары с детьми в возрасте от 26 до 46 лет (32 %),
- бабушки и дедушки с внуками в возрасте от 46-64 лет (19%),
- молодежь в возрасте от 14 до 25 лет 50%.

Природоохранная деятельность, образование и современные технологии создают в парке уникальное интерактивное пространство для просвещения, развития «событийного» эколого-познавательного и этнокультурного туризма и проведения культурного досуга жителей и гостей города Красноярска.

В Парке можно посетить лекции, интерактивные авторские экскурсии, тематические и детские экологические праздники, квесты, фестивали, показательные кормления животных, настоящие уроки, занятия в клубах «Юный каюр» и «Юный биолог», принять участие в настоящей научной экспедиции, пройти полевую практику на «Биостанции».

Особое место занимают мероприятия, ставшие знаковыми. Коллектив Парка по праву гордится «Детским экологическим фестивалем



с международным участием «ЭкоСказы Роева ручья», ежегодно объединяющим 3,5 тыс. участников из более 30 регионов России, Китая, Беларуси и Монголии; «Всероссийским литературным конкурсом «Звезда Арктики-Умка» (более 1 700 участников).

С 2016 года «Роев ручей» является региональным оператором конкурса исследовательских работ и проектов естественно-научной направленности им П.А. Мантейфеля. Ежегодно в конкурсе участвуют не менее 100 юных ученых.

Формула культурно-досуговой деятельности Парка «Роев ручей»: «Современный и технологичный формат + просветительская работа + искусство + культурный досуг = воплощенное личное познание».

Созданию комфортных условий для отдыха посетителей способствуют не только художественная идея и творчество, но и современная материальная база: звуковое и световое оформление, сценическая площадка, аттракционы и др.

Любая компонента должна знать своё место и служить единой цели – формированию положительных эмоций наших гостей.



Парк самостоятельно организует и проводит в год более 1 000 экскурсий, 500 игр-квестов, более 75 тематических праздников, 25 крупных мероприятий, более 50 конкурсов и розыгрышей.

В Парке можно провести корпоративный или семейный праздник, День рождения, фотосессию с контактными животными, покататься на собачьих упряжках в зимний период и даже прийти на настоящие авторские спектакли Парка «Побег в зоопарк» и «В поисках Чуди».

Эти спектакли проходят не в зрительном зале, а на территории Парка. Формат соединяет в себе элементы экскурсии, компьютерной игры и квеста.

Духовность, мечта, переосмысление, сопереживание, культурные ценности, максимальная включенность – вот на чем сделан акцент самых запоминающихся проектов Парка.

Особым направлением работы Парка стали стационарные и выездные передвижные выставки с демонстрацией коллекций животных. Первой и самой проходимой выставочной площадкой стал железнодорожный вокзал города Красноярск.

Для удобства посетителей территория Парка разделена на тематические зоны: комплекс

«Медвежьи», комплекс «Куньи», аллея «Копытных животных», комплекс «Экзотические животные», комплекс «Кошачьих», Аква террариум, «Пингвинарий», комплекс «Скала» для крупных хищных птиц, «Аллея хищных птиц», «Аллея копытных», «Жирафы», «Комплекс Африканских животных», комплекс «Пруды».

В Парке есть персональный аудиогид на русском, английском, китайском, испанском, французском, немецком языках.

В 2021 году Парк представил на Международный фотоконкурс 35AWARDS серию фотоснимков питомцев «Роева ручья» и вошел в число победителей «100 лучших фотографов года» среди 6 644 человек из 134 стран.

Серия видеороликов «Песочные истории» о спасенных животных Парка стала победителем международного кинофестиваля «Nature Without Borders («Природа без границ» США) в номинации «Художественный фильм, посвященный животному, природе или окружающей среде».

С гордостью можем сказать, что Красноярский парк флоры и фауны «Роев ручей» является послом Енисейской Сибири на мировой информационной арене.

В настоящее время заканчивается создание нового генплана Парка, и уже в ближайшем будущем откроется самый крупный в России вольтерный комплекс для белых медведей, проектируется новый дом для приматов, с заменой клеток на прозрачные ограждения и иные современные технологии, когда животные экспонируются на фоне естественных пейзажей, в привычной среде обитания.

Шаг за шагом мы создаем свой маленький мир, в котором важным является каждое звено – иммерсивный дизайн, интерактивный прогулочный маршрут, оригинальный саундтрек, современные аттракционы, геопластика и ландшафтное оформление. Любая компонента должна знать своё место и служить единой цели – формированию положительных эмоций наших гостей – любого возраста, пола, социального положения. Посещение Парка должно стать своеобразным спектаклем, со своим сценарием, композицией и добрым финалом.

Приглашаем посетить прекрасную Сибирь и ждем в гости в Парк «Роев ручей»!

Андрей Горбань
Директор МАУ «Парк «Роев ручей»



СОЗДАЕМ ИГРОВЫЕ ПРОСТРАНСТВА

НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ

телефон: +7 (495) 120-89-99
ng@newhorizons.ru
www.newhorizons.ru

КАТАЛОГ ПРОДУКЦИИ



Реклама



ЛЮБОЙ ПАРК ДОЛЖЕН ИМЕТЬ ПАРОВОЗИК!

Галина Алексеевна Ефименко
Генеральный директор СП «Аттракционы из Волжского»

Все знают, что любой парк должен иметь паровозик! Привлекательность данного аттракциона не только для детей, но и для отдыхающих взрослых, беспорна. Возможно, это обусловлено его беспорной безопасностью. Паровозики мы выпускаем уже более 20 лет!

Визитной карточкой нашего предприятия является паровозик «Веселая радуга», который мы постоянно изготавливаем все эти 20 лет. В настоящее время используем два вида тяговых агрегатов – бензиновый на АИ-92 и электрический (мощность 3-4 кват, гелевые необслуживаемые тяговые аккумуляторы либо литиевые железо-фосфатные). Паровозик комплектуется вагонами четырех моделей. Модель «2-0» – 12 взрослых в одном вагоне, либо 16 детей, два входа с одной стороны вагона, тентовые крыши. Модель «4-4» – 16 взрослых в одном вагоне либо 21 ребенок, по 4 входа с каждого борта вагона, крыши из стеклопластика или тентовые по выбору заказчика, все катающиеся сидят лицом вперед. Модель «2-0М» (Паровозик «Малыш») - уменьшенные вагоны с двумя входами с одной стороны с загрузкой 6 взрослых либо 8 детских мест, крыши тентовые. Модель «3-3» – вагоны для узких дорожек парка- 9 взрослых либо 12 детских в одном вагоне, по 3 входа с каждого бокового борта вагона, крыши из стеклопластика или тентовые. Обычно заказчики приобретают комплект «Веселой радуги» из 2-х-3-х вагонов, но возможно и изготовление комплекта с одним вагоном модели «2-0» или «4-4».

Кроме «Веселой радуги» нас хорошо знают и по электрическому паровозу «Чих-Пых», который мы выпускаем уже 13 лет. В паровозике «Чих-Пых» двигатель 1 квт, 2 вагона – 8 посадочных мест. Он может использоваться как на открытых площадках – в парках, скверах, на набережных, так и в закрытых помещениях развлекательных центров. Так же, как и электрический вариант «Веселой радуги», данные паровозики комплектуются тяговыми гелевыми необслуживаемыми аккумуляторами (или литиевыми железо-фосфатными) и автоматическими зарядными устройствами. Опыт их эксплуатации показывает, что заряда аккумуляторов обязательно хватает на 12 часов работы, а при неполной загрузке и на 2-3 дня работы (хотя в целях сохранения емкости аккумуляторов рекомендуется заряжать их каждую ночь).

Паровозик «Чих-Пых» покорила наших заказчиков тем, что при достаточно компактных размерах в нем возможен прокат взрослых с детьми (ведь даже при прогулке в парке немногие родители решатся отправить маленького ребенка одного, не говоря уже о длинных коридорах ТРЦ). Также очень удачная колесная формула вагонов паровозика «Чих-Пых» позволяет разворачиваться в узких коридорах ТРЦ (радиус разворота всего 2 метра), паровозик очень маневренный. К сожалению, успех паровозика «Чих-Пых» привел к возникновению в интернете массы пред-



«Веселая радуга-Н» с вагонами «3-3»

ложений поддельных паровозиков «Чих-Пых» у наших различных «конкурентов». По своему опыту могу утверждать, что только длительный (более 7-8 лет) опыт производства и совершенствования конструкции в результате постоянного взаимодействия производителей с заказчиками, может гарантировать производство достаточно надежного аттракциона – даже такого простого на первый взгляд.

«Емелина Печка» с Санями-Прицепом» – это наш сказочный аттракцион, спрос на который традиционно вырастает в предновогодние дни и дни предвкушения Масленицы. Правда, находят любители сказки и летом (ведь аттракцион этот используется круглый год, а время проведения муниципальных аукционов зависит от выделения денежных средств из бюджета). Печка теперь также выпускается на бензиновом и на электрическом двигателе. Время эксплуатации ее без подзарядки с учетом эксплуатации при минусовых температурах – не менее 8 часов работы под полной нагрузкой, в летних условиях – 12-16 часов работы. Прокатиться на «Санях-Прицепе» вслед за сказочной «Емелиной Печкой» – от такого удовольствия вряд ли откажутся даже наши современные детки вместе с празднично настроенными родителями!

«Емелина Печка» так же, как и все наши паровозики, может быть оснащена разноцветной светодиодной мигающей лентой и музыкальной установкой для создания праздничного настроения посетителям Вашего парка.

Важно отметить, что все наши паровозики отличаются полной пожаробезопасностью, что особенно важно при эксплуатации их в помещениях ТРЦ, прекрасной влагостойкостью, а также морозостойкостью. То есть, им не страшны любые погодные условия на открытых площадках, в отличие от паровозиков, изготовленных из фанеры или других пожароопасных или не влагостойких материалов. Безопасность наших аттракционов подтверждается Декларацией соответствия ТР ЕАЭС 038/2016.

И еще – бензиновые паровозики и маленькие «Чих-Пыхы» мы постоянно производим «на склад», большие электрические и «Емелину Печку» пока только по заказу. В этом есть свои плюсы – для аттракциона по заказу всегда можно выбрать цветовую версию, и минусы – срок поставки аттракциона «на заказ» может быть до 2-х -2,5 месяцев.

*Мы работаем для Вас!
Звоните, приобретайте наши аттракционы!*

*С уважением ко всем читателям журнала,
Ефименко Галина Алексеевна
Генеральный Директор СП «АТТРАКЦИОНЫ ИЗ ВОЛЖСКОГО»
404111, г.Волжский Волгоградской обл.
Ул.Молодёжная, 30, офис 207
Тел./факс: (8443)27-53-13,
Тел.: (8443)27-35-30, 8-902-311-00-93
www.locomotive.org.ru, raduga0512@mail.ru*



«Емелина Печка с Санями-Прицепом»



«Веселая радуга-Н» с вагонами «2-0М»



«Веселая радуга-Э» с вагоном «4-4»



Паровозик «Чих-Пых»



Виртуальная реальность ПОД ВОДОЙ

Виртуальная реальность уверенно покоряет парки аттракционов и позволяет гостям получить эмоции, недоступные в реальном мире, а организациям – дополнительный доход. Прогнозируемый объем рынка виртуальной и дополненной реальности в мире к 2030 году составит 454,73 миллиардов долларов. 60% от этой суммы приходится на индустрию развлечений, что составляет 272,84 миллиардов долларов.

Эти расчёты производились для виртуальной реальности, которую можно встретить в тематических парках на суше, но как же аквапарки? Вы можете исследовать парк Юрского периода, бороздить космические просторы, спускаться в недра Земли – а что насчёт Атлантиды?

История водной виртуальной реальности началась в мире совсем недавно, всего несколько лет, и стремительно развивается. Давайте посмотрим, как аквапарки могут откусить свой кусок «виртуального пирога», и какие компании могут им в этом помочь.

Компания VRDiver

Страна: Россия

Контент: виртуальная локация + видео 360 градусов + есть возможность загружать свой контент.

VRDiver Snorkeling – система плавания в виртуальной реальности, первая в мире система с трекингом движений и полнолицевой водозащитной маской позволяет почувствовать себя дайвером в пределах водного пространства диаметром до 4 метров.

Оборудование: водозащитная полнолицевая маска виртуальной реальности, обвязка, система закрепления и аудиосопровождение.

Вы надеваете шлем и специальную обвязку с модулем трекинга и погружаетесь в фантастиче-

ский безграничный океан, чтобы исследовать затонувшие корабли, подводные пещеры и обломки древней Атлантиды прямо в вашем бассейне!

От столкновений со стенками бассейна вас удерживает система закрепления.

Первая в мире шестиосевая система трекинга, работающая под водой, позволяет вам перемещаться в любом направлении, а компании VRDiver – реализовать игровой контент. Так заплыв из исследования локации превращается в увлекательную динамичную и первую в мире подводную VR-игру!

Аттракцион отлично подойдет как аквапарку с высокой проходимостью, так и СПА-центру с бассейном.

Может использоваться как инклюзивное развлечение для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Компания Ballast Technologies

Страна: США

Контент: отрисованный ролик, видео 360 градусов.

DIVR® – подводная виртуальная реальность для детей и взрослых.

Оборудование: полулицевая водозащитная VR-маска с отдельным snorkелем (трубка для дыхания), специальный удерживающий пловца пояс и якорь. Возможна комплектация со специальным устройством, обеспечивающим тактильные ощущения, синхронизированные с виртуальным контентом. Трехосевая система трекинга позволяет оглядываться по сторонам в фантастическом виртуальном мире.

Пусть пользователь и не может управлять своим перемещением, он по достоинству оценит подводный мир или космические просторы, а специальное устройство испускающее колеблющиеся струи воды добавит тактильных ощущений и усилит погружение в виртуальный мир.

VRSlide® – позволит дополнить спуск с реальной водной горки виртуальным контентом.

Для этого понадобится водозащитный VR-шлем и сам контент, при этом визуальная составляющая должна полностью соответствовать перемещению человека и точно повторять все изгибы спуска. Незабываемые впечатления гарантированы!



Компания Swim VR (Свим ВИАР)

Страна: Германия

Контент: отрисованный ролик, видео 360 градусов

Swim VR несет красоты океана в каждый бассейн!

Оборудование: полулицевая VR-маска и отдельно трубка для дыхания (snorkель), также в комплекте система нижнего закрепления пользователя: пояс и якорь.

Вы надеваете VR-маску и пояс, который удерживает вас на месте и можно наслаждаться подводным миром, отснятым дайверами (видео 360 градусов). Плыть при этом никуда не нужно, но можно смотреть по сторонам и релаксировать, рассматривая подводную флору и фауну.

Diving Theatre – новаторский подводный аттракцион.

Оборудование: установка состоит из двух бассейнов с модулем управления между ними, также в комплект входят полулицевые VR-маски и трубки для дыхания.

Как утверждает компания Swim VR, установка легко помещается в один грузовик – самое объемное оборудование в нашей подборке!

Мощные потоки воды, эффект воздушных пузырьков и подводный звук синхронизированы с виртуальным приключением. До 4 гостей

Целевая аудитория аттракциона водной виртуальной реальности: дети от 10 лет и взрослые.



могут зайти в небольшие бассейны и испытать захватывающие приключения. VR-контент представлен анимационным роликом – яркое, динамичное приключение в подводном мире. Своим перемещением вы при этом не управляете, но это не страшно, анимированный персонаж осьминог Snoggi проведет вас по запланированному маршруту. Рекомендации компании по продолжительности сеанса: 3-5 минут. При этом продолжительность эмоций от аттракциона – на весь день!

Компания Dolphin Swim Club

Страна: Нидерланды
Контент: видео 360 градусов

Основное направление работы компании Dolphin Swim Club – реабилитация.

Следуя концепции Mental Health, цель компании – сделать плавание с дельфинами доступным для всех, кому необходима терапия.

Оборудование Dolphin Swim Club составляет маска виртуальной реальности и snorkель, система закрепления пловца при этом отсутствует, но в бассейне обязательно должен присутствовать реабилитолог. Контент – видео 360 градусов с дикими дельфинами.

Подводная виртуальная реальность может использоваться не только как развлечение, но и с целью реабилитации. Плавая с удивительными морскими созданиями вы испытываете мягкую релаксацию и расслабление, удовольствие с терапевтическим эффектом!

Компания Shhuna

Страна: Германия
Контент: VR-контент, дополненная реальность.

Ещё один проект с шестиосевой системой трекинга – проект Aquarium от Shhuna.

Оборудование: станции трекинга, полнолицевая маска виртуальной реальности со встроенным snorkелем.

Система трекинга Shhuna отслеживает людей в бассейне во время свободного плавания.

Вы надеваете маску, ныряете в бассейн и свободно по нему перемещаетесь!

Проект предполагает дополненную реальность, таким образом, вы видите стенки бассейна и можете вовремя сменить направление движения.

Неограниченное движение в данном случае кажется более естественным, чем ограниченное, но с другой стороны, увеличение водного пространства, необходимого для полноценного геймплея в системе свободного плавания, может стать проблемой. Во-первых, для аттракциона вам придется выделить целый бассейн, а во-вторых, ваш виртуальный мир в этом случае обретает конкретные физические границы. Возможность столкновения со стенкой бассейна также должна быть учтена и может потребовать дополнительных мягких плавающих границ.

Выводы

Для того, чтобы организовать аттракцион подводной виртуальной реальности в вашем бассейне, необходимо:

- приобрести оборудование;
- установить оборудование в обособленное место бассейна диаметром 4 метра и глубиной 1-1,5 метра, куда не будут заплывать другие гости (или выделить отдельный бассейн для решения Shhuna Aquarium);
- назначить оператора, который будет следить за погружениями и проводить инструктаж гостей.

Целевая аудитория аттракциона водной виртуальной реальности: дети от 10 лет и взрослые.

Стоимость оборудования для аттракциона подводной виртуальной реальности варьируется от 7000 долларов до сотен тысяч долларов.

При этом аттракцион имеет быструю окупаемость – от 3-х месяцев, в зависимости от стоимости оборудования при постоянном потоке гостей.

В данный момент подводная виртуальная реальность – тренд, который только начал своё развитие, поэтому те компании, которые примут решение внедрить инновационное развлечение для своих гостей, имеют полное право называться «первыми», привлечь этим внимание и увеличить поток клиентов. Из обзора выше видно, что 3 из 5 компаний-производителей водных VR-решений просто показывают гостю, который находится под водой, видео. Но даже это производит огромное впечатление, особенно, если учесть, что в России далеко не все когда-либо сталкивались с виртуальной реальностью даже на суше!

Больше возможностей предоставляют системы, в рамках которых реализован трекинг движения: немецкая дополненная реальность Shhuna Aquarium и российская виртуальная реальность VRDiver. С этими решениями

ваши гости могут не просто смотреть по сторонам в воде в VR-маске, но и полноценно плыть внутри специально созданного виртуального мира. Дополненная реальность «рисует» поверх настоящего мира, а виртуальная – полностью заменяет его, поэтому ощущение погружения в виртуальный мир – более полное, чем в случае дополненной реальности.

Выбирайте свой кусок «виртуального пирога» миллиардного рынка, будьте в курсе новых тенденций и дарите вашим гостям незабываемые эмоции, чтобы они возвращались к вам снова и снова!

Александра Пагина
Директор по маркетингу
ООО «ВиАрДайвер»

Статья написана по материалам доклада на международной конференции «Theme Park Expo Vietnam 2022».

Производство карт оплаты для любых билетных систем



ПЛАКАТ
ПЛАСТИКОВЫЕ КАРТЫ
RFID-БРЕЛКИ И БРАСЛЕТЫ



ПЛАКАТ

Адрес: г. Нижний Новгород,
ул. Полтавская, 30 литера "Б"
Тел.: **+7 (831) 228-15-15**
Сайт: www.placat.ru
E-mail: card@placat.ru





Летняя встреча РАППА в Санкт-Петербурге

10-я Юбилейная Летняя международная встреча специалистов индустрии развлечений прошла с 12 по 15 июля 2022 года в Санкт-Петербурге!

Форум привлёк рекордное количество участников: 200 специалистов из 62 городов России, Казахстана и Беларуси.

Организатор мероприятия – Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА). Генеральный информационный партнер – журнал «Аттракционы и Развлечения»; информационные партнеры – портал VTORIO.COM, коммуникационное агентство «СПОРТ АКАДЕМ РЕКЛАМА» и др.

Форум проходил при поддержке Администрации Санкт-Петербурга. Как отметил вице-губернатор М.Ю. Соколов: «Проведение 10-й Летней международной встречи специалистов индустрии развлечений в Санкт-Петербурге стало знаковым событием для специалистов культурно-развлекательной отрасли и событийного туризма».

Программа была весьма насыщенной.

До начала официальной части, 12 июля, участники посетили исторический центр города – Петропавловскую крепость во время пешеходной экскурсии и водной прогулки на теплоходе по рекам и каналам Санкт-Петербурга.

13 июля форум официально открылся в большом конференц-зале отеля «Санкт-Петербург». После приветствия вице-президента РАППА Игоря Родионова, состоялось награждение юбилейными дипломами участников, которые много лет поддерживали Летние встречи РАППА и принимали участие в них.

Далее состоялась конференция.

Развитие рекреационных и туристических кластеров представила Анна Дугар-Жабон, учредитель консалтингового агентства «Creative Park Solutions», на примере презентации первого в России агротуристического парка развлечений в городе Сочи.

«Кризис – как драйвер роста в индустрии развлечений» – данную тему раскрыл Дмитрий Крутиков, генеральный директор аквапарка «Питерлэнд».

Екатерина Слащёва, руководитель департамента парков и мероприятий «Союзмультфильм», рассказала о новых форматах развлекательных парков и интерактивных видов досуга.

Основным правовым проблемам и актуальным мерам поддержки в индустрии развлечений было посвящено выступление Жана Батырова, основателя и управляющего партнера «J&P Solutions». Так же в рамках своего выступления спикер анонсировал создание при РАППА комитета по оценке качества и безопасности оказываемых услуг, целью которого станет экспертная оценка спорных вопросов и ситуаций, возникающих у предприятий индустрии развлечений.

Деловая программа продолжилась «Форумом производителей». Новинки развлекательного оборудования и услуг для индустрии развлечений презентовали ведущие российские компании: КБЭА, BigDecor, ГРОС, ИОЛЛА, АэроМир, FAMILYVIKE, АТТРАПЛАСТ, Game-Keeper, Волгоградские аттракционы, SmartVend, ГЛОБАЛ, LAS VEGAS, ФонтанГрад, Лайм-Софт, RFresco, Натали парк, VRDiver, ПАКС-Дизайн, Учебный Центр РАППА, ДИАМЕТ, «Сказка» Фабрика аттракционов, Вязанные парки «УЛЕЙ». Специальным блоком «Сделано в Санкт-Петербурге» были отмечены предложения от компаний Северной столицы: GIARMO, Воздушный Замок СПб, Мегаполис, БОЛИД, СПАРТА, Восток, СПОРТСТРОЙСЕРВИС, Time Trial.

Бизнес-день продолжился посещением торгово-развлекательного комплекса «Питерлэнд». Участники познакомились с работой сразу нескольких центров отдыха: аквапарка «Питерлэнд», электрического картинга «Black Star Karting», аэротрубы «Fly Arena», семейного парка «Joki Joya», верёвочного парка «Высотный Город», аттракциона искусственной волны «Surfing», отеля «PiterLand», немецкого ресторана с собственной пивоварней «Папаша Клаусс». На вопросы участников подробно ответили представители каждой развлекательной локации.

Завершился первый день торжественным приемом в честь открытия 10-й Юбилейной летней международной встречи РАППА в Санкт-Петербурге. Здесь же были подведены итоги



Форум привлёк рекордное количество участников: 200 специалистов из 62 городов России, Казахстана и Беларуси.

конкурса видеороликов «Лето в парке». Первое место занял МАУ «Красноярский парк флоры и фауны «Роев ручей». В тройку призеров так же вошли парк аттракционов Сити-парка «Град» г. Воронеж и парк развлечений «Радуга Лэнд» г. Екатеринбург.

Второй день форума, 14 июля, начался с уже традиционного спортивного события – Летнего забега РАППА, который прошел на Петровской набережной у крейсера Аврора. Несмотря на раннее утро, настоящие энтузиасты бега приняли участие в этом корпоративном состязании. По итогам соревнований были определены победители в мужском и женском разрядах.

Три образовательные сессии, проходившие с 9-30 утра, были посвящены актуальным темам: «Парк развлечений в мире «VUCA», или как выжить в нестабильное время», проводила Наталия Лиховецкая. Второй семинар, посвященный поиску «точек роста» в индустрии развлечений, провели специалисты компании «EntenS Group». В рамках третьей сессии участники посетили завод по производству аттракционов «ВОСТОК».



Далее программа форума продолжилась в парке аттракционов «Диво Остров», где участники имели возможность оценить панораму города с высоты 55-метрового колеса обозрения.

Посещение парка развлечений «Maza Park» позволило познакомиться с концепцией развлекательного центра с единым входным билетом. Участники не только узнали полезную информацию, но и получили возможность опробовать на себе огромное многообразие аттракционов и игровых автоматов, в том числе новинки парка – аттракцион виртуальной реальности и компьютерный клуб.

Деловая часть форума завершилась торжественной церемонией вручения дипломов участникам.

Следующий день (15 июля) был полностью посвящен экскурсионной программе. Участники посетили знаменитый дворцово-парковый комплекс «Петергоф» и город-крепость «Кронштадт», где увидели сразу несколько интересных объектов: форт «Константин», Якорную площадь и величественный Морской собор.

10-я Юбилейная Летняя встреча РАППА вызвала множество восхищенных отзывов у специалистов индустрии развлечений. Эта Летняя встреча поставила новый рекорд по количеству участников, числу городов и ярких впечатлений. Большинство отметили насыщенную деловую программу, четкую организацию, возможность непосредственного обмена мнениями и опытом с коллегами из разных регионов. Конечно, такому результату во многом способствовало и место проведения форума – прекрасный город Санкт-Петербург!

**До следующей Встречи!
Ждите нас в своем городе!**

Андрей Осипов

ШЕЛБИ
пожалуй, лучшие детские игровые пространства

shelby-ltd.ru

Российская ассоциация парков и производителей аттракционов

Каталог участников выставки РАППА ЭКСПО

Реклама

Перейти на страницу

Призовые билетки России

производство
персонализация
наличие стандартного дизайна
организация доставки

Реклама

8 921 354 52 56
media.project@mail.ru призбилет.рф
ООО «Медиа-Проект» г.Санкт-Петербург

Производственное объединение «ВОСТОК»

г.Санкт-Петербург

<https://vostokrides.ru>
info@vostokrides.ru
+7(800) 333-55-24
+7(812) 640-46-11
+7(921) 941-78-85
+7(921) 930-47-62

Реклама



Потребительский экстремизм в индустрии развлечений. Эффективные меры противодействия.

Жан Батыров

Практикующий юрист и основатель юридической компании «J&P Solutions», помогающей индустрии развлечений стать безопаснее и сильнее.

Сопровождая индустрию развлечений с 2016 года по всем возникающим юридическим вопросам, я неоднократно сталкивался с самыми изощренными способами потребительского экстремизма.

Понимание того, что законодатель усиленно защищает интересы потребителей, всегда считая их более слабой и априори добросовестной стороной правоотношений, сподвигло меня при разработке эффективных способов противодействия недобросовестному поведению потребителей, использовать не только свои юридические навыки и практику, но и знания в психологии.

Рассмотрим обобщенный сценарий потребительского экстремизма при незначительной травме в парке развлечений:

1. В парк развлечений (далее – парк) приходит гость (далее – потребитель), у которого изначально может и не быть какого-либо корыстного умысла.
2. В процессе оказания услуг с потребителем происходит инцидент (незначительная травма, конфликт). Причиной инцидента является либо действия самого потребителя, либо стечение обстоятельств, которые парк, объективно не может предупредить.
3. Потребитель обращается к администрации парка и требует компенсации, угрожая жалобами в контролирующие органы в случае их неудовлетворения.
4. При удовлетворении безосновательных требований потребителя, проблема с конкретным потребителем решается, однако злоупотребления другими потребителями по аналогичной схеме, повторяются из раза в раз.
5. Отказ в удовлетворении требований потребителя, чаще всего приводит к проверкам контролирующих органов, судебным спорам и значительным затратам времени, нервов и денег менеджмента парка.

Из вышеописанного сценария, на первый взгляд, ситуация кажется безвыходной, однако это не так!

Бороться с недобросовестным поведением потребителей можно и нужно, однако рекомендуется это делать только в том случае, если на указанные ниже вопросы, Вы ответите положительно, в противном случае велика вероятность усугубить свое положение:

1. Оказываемая вашей организацией услуга соответствует всем требованиям безопасности (ПБ, ТБ, СанПин, ЗПП, ОТ, ЭБ, ГО и ЧС и пр.) и не создает угрозу причинения вреда жизни и здоровью посетителей и персонала?
2. Информация о характеристиках оказываемой вашей организацией услугах своевременно и полно доведена до клиента и у вас есть соответствующее этому подтверждение?
3. Клиент выразил свое однозначное согласие на соблюдение установленных в вашей организации правил и ограничений и у вас есть соответствующее этому подтверждение?
4. Персонал, оказывающий услуги квалифицирован и ответственно выполняет возложенные обязанности по инструктажу и присмотру за посетителями?

5. В произошедшем с потребителем инциденте нет вины организации и ее сотрудников, а организация предприняла всё от нее зависящее, чтобы предупредить/исключить возникновение любых инцидентов?

Если на вышеуказанные вопросы Вы ответили положительно, безусловно, имеет смысл противодействовать недобросовестному поведению потребителей и лучше это делать по определенному алгоритму, учитывающему психологию конкретных групп потребителей.

Ниже некоторые общие положения из инструкции по взаимодействию с потребителями, получившими незначительную травму:

1. При любой даже незначительной травме потребителя, незамедлительно окажите ему помощь и поддержку (моральную, психологическую), при необходимости вызвав скорую помощь.
2. Спокойно выслушайте все недовольства и претензии потребителя, скажите, что сожалеете о произошедшем и обязательно разберетесь в случившемся, а о результатах доложите потребителю.
3. При объективной возможности, проявите лояльность к потребителю, например, предложив десерт или входной билет в подарок.
4. Поддерживайте связь с потребителем несколько недель после инцидента, искренне интересуясь состоянием здоровья лица, получившего травму.
5. При получении письменной претензии от потребителя, направьте все документы по инциденту в Комитет по оценке качества и безопасности услуг (далее – Комитет), созданный при совместном сотрудничестве Ассоциации РАППА и юридической компании J&P Solutions.
6. Изучите полученный от Комитета ответ и, при необходимости, направьте его потребителю, действуя по инструкции, указанной в сопроводительном письме.

Почему важно придерживаться вышеуказанных рекомендаций и для чего направлять документы в Комитет:

Во-первых, потому что парку практически бессмысленно первому ввязываться в юридическую войну с потребителем, т.к. интересы потребителя всегда усиленно защищаются законодателем. Это связано с тем, что потребитель более слабый, по сравнению с предпринимателем, участник право-

отношений. Кроме того, презюмируется что потребитель изначально действует добросовестно, пока обратное не будет доказано предпринимателем.

Во-вторых, опыт и практика J&P Solutions по сопровождению более 300 претензий в год подтвердила гипотезу, что около 35% инцидентов по которым потребители получают незначительную травму, не продолжают активных действий, при выполнении парком первых 4-х шагов инструкции в течение 14 дней после инцидента. Это связано с определенным психотипом такой категории потребителей, которым важнее увидеть (почувствовать) сопереживание и желание помочь, нежели получить материальную выгоду.

Оставшихся 65% потребителей, можно условно разделить на:

- тех, кому важно получить материальную выгоду от предпринимателя, нарушившего (по их мнению) права или причинившего им ущерб. Для достижения своей цели, они пишут претензии, жалобы, обращаются в суд. В основном, пик активности такой категории граждан от 1 до 3 месяцев, в зависимости от активности действий организации;
- тех, кому важно «справедливо» наказать «виновного», во что бы то ни стало. Пик активности таких потребителей, не определен.

Для эффективного противодействия вышеуказанным 65% недобросовестных потребителей в т.ч. и создан Комитет. Поступившая по электронной почте от парка информация анализируется юридическим блоком Комитета на предмет возможных правовых рисков для парка, после чего готовится ответ на обращение потребителя (как правило, отказ или запрос доп. документов).

Юридически обоснованный отказ в удовлетворении необоснованных требований потребителя, визируется председателем Комитета и направляется в парк для перенаправления потребителю. Потребитель, получивший отказ с визой Комитета (некоего арбитра), психологически воспринимает его с меньшей агрессией, чем отказ, полученный от организации, нарушившей (по мнению потребителя) его права.

Если же все вышеуказанные методы досудебного противодействия недобросовестному потребителю не возымеют результата и потребитель решит обратиться в суд, рекомендуется формировать позицию защиты со сбором доказательств недобросовестности потребителя.

Для этого давайте разберем сам термин «потребитель» содержащегося в Законе РФ №2300-1, в контексте услуг, оказываемых парком развлечений.

Бороться с недобросовестным поведением потребителей можно и нужно.



timetrial.ru

**ЗАВОД ИЗГОТОВИТЕЛЬ
НАДУВНЫХ АТТРАКЦИОНОВ**

Зимние санки, ватрушки



Буксируемые аттракционы



timetrial.ru



Реклама

Потребитель – это гражданин, имеющий намерение получить какую-либо услугу, либо уже получающий услугу, оказываемую коммерческой организацией (организационно-правовая форма не имеет значения).

Услуга, оказываемая гражданину-потребителю должна быть направлена исключительно для удовлетворения его личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с получением дохода в результате получения такой услуги.

Так при одновременном совпадении двух факторов, что: 1) потребителю (физическому лицу) оказывается услуга коммерческой организацией и 2) получаемая потребителем (физическим лицом) услуга направлена на удовлетворение его нужд, не связанных с получением какой-либо коммерческой выгоды, интересы потребителя будут усиленно защищаться законодательством о ЗПП.

Однако, если гражданин приобретает услугу в коммерческих целях, то законодательство о защите прав потребителей на такие отношения распространяться не будет, но коммерческую цель потребителя нужно будет доказывать предпринимателю.

Как раз в этом ключе и нужно формировать позицию, доказывая изначальную корыстную (коммерческую) мотивацию потребителя. Но задача не из простых, т.к. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 «О защите прав потребителей» устанавливает для потребителей целый комплекс различных предпочтений, таких как: специальные виды неустоек (п. 1 ст. 23, п. 3 ст. 23.1, п. 5 ст. 28); штраф за неисполнение в добровольном порядке требований потребителя (п. 6 ст. 13); освобождение от уплаты государственной пошлины при обращении в суд (п. 3 ст. 17); альтернативную подсудность (п. 2 ст. 17) и т.д., которые дополнительно усложняют борьбу.

Кроме того, в практике встречаются случаи намеренного промедления потребителя с подачей судебного иска в целях увеличения размера неустойки за неудовлетворение исполнителем его требований, предъявленных в досудебном порядке. Такое поведение также необходимо расценивать как злоупотребление правом.

Учитывая изложенное, полагаю, что процесс противодействия недобросовестным потребителям должен строиться на системном подходе, где в первую очередь следует создать по-настоящему безопасную услугу, далее, используя механизмы эффективного противодействия пытаться урегулировать конфликт в досудебном поле, а уже в крайнем случае идти в суд и формировать положительную судебную практику.

ГОВОРЯТ, ЧТО МЕЛОЧИ ИМЕЮТ ЗНАЧЕНИЕ. ЭТО НЕ ТАК. МЕЛОЧИ РЕШАЮТ ВСЁ!

BOLID.TEAM since 2000 **Группа компаний «БОЛИД»**
Разработка – Производство – Эксплуатация

Призовые аттракционы могут по-другому, и выглядеть и зарабатывать! Пообщаемся?

Руководитель группы компаний «БОЛИД»
Николай Должанский +7 921 940-42-79

Ваш поставщик призового фонда!
мягкий-приз.рф

Реклама

Больше работ на нашем сайте
natalipark.ru
8 983 185 7667

Реклама

Фигурка Дракоша
Фигурка Дракон
Фигурка Домик
Топиарий Едунорог
Топиарий Кустики
Семейный аттракцион
Топиарий Мишка
Аттракцион Муравей
Помощник фигуриста Дракоша
Помощник фигуриста Медведь
Буквы
Буквы

QR code: natalipark.ru

8 (903) 991 21 98
8 (906) 946 73 59

natalipark@mail.ru
natalipark.ru

Аттракционы:

Семейные

Колеса обозрения

28/36/42/55/60/75

Свадебная карусель

Цепочные карусели

Автодромы

«Ракушки»

«Летающие слоны»

Горки «Гусеница»

«Ветерок»

Детские

Колесо обозрения

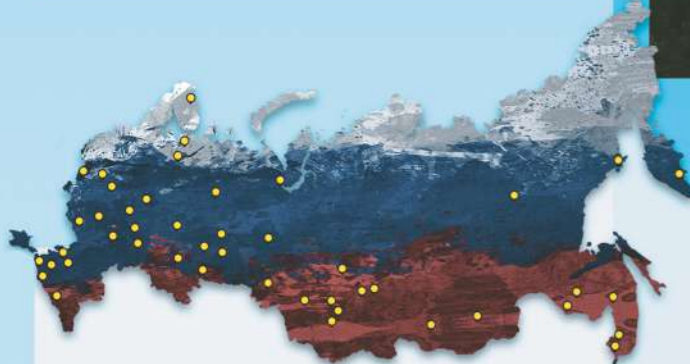
Паровозик

Мини-джеты

Карусели, качели

Бассейны и батуты

Реклама

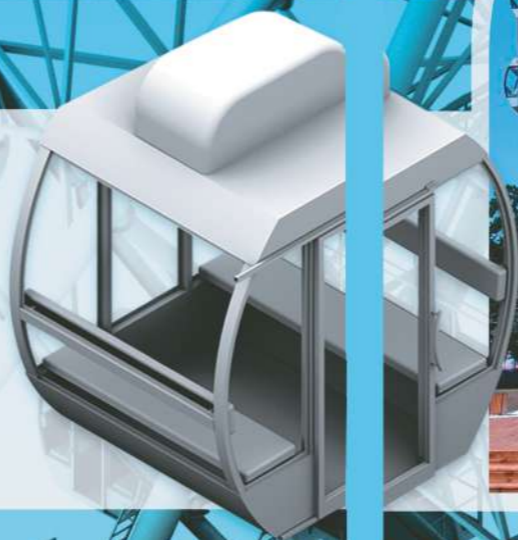


Произведенные нами аттракционы
установлены в парках и
развлекательных центрах на всей
территории России, СНГ и стран
ближнего зарубежья.

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

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

info@inpark.su
inpark.su





ВЫШЕ РАДУГИ

Пять советов для небольшого парка

Ксения Кармаçких
Управляющая парком ТРЦ «Радуга ПАРК»,
г. Екатеринбург

Эта статья для маленьких парков – районных, или расположенных в небольших городах, о том, как развиваться и выживать в нестабильном мире.

Я пришла в Радугу парк в начале лета 2021 года, и передо мной стояла задача продвижения открытого парка аттракционов. Наш парк районный, не главный парк города, но, как и любой другой парк, мы имеем свои перспективы. Развитие городской среды в сторону отдыха – текущий тренд, возникший после массовой застройки городов жилыми комплексами, бизнес-центрами и ТРЦ. Поэтому, я искренне радаю за развитие каждого небольшого парка.

Пять советов, если ты не на первых ролях!

Совет №1: Осмотритесь и прислушайтесь.

Для меня важно смотреть на любую историю со стороны, от третьего лица. Наш парк в масштабах города – это небольшой районный парк, расположенный за торговым центром. За – это значит, что со стороны улицы даже не войти.

Также важно общаться с посетителями. Думаю, если вы управляющий небольшим парком, то тоже имеете такую возможность – пообщаться с гостями лично, в обычной дружеской беседе на лавочке.

Перед началом работы над концепцией я лично опросила 20 разных посетителей парка и зафиксировала результаты. Далее, узнала мнение о парке коллег, арендаторов, друзей и знакомых. Было любопытно, что почти все, кто не являлся нашими постоянными клиентами, сравнивали нас с центральным парком культуры и отдыха и рекомендовали повторять все за ним.

Совет №2: Изучайте других, но выбирайте свой путь.

Удачная концепция и зонирование парка сложились благодаря общению с гостями.

Я считаю, что не нужно слепо следовать за крупными игроками и копировать их действия. Да, полезно изучать чужой опыт, но, если у тебя нет таких же ресурсов, как у конкурента, то аналогичные телодвижения будут бессмысленными. Правильнее здраво оценить свои возможности и работать с ними. Я считаю, что сейчас Радуга парк идет по своему собственному пути.

Совет №3: Преображайте недостатки в преимущества.

Маркетинг диктует искать преимущества и строить концепции на них. У меня получилось наоборот, позиционирование мы

построили на недостатках. Возможно, я слишком позитивный человек и нахожу во всем плюсы.

Итак, что мы имеем:

1. маленькая территория;
2. вход через торговый центр;
3. сложный ландшафт, из-за которого люди не знают, что за деревьями еще что-то есть;
4. уже не новые, и в большей степени, малышковые аттракционы, которые к тому же не наши;
5. минимальный штат своих сотрудников.

Пять недостатков превращаем в преимущества!

Недостаток площади и торговый центр под боком дают гостям больше возможностей для досуга в ограниченное время. За одну прогулку можно отдохнуть, развлечься и что-то купить.

Сложный ландшафт позволил скрыть старые аттракционы за деревьями.

Маленький штат дал мне больше времени на общение с арендаторами.

Сейчас мы предлагаем гостям уютный парк, где можно испытать массу эмоций за одно посещение.

У Вас наверняка возник вопрос, почему мы не избавились от некоторых морально устаревших аттракционов. Честно, хотели, но многие гости встали горой за маленькие батуты, карусельки, призовые и малышковые аттракционы. Поэтому, мы убрали какую-то часть, какую-то оставили, и часть обновили, благодаря нашим арендаторам.

Неровный ландшафт позволил зонировать территорию парка по интересам, или, как мы назвали в концепции – по эмоциям.

Центральная аллея парка стала территорией «Релакса» – отсюда мы убрали аттракционы, посеяли газон, расставили шезлонги. Место у пруда и водопада назвали территорией «Любви» – пространство для свиданий и фотосессий с близкими.

Аттракционы поделили на три зоны: территория «Адреналина», где собрана техника для острых ощущений; территория «Веселья», на которой представлены детские и семейные аттракционы; территория «Восторга», куда мы вынесли аркадные призовые аттракционы.

Таким образом, мы смогли удовлетворить все целевые группы. Родителям с детьми стало удобно выбирать аттракционы по возрасту и интересам, а гостям торгового центра, которые с покупками вышли передохнуть, не надо искать тихое место, где насладиться природой.

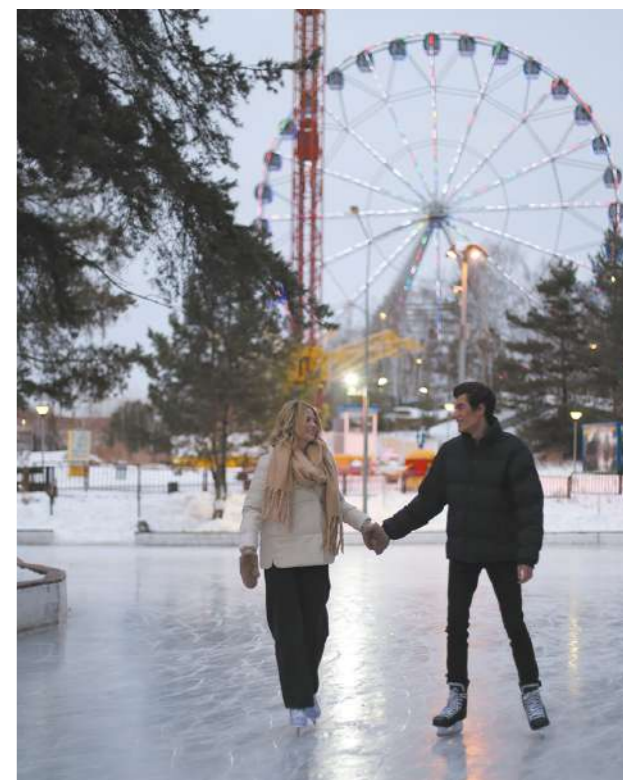
Удачная концепция и зонирование парка сложились благодаря общению с гостями.

Совет №4: Привлекайте посетителей.

Яркий пример: к летнему сезону мы хотели обновить скамейки, но бюджета на это не было. Решили покрасить старые. Бренд-менеджер торгового центра показала пример, когда скамейки раскрашивают детскими рисунками. Нас эта идея вдохновила, и мы нашли партнеров – студию и производителя краски, а далее устроили для гостей праздник с разрисовыванием скамеек. Все были очень довольны!

Совет №5: Партнерство.

У нашего парка небольшой штат, поэтому мы тесно дружим с арендаторами, и часть работы



ложится на их плечи. Одна из главных задач – находить верный Win-Win, когда и нам хорошо, и арендаторы в плюсе.

Еще мы дружим с конкурентами, это выгоднее борьбы. Рядом с нами в торговом центре есть крытый парк «Радуга Лэнд». Мы обмениваемся подарками, согласовываем крупные события, чтобы наши праздники не пересекались. А еще шутим, что когда погода плохая, то все гости у них, а когда солнце – в нашем парке.

Я считаю, что наш парк является частью культурно-досуговой сферы Екатеринбурга и верю, что мы участвуем в решении важной социальной задачи – сделать город уютным, интересным и привлекательным, а людям подарить счастливые моменты жизни!



Правильный фундамент для развития активити-парка

Антон Буйнов
Генеральный директор компании «Лайм-АйТи»

Многие знают формулу идеального активити-парка, но достичь желаемого результата часто не позволяет ограниченный бюджет. В этом случае важно на старте правильно настроить процессы обслуживания посетителей и подобрать инструменты, которые помогут бизнесу стремительно развиваться на каждом этапе его роста.

Предприниматели индустрии развлечений часто сходятся во мнении, что выручка активити-парков держится на «трех китах»: входные билеты, кухня и мероприятия.

Когда же начинаешь копать глубже, то формула успешного активити-парка становится более сложной: площадка 2 000+ кв.м. в ТРЦ с высокой проходимостью, просчитанная концепция или готовая франшиза, ресторан с удобными диванами и продуманным меню, комнаты для проведения дней рождений, площадка для мероприятий, отдел продаж, креативная команда аниматоров и сильный менеджмент. Помимо времени и сил, для такого формата требуется порядка 30 млн. рублей. Понятно, что не все обладают такими стартовыми вложениями.

Поэтому, в нашей стране очень много небольших (до 1 000 кв.м.) активити-парков. Обычно они выглядят так: площадка 700 кв.м. в ТЦ с детскими магазинами, концепция по наполнению скопирована с какого-нибудь сетевого проекта, а целевая аудитория не анализировалась. Как правило, это первый бизнес соб-

ственника в сфере развлечений, бюджет сильно ограничен (около 3 млн. руб.), ресторан заменен на кафе с готовой едой, не более двух комнат для проведения дней рождений, а функцию отдела продаж выполняет администратор.

Цель собственника – окупить проект в течение 6-12 месяцев. Дальнейшее развитие предполагает два сценария:

1. Расширение на соседние площади в текущем ТЦ.
2. Создание сети активити-парков небольшого формата.

Собственник должен понимать, что без автоматизации процессов эта цель недостижима.

К сожалению, нередко помещение арендовано, ремонт заканчивается, а с ним и деньги, владелец вспоминает, что нужно еще и билеты продавать. Средств на билетную систему нет, но совершенно очевидно, что без нее не обойтись.

Возникает извечный русский вопрос: что делать?

Ответ: действовать поэтапно в организации процессов обслуживания посетителей парка развлечений!

На старте можно заложить правильные процессы работы с посетителями, которые в дальнейшем усилят продажи за счет возможностей билетной системы.

Этап 1

На первом этапе развития активити-парка с почти нулевым бюджетом устанавливать билетную систему с турникетами, CRM и прочими «наворотами» не имеет смысла. Чтобы начать работать, достаточно организовать продажу входных билетов. Для этого необходимо установить кассу и купить браслеты двух цветов (2 часа и безлимит). Персональные данные посетители будут оставлять в бумажных анкетах. Информацию будет нужно перенести руками в Excel. Таким образом, будет заложен правильный фундамент для роста бизнеса. Цена вопроса 50 000 рублей, при наличии ноутбука.

Этап 2

На втором этапе, когда о вашем парке узнает гораздо больше людей, усилится поток посетителей и выручка стабилизируется на понятной отметке. В этот момент потребуется организовать контроль входа, возможность доплаты до безлимитного тарифа на выходе, плюс поставить на поток продажу услуги проведения дней рождений. Это даст рост выучки порядка 30%.

Благодаря правильной организации продаж, на втором этапе необходимо добавить к кассе и браслетами турникет для контроля входа и выхода. Данные гостей можно легко перенести из Excel в CRM, в том числе для того, чтобы организовать отдел продаж дней рождений.

Этап 3

Третий этап будет озаглавлен «болезнью роста». При дальнейшем росте выручки и потока посетителей возникнет проблема с очередями. Для ее решения понадобится три инструмента:

1. Внедрить быструю регистрацию по средствам онлайн-анкеты. Для этого достаточно навести камеру телефона на QR код на входе в активити-парк и заполнить данные онлайн. Очередь таким образом сократится на 80%.
2. Организовать продажу билетов и бронирование услуги проведения дня рождения на сайте активити-парка. Продажа билетов на сайте даст дополнительный канал продаж с выручкой +10%.
3. Связать сайт парка с билетной системой и CRM. Заявки будут попадать в CRM, где менеджер сможет, как в конструкторе, собрать по услугам день рождения, забронировать нужную комнату, вести график загруженности аниматоров. После этого гостю достаточно будет назвать лишь свой номер телефона кассиру, чтобы за одну минуту получить доступ к ку-



пленным услугам с помощью билетной системы.

К концу третьего этапа собственник активити-парка получит автоматизированный бизнес, готовый к масштабированию.

Не важно, насколько большой у вас парк. Многие начинали с малого. Важно видеть картину роста. В этом случае уже на старте можно заложить правильные процессы работы с посетителями, которые в дальнейшем усилят продажи за счет возможностей билетной системы. Переделывать всегда сложнее и дороже, чем сделать сразу так, как надо!

ЛАЙМ

БИЛЕТНО-ПРОПУСКНАЯ СИСТЕМА БЕЗ ПРОВОДОВ

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ С ЛАЙМ-ЭТО

ПРОДАЖА БИЛЕТОВ

КОНТРОЛЬ ВХОДА

КОНТРОЛЬ АРЕНДАТОРОВ

СТАТИСТИКА И ВОЗВРАТ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

ИЗБАВЛЕНИЕ ОТ ВОРОВСТВА

УСТРАНЕНИЕ ОЧЕРЕДЕЙ

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ

КОНТРОЛЬ ПЕРСОНАЛА

МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

лайм принимает пушкинскую карту!

Реклама

CRM

ОТ 39 000 РУБ!

+7 (343) 271-16-01
lime-it.ru
@lime_it_bps



ВЯЗАНЫЕ ПАРКИ УЛЕЙ

Вязание крючком – один из самых популярных видов рукоделия. Первое полотно датируется еще XVI веком. В нашей стране вязание крючком появилось в XIX веке. Искусные мастерицы создавали кружева для отделки одежды и украшения скатертей, занавесок. Постепенно вязанные изделия стали настолько популярны, что на них обратили внимание художники и дизайнеры.

Тошико Хориучи Макадам, художник и дизайнер по текстилю из Токио, заметила, что в городе очень мало детских парков и игровых площадок. Она решила внести свой вклад в решение этой проблемы, и в 1971 году сделала свой первый вязаный парк для детей, который подарила местному детскому саду. Благодаря ей дети смогли наслаждаться красивым и безопасным местом, погружаться в мир приключений, прыгать, карабкаться и кувыркаться.

Когда творчество идет на пользу детям, это приносит огромное удовольствие!

Наша команда с огромным желанием создает вязанные парки высокой прочности и безопасности!

Вязанные площадки – паутины, которые не оставят равнодушными не только детей, но и взрослых. Конструкция состоит из разных видов ярких сетей, качелей, подушек и внутренних карманов. Все это многообразие позволяет играть, лазить и исследовать, все то, что так любят дети.

При производстве вязанных парков, сначала создаются отдельные большие участки, кото-

рые затем присоединяются друг к другу на месте установки всего произведения. При изготовлении используются полиамидный и полипропиленовый шнур только высокого качества и разнообразной цветовой палитры. Шнуры имеют повышенные эксплуатационные характеристики. Окраска устойчива к атмосферным воздействиям. Изделие из полипропилена не подвергается гниению и плесени. Не впитывает влагу. Обладает положительной плавучестью. Не меняет свойства при погружении в воду. Максимальная рабочая температура +80°C. Возможность применения при низких температурах до -15°C. Когда речь заходит об эксплуатации плетеных шнуров в условиях длительного растяжения (под статическим напряжением), важным фактором становится разрывная нагрузка, которая составляет от 95 кг/с.

Почему дети обожают наши вязанные парки? Во многих культурах, после рождения ребёнка ещё некоторое время качают в мягкой колыбели. Созданные нами вязанные пространства подобно колыбели напоминают материнское покачивание и способны пружинить, возвращая потраченную детскую энергию обратно. Волнообразные движения сетки позволяют объединить игру каждого отдельного ребёнка в общую игровую линию и побуждают ребятиться к общению. Мы бы с удовольствием поиграли на такой площадке. А вы?

«В выходные, в выходные – мы спешим в любимый парк!...
Здесь играем, отдыхаем,

Вверх полезли, вниз скатились,
Покачались, покрутились
Повисели, полежали
Погалдели, посмеялись
И довольные остались
Ах, как любим здесь гулять,
С мамой, с папой отдыхать.
Ждём всегда очередной
наш любимый – выходной!»
Очень приятно получать такие отзывы от посетителей наших вязанных парков!

Парк «Радужная сеть»

Этот парк Вы можете посетить в городе Екатеринбург в детском развлекательном центре «Планета ИГРиК». Прекрасное развлечение для детей и не только! Большая площадь игрового парка сплетена из разноцветного шнура. Горлышки отверстий армированы основной веревкой. Подобраны веселые, радующие глаз цвета. На сетке 4 подвеса – мяч, два колеса и корзиночка. Еще есть несколько камер оплетённых шнуром и просто лежащих рядом. Можно слегка покачаться на подвесах или нырнули в тоннель. В тоннеле поднимаешься, как по веревочной лестнице, в нём можно встретить «карманы» с отверстиями. Добравшись до верхнего полотна можно прилечь и отдохнуть. Наверху хорошо! Можно бегать, прыгать – сетка и батут, и гамак одновременно. Детки залзают повыше и съезжают, как с горки. Сверху весь модуль закрыт защитной сеткой.

Вязаный парк «Улей»

Этот замечательный парк находится в городе Новокузнецк в ТРЦ «Маяк». Незабываемые воспоминания останутся у ребёнка от посещения парка «Улей». Все дети любят лазить кто-то по гимнастической стенке, кто-то по канату, кто-то по деревьям, а вот полазить в вязаном парке – это мечта каждого ребёнка, а может даже и взрослого человека. Это занятие не только укрепляет мышцы, но и повышает координацию движений. Лазанье имеет важное значение для детей, их развития, самопознания, пространственного восприятия, прививает самостоятельность, улучшает успеваемость в школе. Лазанье помогает бороться с фобиями, так как дает возможность детям исследовать свои страхи, проявлять упорство к их преодолению. Разнообразная палитра красок, необычные тоннели и переходы, подвесные качели нашего вязаного парка «Улей» ждут Вас!

Парк в детском развивающем центре «АКАДЕМИЯ МАЛЫШЕЙ»

Находится также в Новокузнецке. Сохранение и укрепление здоровья детей является



приоритетным направлением работы детского развивающего центра. Здоровый малыш стремится к движениям, к активной деятельности. Лазанье и ползание повышает функциональную деятельность всего организма ребёнка, а также помогает формированию правильной осанки, снимает отягощение с позвоночника, что способствует укреплению опорно-двигательного аппарата.

Индивидуальный проект вязаного парка для детей, занимающихся дошкольным образованием, был впервые выполнен в другой технике вязки и монтажа. Прекрасное техническое решение, которое отлично расширяет возможности для физического и интеллектуального развития малышей.

Анна Климова

**ПРОИЗВОДСТВО И МОНТАЖ
ВЯЗАНЫХ ДЕТСКИХ ПАРКОВ**

Адрес: РФ, Кемеровская область, г. Прокопьевск
Тел: 8 908 942 02 25
E-mail: ylei7320@mail.ru
www.hive-prk.ru



Креативный маркетинг в детском центре

Как попасть в целевую аудиторию с самой высокой конверсией и самой низкой ценой

Егор Рочев
Владелец сети семейных игровых центров «Jolly Dolly», г. Тобольск

Индустрия развлечений продолжает динамично развиваться вопреки всем дестабилизирующим факторам, что ставит одной из приоритетных задач развлекательного центра не просто привлечение гостя, но и увеличение частоты и длительности посещения. Однако инструментов для достижения поставленной цели становится меньше, в первую очередь, в связи с ограничениями популярных ранее социальных сетей. Поэтому, сегодня набирают популярность различные партнерские программы между не только смежными сферами, но и абсолютно другими участниками рынка. О них сегодня и пойдет речь.

Уверен, вы со мной согласитесь, что привлечение гостя через стандартные маркетинговые инструменты становится более дорогим, а местами и абсолютно не рентабельным. В связи с этим, возникает вопрос, как сегодня привлечь гостя быстро, качественно и недорого?

Ранее мы уже рассказывали в журнале – в статье «Новогоднее чудо: Развлекательный бизнес и власть – новый взгляд на социальное партнерство», как привлекли более одного миллиона рублей для поддержки проекта, совершенно бесплатно попали в городские СМИ, а информация о нас разошлась по всем школам и детским садам. На достигнутом мы не остановились и поставили целью охватить сто процентов целевой аудитории.

Чтобы скрасить пребывание гостей в наших развлекательных центрах, более года назад мы ввели ежедневные мероприятия – мастер-классы, творческие мастерские, игровые программы. Появление такого эвент календаря увеличило и посещаемость центра в необходимые нам часы, и частоту посещения гостя. Вместе с тем мы начали нести дополнительные затраты на реквизит, расходные материалы, заработную плату аниматоров, а, главное, возникла проблема: что делать с бронью дней рождений гостей, желающих провести праздник в период проведения мероприя-

тий; как спланировать календарь событий так, чтобы не упустить потенциальные заказы на праздники.

Таким образом, мы ввели коллективные дни рождения, которые стали проводить каждый день по расписанию.

Коллективный день рождения – это возможность для родителей, не имеющих возможность провести персональный праздник для своего ребенка, с большим количеством гостей, аниматорами и шоу-программой. Для именинников вход на коллективный праздник мы сделали бесплатным, а за 500 рублей можно заказать индивидуальное поздравление во время игровой программы. Таким образом, мы не просто компенсировали затраты на

ежедневные программы, но и увеличили количество больших праздников и, как следствие, выручку и прибыль центра.

Казалось бы, всё здорово, количество праздников увеличилось и приближалось к своему пределу, но ведь потен-

циал центра позволяет одновременно вмещать ещё большее количество детей. Встала необходимость увеличения среднего чека одного праздника за счет роста количества гостей.

Для этого я позвонил нескольким представителям школ с предложением: каждому имениннику на день рождения дарить бесплатное посещение в наш детский центр. Я акцентировал внимание на том, что

Совместные проекты помогают привлечь новую аудиторию и повысить лояльность потребителей услуг.

это полноценный подарок, не требующий никаких дополнительных покупок и действий от родителей, как часто любят злоупотреблять с «бесплатными купонами». Получив одобрение, я начал думать, как оптимизировать проведение данной акции.

Стоит напомнить, что вход именинникам у нас и так был бесплатный, что фактически не несет никаких затрат, кроме изготовления поздравительных открыток. Чтобы сократить расходы мы решили привлечь партнеров, которые могут предоставить подарки для учеников школ и детских садов. Я начал вспоминать своих коллег, в чьем бизнесе есть детский след, и их акции, например, бесплатная неделя в кружках и секциях или мастер-классы. Таким образом, каждый присоединившийся предприниматель не просто делил наши затраты, но и увеличивал значимость и объём подарков. Всего нам удалось привлечь восемь компаний из разных сфер.

О своем опыте мы рассказали руководству города на Совете по развитию предпринимательства, после чего наши подарки дополнились еще и поздравлением именинников от главы города. Это еще больше помогло в продвижении наших услуг среди школ и детских садов.

Подведём итоги. Совместные проекты помогают частному бизнесу и государству достичь разных целей при выполнении одних и тех же задач, привлечь новую аудиторию и повысить лояльность потребителей услуг. Все это позволяет бизнесу не просто удер-



жаться на плаву и частично компенсировать потери, но и получить выгодный маркетинг, успешную PR компанию и дополнительных коммерческих партнеров. Объединив финансовые, кадровые и информационные ресурсы, участники сотрудничества достигают успеха быстрее и с меньшими затратами. Важно находить партнеров из разных отраслей и определить общие точки роста. По отдельности каждый из участников специализируется на определенных направлениях и пользуется ограниченными ресурсами. Объединившись, мы получаем возможность работать в новых областях. И чем больше мы отличаемся по роду деятельности и бизнес-моделям, тем интереснее и, зачастую, эффективнее получается партнерство.



ВСТРАИВАЕМЫЕ БАТУТЫ

-  Для парков и бульваров
-  Для детских площадок
-  Для загородного дома




Реклама

8 (800) 222-58-28

WWW.BATUTBOX.RU





БАТУТЫ



ПНЕВМОФИГУРЫ



РАЗРАБОТКА И ПРОИЗВОДСТВО НАДУВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ





АКВАПАРК ДЛЯ ПЛЯЖА



ВОДНЫЕ АТТРАКЦИОНЫ

Реклама





TAAPE

ASEAN FUN & GROW EXPO 2023-TAAPE (VIRTUAL)

7-17 MARCH 2023

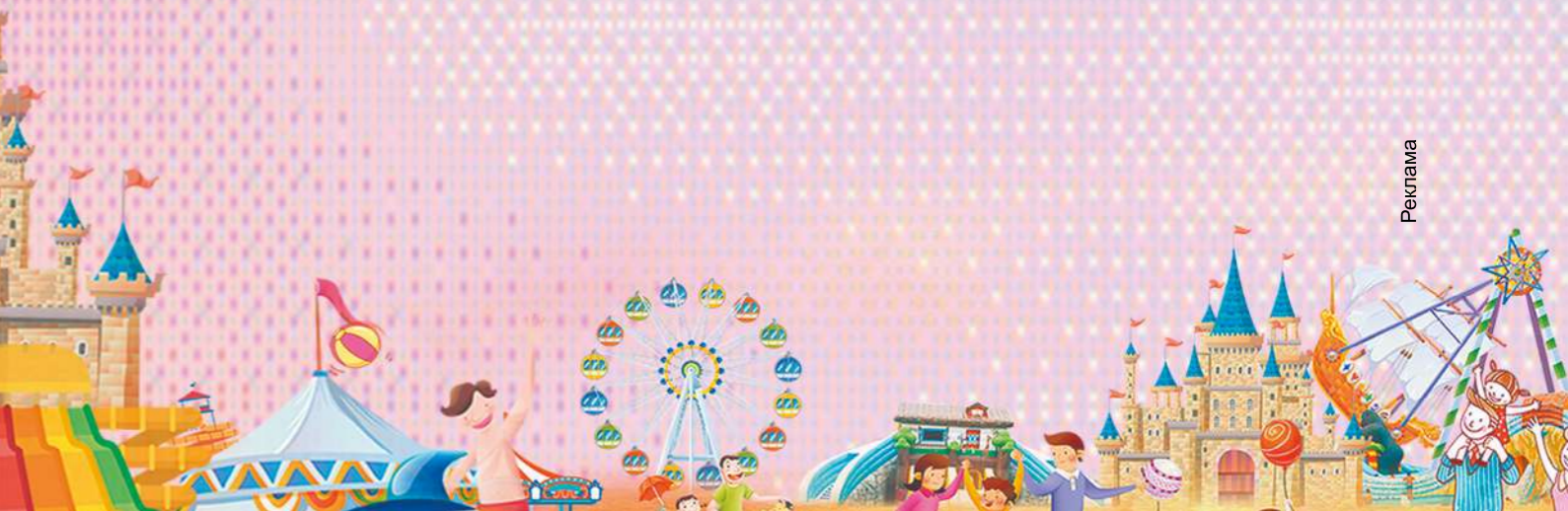
ONLINE EDITION

THAILAND(BANGKOK)AMUSEMENT & ATTRACTION PARKS EXPO

20-22 SEPT.2023

IMPACT EXHIBITION CENTRE, BANGKOK, THAILAND

Contact manager@grandeurint.com for further assistance!



Реклама

THE NO.1 TRADE EVENT FOR THE ENTERTAINMENT,
AMUSEMENT AND LEISURE INDUSTRIES IN THE MENA REGION

Dubai Entertainment
Amusement &
Leisure
Exhibition
DEAL 2023

MARCH 2023 | DUBAI WORLD TRADE CENTRE



YEAR 2023 - A TURBO CHARGED YEAR FOR FEC,
THEME PARKS & AMUSEMENT INDUSTRIES

ITS TIME FOR YOU TO RIDE ON THIS GROWTH WAVE!

Organised by:



INTERNATIONAL EXPO-CONSULTS L.L.C.
Connecting Opportunities
A member of Falak Holding

P.O. Box 50006, Dubai, U.A.E. | Tel: +971 4 3435777 | Fax: +971 4 3436115
Email: deal@iecduhai.com | Website: www.dealmiddleeastshow.com

Join us     



ООО «Пакс-Дизайн»

• лучшее качество и лучшие цены за 33 года •

Новое в 2023!
Колёса обозрения
Каталыжные горы
Качели с полным
переворотом



им. В.Г. Шухова
2013г



WWW.PAX.RU

Группа компаний «Мир» - 33 года на мировом рынке - 112 аттракционов

sales@pax.ru



XXV МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ»

РААПА ЭКСПО

2023

15-17 МАРТА 2023, МОСКВА, ВДНХ, ПАВ. 57

Международная церемония награждения
«Золотой Пони Москва-2023»
проводит журнал «Games & Parks Industry»



Деловой форум профессионалов
индустрии развлечений

RAAPA EXPO 2023, MARCH, MOSCOW, VDNH

THE 25TH INTERNATIONAL EXHIBITION AMUSEMENT RIDES AND ENTERTAINMENT EQUIPMENT
International Awarding Ceremony «Golden Pony Moscow-2023» promoted by «Games & Parks Industry» magazine
Business Forum of amusement industry professionals

Организатор ЭКСПО:



Генеральный спонсор



Генеральный медиа-партнер:



Представители
в Китае:



Информационные
партнеры:



Организатор выставки: тел.: +7 (495) 604-11-30, +7 (495) 604-11-61. E-mail: raapa@raapa.ru, website: www.raapa.ru
Представители РААПА в Китае: Ace Marketing Inc. Тел: 86-21-51082666*202; www.acemarketing.com.cn
Guangdong Grandeur International Exhibition Group Co.,Ltd. Тел: 86-20-28967766; www.gzhw.com