

создают совместный синергетический эффект, формируя трафик посетителей и повышая доходность каждого из них. Зачастую собственник торгового центра является инвестором и владельцем парка развлечений, расположенного в нем.

ДЛЯ ДЕТЕЙ Крытые парки обычно включают в себя зону аттракционов, ориентированную на детей до 10 лет, а также игровые автоматы и симуляторы для подростков, рассказывает Владислав Фадеев. По его словам, залогом финансового успеха является соседство развлекательной зоны с общепитом. В числе лидеров такого рынка развлечений в сегменте крытых развлекательных центров можно назвать Joki Joya, «Хлоп-топ», Game Zona, Fun City. «С усилением конкуренции собственники и управляющие торговых центров стараются привлечь аудиторию уникальным предложением, будь то океанариум, скалодром, зона виртуальной реальности, роллердром, сегвейдром или планетарий», — говорит господин Фадеев.

Кроме того, внимание экспертов привлекает проект для детей и подростков «Кидбург». По мнению Владислава Фадеева, развитие именно этого проекта дало толчок к появлению отдельных детских пространств в виде интерактивных музеев, позволяющих экспериментировать, конструировать и изобретать. К таковым можно отнести «Лабиринтум» и «Кидрум». Точечно развиваются интерактивные музеи для детей и взрослых за пределами торговых центров. А вот планы по строительству единственного в Петербурге настоящего парка развлечений Dream Works пока отложены. «Уверенности в экономической эффективности такого масштабного проекта нет, особенно с учетом высоких затрат на строительство, необходимости внесения поправок в генплан города, удаленности площадки от центра Петербурга и метро, а также высокой неопределенности спроса со стороны потребителей», — говорит господин Фадеев.

МЕСТО ЕСТЬ Аналитик ГК «Финам» Алексей Коренев полагает, что рынок развлекательных парков Петербурга далек от насыщения. Петербургу не хватает, по его словам, аквапарков, крупных рекреационных центров с разноплановым отдыхом.

Место для новых игроков есть всегда, говорит Павел Тимец. Время от времени в Петербурге появляются свежие и новые проекты. «Индустрия развлечений динамично развивается и изменяется. За последние годы на рынок развлечений вошли киберспорт, виртуальная и дополненная реальность. Все больше людей проводит досуг, играя в игры и мобильные приложения. Это доходная отрасль, поэтому в нее вкладывается много средств. Как часть развлекательного бизнеса получили популярность квесты и иммерсивные театры», — рассказывает господин Тимец.

Несмотря на развитие развлекательной индустрии, городу все еще не хватает именно качественных проектов, полагает Павел Тимец. «Не хватает проектов, в которых инициаторы закупают современное (физически и морально) оборудование, тщательно прорабатывают концепцию, заботятся о гостях, живут своим делом. Есть над чем работать в направлении качества предоставляемой услуги», — рассуждает собеседник издания.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ПАРК РАЗВЛЕЧЕНИЙ И ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР СОЗДАЮТ СОВМЕСТНЫЙ СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ, ФОРМИРУЯ ТРАФИК ПОСЕТИТЕЛЕЙ И ПОВЫШАЯ ДОХОДНОСТЬ КАЖДОГО ИЗ НИХ

Рынок Петербурга сегодня устроен таким образом, что прибыльно работать могут даже стоящие в метре друг от друга развлекательные площадки, говорит гендиректор компании «Цари Спарты» Алексей Зыков. Ключевыми факторами прибыльности здесь являются оригинальность проекта и охват возрастной аудитории. «Как показывает практика, лучший развлекательный комплекс способен занять всю семью. Именно поэтому главным трендом 2018 года станут активити-парки, сочетающие в себе классические развлечения для детей и активные занятия для взрослых. Лучший пример такого заведения — ниндзя-парки. Заказы на оборудование для них в 2017 году буквально взлетели: по сравнению с прошлым годом рост производства составил 500%. Уже в 2018 году только под нашим брендом планируется произвести столько же ниндзя-парков, сколько за три прошлых года. Этому будет способствовать в том числе и ожидаемый запуск шоу Ninja Warrior Russia на «Первом канале», — говорит господин Зыков.

Для строительства крупного развлекательного центра площадью 10 тыс. кв. м потребуется более 300 млн рублей. При этом существует множество других способов зайти на рынок развлечений с меньшими инвестициями, говорит Павел Тимец. Например, небольшой батутный центр можно построить за 3–5 млн рублей. Зону виртуальной реальности на несколько игровых мест — за 1 млн с учетом расходов на организацию бизнеса и подготовку помещения. Окупаемость в сфере крупных парков развлечений, построенных на собственные средства, сегодня составляет не менее 4–6 лет. «Проекты с порогом входа до 10 млн рублей имеют шансы окупиться за 1,5–3 года. Существует

много факторов, влияющих на маржинальность, о которых сложно говорить в категориях, средних по рынку», — добавляет господин Тимец.

Новичку войти на рынок развлечений очень просто: достаточно предложить трендовый и отличающийся от остальных проект, полагает господин Загуменнов. «В связи с высокой маржинальностью это происходит очень часто. Развлекательный комплекс площадью около 100 кв. м и стоимостью 1,5 млн рублей при грамотном маркетинге и высокой доли привлекательности можно окупить всего за полгода», — говорит эксперт.

MADE IN CHINA Рынок российских производителей развлекательного оборудования представлен широко, отмечает Павел Тимец. Есть ряд достойных компаний, продукция которых выигрышно отличается в сравнении с импортными поставщиками. При этом полностью оснастить развлекательный центр отечественным оборудованием вряд ли удастся. Почти все — боулинги, шлемы виртуальной реальности, игровые приставки, симуляторы, игровые аппараты и многое другое, производят в Китае, Америке, Японии, Европе.

Эксперт управляющей группы компаний «Авира» Алексей Загуменнов рассказывает, что с 2013 года по 2016 год был зафиксирован стремительный рост объемов производства и, соответственно, выручки крупнейших производителей игрового и развлекательного оборудования. По оценкам аналитического отдела группы компаний «Авира», он составил 73% в 2014 году, 25% в 2015 году и 43% в 2016 году. Львиная доля реализованных проектов здесь распределилась между городами-миллионниками, а также стра-

нами ближнего зарубежья. При этом потенциальная емкость рынков крупнейших городов России составляет как минимум 60%, говорит господин Загуменнов.

О РОСТЕ НЕТ РЕЧИ Спрос на развлечения сегодня ограничивается исключительно покупательной способностью, констатирует господин Коренев. Если сравнивать посещаемость подобных парков в России с зарубежными, то Россия пока существенно отстает. «Как только реальные доходы граждан начнут заметно увеличиваться, спрос на данные услуги начнет стремительно расти. Так что теоретически потенциал роста есть и весьма значительный», — рассуждает господин Коренев. Что касается следующего года, то пока нет оснований полагать, что в 2018 году доходы граждан заметно вырастут и что вырастут вообще. Так что если объем рынка развлечений будет продолжать расти, то весьма умеренными темпами, заключает эксперт.

Павел Тимец отмечает, что уже третий год рынок идет на спад. «Оборот в наших заведениях падает на 15% каждый год, начиная с 2015 года. Хочется верить, что изменения в банковском секторе и условиях кредитования поспособствуют появлению новых мест, которые помогут развитию индустрии развлечений в нашем городе. В финансовых моделях на 2018 год мы прогнозируем снижение падения до 7–10%. О росте пока речь не идет. Это если говорить именно о крупных развлекательных центрах и крытых парках аттракционов. Есть направления, которые имеют положительную динамику. Пока этих направлений и их роста недостаточно для того, чтобы рост отразился на всей развлекательной отрасли», — рассуждает господин Тимец. ■