

ИГРОВЫЕ АВТОМАТЫ В КИНОТЕАТРАХ



Мы продолжаем серию публикаций, посвященных использованию игровых автоматов в различных досуговых центрах. Сегодня речь пойдет об их эксплуатации в кинотеатрах. Наш собеседник — уже хорошо знакомый читателям по предыдущим интервью вице-президент компании SHININ & Co Дмитрий Шикин.

— Помнится, игровые автоматы впервые появились (тогда еще в СССР) в 70-х годах прошлого века именно в кинотеатрах. Люди, впервые увидев такое необычное средство развлечения, специально покупали билеты на дешевые утренние сеансы, чтобы только поиграть на автоматах. А каковы сегодняшние перспективы их использования в кинотеатрах?

— Безусловно, со времен Советского Союза киноиндустрия значительно изменилась. После того как развалилась система производства и проката фильмов, а оснащение кинотеатров перестало соответ-

ствовать современному уровню, каждый директор кинотеатра старался выжить как мог, пуская на свою территорию непрофильные организации, представляющие интересы мебельного или автомобильного бизнеса. Но время идет, экономическое состояние страны становится более стабильным, увеличивается производство российских фильмов, возрастает интерес зарубежных кинопроизводителей к российскому рынку, да и российский зритель снова возвращается в кинотеатры, к примеру, фильм «Матрица: Перезагрузка» посмотрело более 2-х миллионов человек, «Такси-3» и «Люди-Х» более 500 тысяч человек каждый.

Хочется отметить, что на сегодняшний день в современном российском кинобизнесе наблюдается три основных тенденции развития.

Одна из них ориентируется на получение прибыли исключительно от показа фильмов, и, следовательно, бизнесмены, исповедующие такой подход, не слишком заинтересованы в развитии сопутствующей инфраструктуры. На мой взгляд, это

обусловлено либо ограниченными ресурсами по площадям или финансам, либо прошлым негативным опытом, связанным с неудачным выбором контрагента или управляющего персонала.

Две других тенденции близки между собой. Это превращение кинотеатров в досуговый центр, где кроме системообразующего проката картин существует целый ряд дополнительных развлечений, например: ресторан, игровые автоматы, боулинг, детская комната и т. д. Таким образом кинотеатр становится культурно-развлекательным комплексом, в котором люди совершенно разных возрастов и пристрастий могут удовлетворить свои потребности в разнообразном досуге.

Разница между этими двумя направлениями развития киноиндустрии только в том, что одни инвестируют прибыль в производство и прокат отечественных картин, а другие ориентируются на иностранную кинопродукцию.

Примерами таких успешных мультиплексов могут быть «Кинопарк»,

«Люксор» и «Формула Кино».

То есть, отвечая на ваш вопрос, можно однозначно сказать, что перспективы успешного использования игровых автоматов в кинотеатрах есть, но они зависят от позиции, которую занимают владельцы кинозалов.

— Но, может быть, единый досуговый центр и не нужен. Ведь в Москве столько разнообразных развлечений, что человек может целенаправленно выбирать, где и как ему отдохнуть: в кинотеатре он идет смотреть кино, в боулинг — кидать шары, в казино — испытывать судьбу.

— Что касается Москвы, вы отчасти правы (хотя в любом случае универсальность комплекса повышает его окупаемость), но ведь столица — еще не вся страна. В регионах совершенно иная ситуация.

Важность организации культурно-развлекательных комплексов на базе кинотеатров в провинции очевидна. Во-первых, создание их опирается на многолетнюю традицию: в деревнях, поселках, небольших городах всегда существовали клубы, которые являлись центром досуга для всей округи. Во-вторых, благодаря подобным комплексам, в регионах будет складываться другая философия развлечения.

— Но в провинции не на что развлекаться.

— Это весьма распространенное заблуждение: на спиртное ведьходят деньги. В том-то все и дело, что часто их, кроме водки, не на что потратить. А единый досуговый центр даст такую возможность. Таким образом кинотеатр как многопрофильный развлекательный комплекс будет способствовать формированию более высокого уровня культуры и работать в конечном счете на стабилизацию общества.

Немаловажную роль играет и финансовая выгода местного бюджета, так как кинобизнес весьма «прозрачен».

Как видите, организация на базе кинотеатров единых центров развлечений может стать в перспективе весьма важной государственной задачей.

— Безусловно, благородная цель, но какое значение в этом процессе могут иметь игровые автоматы?

— Ошибочно было бы думать, что наличие игровых автоматов сразу привлечет в кинотеатр новых зрителей. Это только дополнительная услуга, но она позволит посетителям кинотеатра более интересно провести свое время. Также немаловажен денежный аспект. Ведь эксплуатация автоматов — малозатратный бизнес. Не считая первоначальные вложения на приобретение (4-5 аппаратов — 15-20 тыс. долларов) или аренду, расходы — только на электроэнергию (5 аппаратов — 3-4 кВт/ч), поскольку эксплуатационные расходы по обслуживанию очень низки. Отдача же достаточно высока. Опыт показывает, что даже



при низкой посещаемости кинозала использование развлекательных автоматов позволяет не работать себе в убыток или хотя бы вовремя платить зарплату персоналу.

— Что Вы можете сказать об окупаемости игровых автоматов?

— При организации игровой площадки нужно учитывать следующее. В кинотеатре, рассчитанном на тысячу зрителей, выгодно иметь 5-6 автоматов (большее количество может создать эффект «запустения», когда автомат «простаивает», что, безусловно, не может привлечь потенциального игрока). Ведь одна



игра занимает всего пару минут! А эффект очереди создает определенный ажиотаж вокруг автоматов, привлекая к ним новых людей. В этом случае окупаемость будет очень хорошей.

Меньше 3-х автоматов ставить в принципе не рекомендую, так как в этом случае будет потеряна сама идея игровой зоны, что незамедлительно скажется на процессе игры.

В среднем по Москве 8-10% пришедших в кинотеатр играет в автоматы. В регионах эта цифра ниже, хотя, как правило, первый месяц очень продуктивный (все хотят попробовать «новое чудо»), но затем процент играющих падает до 4-5%. Также разнится и диапазон возраста играющих: в Москве он более широк и лежит в пределах 12-30 лет, в регионах меньше — 12-18 лет.

— Достаточно сильный разброс по возрасту, с чем он связан?

— В Москве, да и в крупных городах, аппараты существуют уже давно (наша компания, как, впрочем, и другие «основатели жанра», уже более 10-ти лет занимаются подобной техникой), и поэтому там сложилась так называемая «культура игры», когда взрослые люди, «распробовав» эти аппараты в детстве, уже не могут остановиться. В регионы эти техника пришла значительно позже (очень сильно помешал кризис 1998



года), и взрослые люди просто стесняются играть, «оставляя эту забаву детям». Хотя во всем мире нет разделения на взрослые и детские аппараты — на развлекательной технике играют все от мала до велика.

— Возвращаясь к коммерческой отдаче от аппаратов: можно просто умножить предполагаемое количество посетителей на названный вами процент и получить реальную выручку?

— Нет, все не так просто. Названные мной проценты характеризуют количество «верных» или, лучше сказать, «постоянных» клиентов, которые настроены на игру в силу своего характера, а вот

сколько раз они сыграют — один или десять — уже зависит от стоимости жетона и от финансовой ситуации в регионе. Здесь необходимы более глубокие маркетинговые исследования с учетом анализа потребительских цен, уровня зарплат и прочих факторов.

Если, к примеру, в Ярославле одна игра будет стоить 10 рублей, в Москве — 20 рублей, то в Норильске не менее 30 рублей, и это будет вполне оправдано!

— Что на ваш взгляд важно учитывать при подборе техники?

— При подборе техники необходимо учитывать тот факт, что

москвичи наиболее «избалованы» игровыми развлечениями: многие побывали за границей и хотят играть на аппаратах не хуже импортных.

В регионах ситуация проще, как правило, даже 8-летний аппарат выглядит достижением науки и техники на фоне старых аппаратов советского производства, оставшихся там со времен СССР.

— Так какие же модели наиболее пригодны для регионального кинотеатра?

— На мой взгляд, на сегодняшний день в региональном кинотеатре целесообразно использовать модели 95-99 годов. У этой техники целый ряд преимуществ, как ни

странно это звучит, по сравнению с самой современной.

Во-первых, более высокий ресурс надежности (за счет использования специализированных электронных плат, а не картриджей или систем на CD-ROM, которые активно применяются с 2000 года).

Во-вторых, она более проста в эксплуатации для неискушенного пользователя, в отличие от новых, высокоинтеллектуальных аппаратов.

В-третьих, самое главное, гораздо дешевле последних моделей.

Поскольку контингент, приходящий в кинотеатры, достаточно разнообразен, это тоже необходимо учитывать при подборе техники.

Типовым в нашем случае является набор из аэрохоккея, имитатора автогонок, имитатора мотогонок, двух имитаторов стрельбы и кран-машины. Такой набор технически способен обеспечить до 200 игр в час.

— Игровые автоматы установлены во многих развлекательных

местах. Раскройте специфические «секреты» их использования в кинотеатрах.

— Такая специфика, конечно же, есть. Наиболее эффективна отдача от автоматов, если они установлены по одной линии (в среднем 6-10 погонных метров и 3 метра вглубь) в воображаемом треугольнике, вершинами которого являются вход в кинозал, касса, где продают жетоны, и кафе или бар. Ни в коем случае нельзя «загонять» автоматы в отдельное помещение, так как внешний вид аппарата должен стимулировать потенциального игрока. Особенности устройства аппаратов требуют наличия хорошей вентиляции, создающей прохладу в помещении. Это важно не только для оборудования, но и для потенциальных клиентов, так как никто не будет играть в духоте.

Также необходимо избегать попадания прямых солнечных лучей на экран прибора, создавая в местах установки аппаратов локальное

затемнение. Если речь идет об открытии игровой площадки в строящемся кинотеатре, желательно предусмотреть все это на стадии проектирования.

— Каким Вы видите развитие киноиндустрии в ближайшие годы?

— В целом кинобизнес сегодня является одним из интересных направлений инвестиций. На мой взгляд, в ближайшие 3-4 года количество кинотеатров должно вырасти не менее чем в два раза. В кинобизнес начинают приходить большие деньги из других сфер бизнеса. Например, холдинг «Проф-Медиа» (подконтрольный группе Интеррос) намерен инвестировать в ближайшие годы около 100 млн. долларов в строительство кинотеатров по всей России. А появление новых площадок неизбежно повлечет за собой развитие всей сопутствующей индустрии, включая развлекательные автоматы.

SHININ & Co

Компания SHININ & Co предлагает со склада в Москве широкий спектр развлекательной техники от телевизионных имитаторов авто- и мотогонок, стрельбы и восточных единоборств до призовых аппаратов и кран-машин.

Мы предоставляем всем нашим покупателям:

- Гарантию 6 месяцев и льготное послегарантийное обслуживание.
- Систему ТРЕЙД-Ин (обмен техники на новые модели).
- Консультации по техническому обслуживанию и вопросам налогообложения.



**Мы ждем Вас
в демонстрационном зале
по адресу:**

117049, Москва, Крымский Вал, 9
(ЦПКИО им. Горького)
Тел.: (095) 237-14-77
Факс: (095) 236-65-85
E-mail: shinin@mail.magelan.ru
www.ShininCo.com.ru

