

Зотова Марина Владимировна

студентка

ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный
университет им. Н.Г. Чернышевского»

г. Саратов, Саратовская область

Сычева Виктория Олеговна

старший преподаватель

Институт истории и международных отношений

ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный
университет им. Н.Г. Чернышевского»

г. Саратов, Саратовская область

КВЕСТ-КОМНАТА КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Аннотация: данная статья посвящена изучению нового вида развлекательной деятельности, являющейся структурным компонентом индустрии развлечений. Авторами представлено определение понятия «квест», структура квестов и особенности организации этого вида мероприятия. В работе представлен расчет организации квест-проекта в регионе (на примере Саратовской области).

Ключевые слова: индустрия развлечений, квест, квест-комната.

Индустрия развлечений играет важную роль в развитии общества. Через развлечения человек удовлетворяет свои духовные, интеллектуальные, эмоциональные и физиологические потребности, анализирует свою деятельность, получает заряд эмоций и острых ощущений. В настоящее время к индустрии развлечений относят предприятия, организации и учреждения, основная деятельность которых связана с удовлетворением потребностей людей в развлечениях. Таким образом, к предприятиям индустрии развлечений относят те предприятия, у которых ярко выражен развлекательный характер деятельности. Это могут быть

различные зрелищные предприятия: цирки, зоопарки, аттракционы, театры, кинотеатры. Сюда могут быть отнесены и предприятия, организующие спортивно-зрелищные мероприятия, например, физической культурой (в бассейнах, спортивных залах, клубах).

В последнее время в городах все большую популярность в индустрии развлечений набирают квест-проекты. Люди с большим удовольствием соглашаются быть запертыми в комнатах, полных головоломок и загадок, которые они должны покинуть за ограниченное количество времени. Сюжеты квестов могут быть основаны на художественных произведениях, популярных фильмах, либо же создаются авторами квестов в уникальном качестве.

Свое развитие квесты получили с такого вида компьютерных игр, как стратегии. Само слово «квест» с английского «quest» переводится как «поиск». Суть квестов состоит в решении ряда задач и успешном выходе из замкнутого пространства через поиск атрибутов в комнате и способов их применения. В наше время компьютерными играми уже никого не удивить, поэтому необходимо выходить за рамки монитора – в реальную среду.

Первые попытки воплотить виртуальный квест в реальности были предприняты еще в 2006 году в США. Развлечение быстро стало популярным местом как для местных жителей, так и для туристов. С тех пор идея стала постепенно развиваться.

За границей организуются целые квест-туры для желающих. Самые популярные сценарии:

– «Лондон под колпаком» (группа отправляется в Лондон и на три дня погружается в атмосферу шпионского детектива с необходимостью следить за конкурентами, отрываться от слежки и погони, а также вербовать агентов и закладывать тайники);

– «Египетские ночи» (4 ночи подряд участники разыскивают ключи на заброшенных пляжах, в бедуинских деревнях и на улицах Дахаба);

– Suomi-квест (300-километровое путешествие по Финляндии с посещением музеев и старинных замков).

В играх могут принимать участие от 2 до 50 человек, цена каждого квеста рассчитывается индивидуально для каждой группы в зависимости от количества участников.

В Европе долгое время столицей квестов в реальности был Будапешт, где в 2013 году функционировало более 20 различных компаний, предлагавших свои комнаты с головоломками [4]. Именно в Будапеште россиянин Богдан Кравцов впервые прошел несколько квестов и понял, что такой вид развлечения успешно приживется и в России. Таким образом, в России был создан первый квест-проект, получивший название «Клаустрофобия». Компания участников из 2х-5ти человек, находясь в специально подготовленном помещении, за 1 час должна включить смекалку, разгадать головоломки, найти тайники и покинуть комнату только с помощью своих интеллектуальных возможностей.

К маю 2015 года «Клаустрофобией» было открыто 84 квест-комнаты в России, Европе и США, еще 97 квест-комнат находятся в разработке. Этот проект стал примером для подражания среди организаторов квестов и квестоманов, поэтому в наши дни до сих пор открываются новые проекты квестов. Если говорить о Саратовской области, то на сегодняшний день в Саратове функционирует 31 квест-комната и еще 66 находятся в разработке [1]. У поклонников квестов, которых уже немало в нашей стране, появилась проблема выбора. Это заставило организаторов задуматься о повышении качества предоставляемых услуг, в том числе о расширении ассортимента доступных сценариев.

Целевой аудиторией квест-проектов являются молодые люди от 20 до 29 лет со средним доходом и выше среднего. По мнению организаторов, строить квесты лучше в крупных городах, где молодые люди уже знают о таком досуге – это позволит выйти на окупаемость примерно через 4–6 месяцев. Срок окупаемости, конечно, зависит от популярности квеста. А популярность подвержена фактору сезонности: если летом число команд достигает 3–4 в день, то с наступлением зимнего периода их число растет до 7–9, поскольку в летний сезон большинство молодых людей покидают города. В зимний период такая возможность имеется

не у всех, однако немногие предпочитают проводить зимние вечера дома. Поэтому поход в квест-комнату – отличная идея для того, чтобы скоротать вечер.

На рынке квестов существуют следующие предложения по организации квест-проекта по договору франшизы: «Клаустрофобия», «RealQuest», «Комната», «Выйти из Комнаты» и многие другие. Франшиза является приемлемым способом открытия собственного бизнеса, поскольку открыть квест-комнату самостоятельно представляется затруднительным: основные сложности будут связаны с составлением бизнес-плана, подготовкой атрибутики, антуража и интерьера комнат, рекламой, поиском и привлечением целевой аудитории. При работе по франшизе предлагается возможность использовать уже приобретенный опыт известных компаний. Фирма, предоставляющая франшизу, оказывает поддержку не только с технической, маркетинговой и финансовой точки зрения, но также и в проработке сценария для того, чтобы он был максимально интересным и доступным для населения конкретного города, региона. Стоимость и размер общих инвестиций на запуск очень сильно зависит от места старта. В Саратове число квестов уже достаточно велико, поэтому ожидания посетителей весьма серьезны. Таким образом, стоимость открытия и реализации квест-комнаты постоянно растет.

Основные затраты, необходимые для открытия одного из Саратовских квестов, представлены в Диаграмме 1.

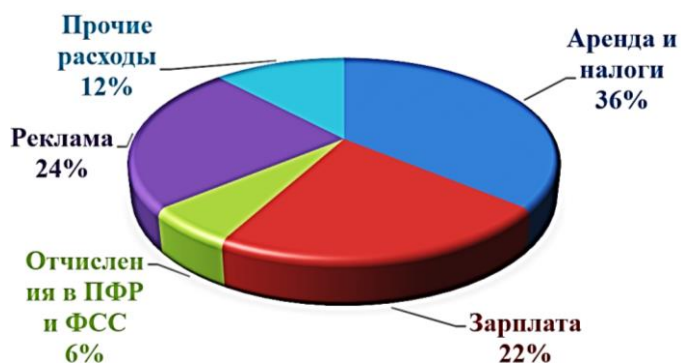


Рис. 1. Диаграмма 1. Затраты на организацию квест-проекта

Мы видим, что наибольший процент затрат (36%) составляет оплата аренды помещения и налогов, 14% средств уходит на рекламу квеста, 22% – на зарплату сотрудникам, 20% средств – на отчисления в ПФР и ФСС (согласно тарифам

страховых взносов на 2015 год [3]). 8% средств уходит на прочие расходы: ремонт и обновление оборудования, закупку атрибутики, которая способна модернизировать комнату. Конечно, перед каждой игрой гостям проводят инструктаж и предупреждают, что они не должны применять силу для решения головоломок, однако находятся команды, после которых приходится восстанавливать оборудование.

Величина средств, отчисляемых за аренду помещения, зависит от размера площади и месторасположения в городе. Чем ближе к центру города расположена квест-комната, тем выше будет стоимость аренды, поэтому обычно квесты располагаются как можно дальше от центра города в складских или подвальных помещениях.

Реклама квеста – то, чему стоит уделить особое внимание. Самые простые способы, но не менее эффективные – это реклама в социальных сетях: создание группы квеста (например, на сайте ВКонтакте), постоянное приглашение в нее людей, организация регулярных конкурсов, акций среди участников группы и анонсы игр – все это будет способствовать привлечению новых клиентов. Первую игру можно провести бесплатно: например, в качестве социального бесплатного рекламного мероприятия на любой праздник в городе. Для более эффективной рекламы необходимо обзавестись сайтом, обмениваться баннерами с сайтами вашего города, продвигать сайт в поисковых страницах.

Рассмотрим расчет рентабельности проекта одного из Саратовских квестов. Он начал свою работу в 2015 году. Для начала его организации требовалось 300 000 рублей паушального взноса, поскольку квест являлся франшизой другой компании, и 300 000 рублей на реализацию квеста. В текущем году стоимость открытия франшизы достигает уже 900 000 рублей и 600 000 рублей на реализацию. Срок окупаемости составил 4 месяца с начала работы. По данным на 20 ноября 2015 года, посещаемость квеста составляет 6–7 команд в рабочие дни и 9–10 команд в выходные дни. Цена прохождения квеста равняется 2500 р. за команду (за одно участие в квесте). За 90 минут участники, как и в любом другом

квесте, должны покинуть комнату. Квест открыт для желающих с 10.00 до 01.00 в будние дни и с 10.00 до 04.00 в выходные.

Что касается выручки, то она составляет 200–250 000 рублей в месяц, а чистая прибыль – 100–150 000 рублей. Таким образом, рентабельность составляет 60% – достаточно высокий показатель для города, где квест-комнаты появились всего два года назад.

Сравним Саратовский квест с одним из квест-проектов в городе Омск. Площадь помещения в Омске – 135 м², в этой локации 3 квеста. Операционные издержки состоят, преимущественно, из аренды с коммунальными платежами и оплаты труда администраторов, что составляет около 120 000 рублей в месяц. Одна игра стоит 2000–2500 руб. в зависимости от количества человек, сложности и масштаба квест-комнаты. В высокий сезон (январь-март) проект приносит 300–350 000 рублей выручки в месяц; осенью и весной – 200–250 000 рублей; летом – 150–200 000 рублей. Обычно рентабельность продаж не падает ниже 40% [2].

В заключение нашей работы хотелось бы сказать, что походы в кафе, кино – все это, конечно, востребовано и популярно, но если вы хотите чего-то действительно экстраординарного и запоминающегося, то квест в реальности – это то, что надо. Поход в квест-рум – достаточно новое явление, но уже невероятно востребовано. Иначе и быть не может, ведь каждый участник получает целый комплекс эмоций и ощущений: драйв, азарт, радость, удивление, волнение. Саратов и область не отстаёт от всей страны, поэтому у нас открыты уже более 20-ти квест-комнат, которые представлены не только франшизами из других городов, но и местными проектами. Заходя на официальный сайт [1], где собраны все квест-комнаты и проекты Саратовской области, мы видим, что каждый месяц открываются 3–5 новых квеста. «Комнатный» формат еще не освоен рынком, а поэтому имеет большие шансы на успех. Одним из компонентов, которые будут влиять на успешность квеста, является его сценарий, поэтому есть смысл привлечь к их разработке профессиональных сценаристов, режиссеров и редакторов, ну или студентов этих факультетов.

Главным риском при создании такого вида досуга является слабый интерес потенциальных участников. Практически ни один новый квест не застрахован от слабого интереса со стороны клиентов, а также от плохих отзывов. Как правило, после запуска квест еще многие месяцы продолжает эволюционировать и дорабатываться в соответствии с получаемыми отзывами. Данный процесс требует дополнительных денежных вложений.

Несомненно, что функция интерактивного и непосредственного взаимодействия участников является доминирующей сегодня, на наш взгляд, в индустрии развлечений. Это видно из большого количества каждый год появляющихся развлекательных проектов, в том числе пейнтбола, квест-комнат. Считаем, что реализация подобных мероприятий является сильным стимулом к развитию индустрии развлечений.

Список литературы

1. Официальный сайт Sarquest [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sarquest.ru/> (дата обращения: 07.12.15).
2. Официальный сайт Websarafan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://websarafan.ru/2015/09/16/besplatnyj-marketing-kak-raskrutit-biznes-na-kvestah-s-nulya-do-2-mln-rublej-s-tochki-v-god/> (дата обращения: 06.12.15).
3. Официальный сайт Российский налоговый портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://taxpravo.ru/analitika/statya-354025-tarifyi_strahovyih_vznosov_v_2015_godu/ (дата обращения: 06.12.15).
4. Что такое квесты. «Запертая комната» как новое городское развлечение // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rustoria.ru/post/zhivye-kvesty-zapertaya-komnata-kak-novoe-gorodskoe-razvlechenie/> (дата обращения: 07.12.15).