

# Хлеб и зрелища

**Один из основателей парка развлечений Maza Park Павел**

**Тимец** рассказал ЧД, как выжидательная стратегия помогает оставаться крупнейшими игроками на рынке

Интервью Тимофей Кареба

## Что сейчас происходит на рынке в секторе развлечений?

Стабильное падение спроса наблюдается последние три года. В общей массе люди меньше тратят, реже куда-либо ходят, в целом на рынке присутствуют негативные тенденции. У нас достаточно широкая целевая аудитория, и потому нас это задевает в меньшей степени. Страдают небольшие предприятия, которые не имеют «жировой прослойки». Мы решаем проблему по-своему – как крупные игроки стараемся предоставлять новые услуги, вовремя реагировать на то, что появляется в мировой индустрии развлечений.

## Ваша компания в России на передовых позициях в своей сфере. Почему на вас все ориентируются?

В индустрии indoor-развлечений мы стали первыми, кто начал работать по системе «все включено». Везде принято платить за час или за игру. Мы пошли от обратного: покупаешь билет и пользуешься всеми развлечениями на территории парка без ограничений. Впервые этот формат был опробован еще в комплексе «Лидер». До введения all inclusive в будний день к нам приходило 200 человек, а после – мы увеличили число гостей до 2000. С тех пор многие пытались скопировать формат, но пока ни у кого не получилось.

## Почему?

«Лидер» – огромный комплекс, и в нем были возможности для вариаций. В определенный момент мы осознали, что для успешной работы по системе «все включено» необходимо предоставлять большой спектр развлечений: бильярд, боулинг, автодром, дартс – чтобы каждый мог найти занятие по душе. У нас самый широкий выбор, которого нет ни у одного центра. Пожалуй, есть еще с десяток услуг, над введением которых мы размышляем. Еще один из секретов – большое количество оборудования, что позволяет избежать очередей.

## Какая основная движущая сила в команде?

Корпоративная культура. Для нас это не просто работа, это второй дом. Когда мы открывали Maza Park, четверо учредителей – я и трое моих друзей – поехали на стратегическую сессию в другую страну, чтобы сформировать миссию. С утра до вечера мы работали: когда устал – в бас-

сейн, потом снова за работу, вечером – кальян и философские беседы.

## С тех пор миссия скорректировалась?

Она немного видоизменялась в разных центрах перестановкой слов внутри одной фразы. Сейчас наша миссия звучит так: «Помогать молодым людям находить друзей, строить отношения и чувствовать себя счастливыми».

Это пирамида. Помогать молодым людям – основа. Молодежь – наша целевая аудитория и те, кто у нас работает. Чувствовать себя счастливыми – верх пирамиды. Находить друзей и строить отношения – ценности молодых людей и один из основных стимулов. Когда у тебя молодая команда, в которой работают красивые мальчики и девочки, им хочется приходить в коллектив. Мы начали культивировать эту идею, осознав, что такая нематериальная мотивация приводит к тому, что люди хотят у нас работать, быть частью нашей компании.

## ПОМОГАТЬ МОЛОДЫМ ЛЮДЯМ НАХОДИТЬ ДРУЗЕЙ, СТРОИТЬ ОТНОШЕНИЯ И ЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ СЧАСТЛИВЫМИ – ЭТО НАША МИССИЯ

## Что вы делаете, когда видите, что человек не в команде?

Обычно это видно сразу – на первом этапе собеседования. У нас есть методы подбора персонала. Допустим, надо нанять 10 инструкторов-координаторов. Мы приглашаем 70 человек и проводим с ними игру. Если человек реагирует без драйва или не хочет вливаться, это видно сразу. Такие кандидаты быстро отсеиваются. Нам нужны сотрудники, получающие удовольствие от своей работы.

## Куда сейчас будет двигаться компания? Как менять стратегию?

Полного репрофилирования не предвидится, пока мы занимаем выжидательную позицию. Понимаем, что многие игроки уходят с рынка, и надеемся, что настанет момент, когда тренд сменится на положительный и пойдет в рост. ♦

