УДК 338.48 (477)

Економіка та управління підприємствами

Шикіна О.В.
кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки та управління туризмом Одеського національного економічного університету

ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАВАНТАЖЕННЯ ЕСКЕЙП-РУМІВ М. ОДЕСИ

У статті досліджено діяльність ескейп-румів м. Одеси, проаналізовано шляхи підвищення ефективності їх функціонування. Надано пропозиції системи лояльності до клієнтів та запропоновано корегування режиму експлуатації. Приведено ранжування окремих ескейп-румів за показниками завантаження та рівня доходу.

Ключові слова: ескейп-рум, квести, ескейп-туризм, атракція, індустрія розваг.

Шикина О.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАГРУЗКИ ЭСКЕЙП-РУМОВ Г. ОДЕССЫ

В статье исследована деятельность эскейп-румов г. Одессы, проанализированы пути повышения эффективности их функционирования. Даны предложения системы лояльности к клиентам и предложено корректирование режима эксплуатации. Приведено ранжирование отдельных эскейп-румов по показателям загрузки и уровня дохода.

Ключевые слова: эскейп-рум, квест, эскейп-туризм, аттракция, индустрия развлечения.

Shykina O.V. RESEARCH OF ESCAPE-ROOM OCCUPANCY RATE IN ODESSA

The article deals with the activity of escapes-rooms in Odessa. The ways to improve their functioning are analyzed, loyalty system offers to clients are made. The

corrections of operation mode are suggested. Ranking of individual escape-rooms in terms of occupancy and income is given.
Keywords: escape-room, quest, escape-tourism, attraction, entertainment industry.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Роль та місце альтернативних атракцій у структурі мети відвідування дестинації туристами зростає з кожним днем. Було відмічено перерозподіл туристичних потоків, визначено необхідність застосування нових методів організації дозвілля та виявлено розповсюдження підприємства розваг – ескейп-румів. Ескейп-руми набувають великої популярності як за кордоном так і у нашій країні. Задля відвідування високоякісних румів бажаючі починають мандрувати, тобто залучаються до ескейп-туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема ескейп-румів України на сьогоднішній день майже не висвітлена у науковій періодиці. Дослідженню питання туристичної сфери, у тому числі індустрії розваг України присвячені наукові роботи таких вітчизняних учених, як Н.А. Алешугіної, Г.П. Андрєєвої, В.Г. Герасименка, П.Ф. Коваля [1-2]. Окремі положення про існування даного напрямку розважального туризму приводяться у роботі Н.А. Задорожнюка, К.В. Ковтуна [3]. Збільшення частки вільного часу у структурі загального бюджету часу індивіда проявляється у необхідності розвитку спеціалізованих напрямів використання цього часу [4, с. 34-35], що розглядається у роботі І. О. Гродзинської, С. Г. Нездоймінова, О. В. Гусєвої, А. В. Замкової.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Діяльність ескейп-румів ще не досить досліджена як аспект туристичної інфраструктури та потребує глибшого розгляду як у науковому, так і у практичному аспектах. Особливу увагу потрібно приділити їхнім показникам функціонування, завантаження, рівня доходу, розподілу попиту на ескейп-руми в залежності від дня тижня, часу проведення гри, причинам успішного функціонуванням лідерів на ринці даних послуг та потребам у корегуванні дій менш вдалих об’єктів.

Постановка завдання. Метою даної публікації є дослідження завантаження ескейп-румів м. Одеси, виявлення основних тенденції та шляхів підвищення ефективності функціонування досліджуваних ескейп-румів задля підвищення привабливості регіону з туристичної точки зору.

Виклад основного матеріалу дослідження. У попередніх роботах нами було досліджено шляхи підвищення привабливості регіону за рахунок розвитку квест-атракцій [5], феномен квест-атракцій як нового покоління туристичних послуг [6] та приділено особливу увагу ескейп-румам із застосуванням франчайзингу, як методу управління підприємствами сфери розваг [7].

У структурі туристичних потоків Одеської області більша питома вага припадає на мету поїздки «дозвілля та відпочинок» у той час, як службовий, лікувальний, спортивний та спеціалізований туризм залишаються потенційними для розвитку за рахунок проведення певних заходів [8, с. 544]. На нашу думку ескейп-руми можуть розглядатись з точки зору спеціалізованого туризму.

В Одесі нараховується 31 діючий ескейп-рум, що входить до складу 18 компаній та більше 22 ескейп-румів, що знаходяться у стадії розробки. До найбільш відвідуваних ескейп-румів Одеси відносять мережі «Мишоловка», «Вихід», «Клаустрофобія», «Паніка». Майже всі розважальні об'єкти знаходяться у центрі міста або його центральних районах (виключення – «Тайник» і «Загадочник») [5, с.].

Ціна на вхідний квиток коливається від 300 грн до 600 грн, залежно від дня тижня та часу (вихідні та вечірній час коштують дорожче). Основні тематики розподілились таким чином: детектив – 14 кімнат, історія жахів – 7 кімнат, одеська тематика – 5 кімнат, злочини – 3 кімнат, тематика фентезі – 2 кімнати.

Нами було обрано для дослідження 10 ескейп-румів, що входять до мереж, які надають свої послуги з допомоги організації бізнесу під наданим брендом (див. табл. 1). Ескейп-руми мереж «Вихід», «Мишоловка» та «Паніка», як було зазначено раніше, є найбільш відвідуваними кімнатами міста, крім того

всі три компанії мають у своєму складі декілька ескейп-румів («Клаустрофобія» була виключена з дослідження за цим показником). Протягом 6 тижнів нами було досліджено рівень завантаження ескейп-румів, дані було розраховано виходячи з бронювань приведених на офіційних сайтах компаній [9-11].

Таблиця 1

Основні показники функціонування ескейп-румів м. Одеси за 6 досліджуваних тижнів у 2016 р.

Назва компанії	Назва ескейп-руму	Дохід*, грн	Місце за доходом	Середній дохід за день, грн	Завантаження, %	Місце за завантаженням	Середня ціна однієї гри, грн	Дохід отриманий від гри на день, грн
Вихід	Одеська контрабанда	81700	5	1945,24	46,03	5	469,54	216,14
	Заручники гри	77500	6	1845,24	43,12	6	475,46	205,03
	Аліса в країні чудес	107500	3	2559,52	61,64	2	461,37	284,39
	Сталкер: таємниця Прип'яті	75100	7	1788,10	41,53	7	478,34	198,68
Мишоловка	Детективне бюро	104100	4	2478,57	49,13	4	458,59	225,32
	Цирк – хорор	126400	1	3009,52	63,75	1	495,69	300,95
	Пограбування по-японські	116900	2	2783,33	56,19	3	495,34	278,33
Паніка	Квартира антиквара	49500	8	1178,57	27,25	8	480,58	130,95
	Пограбування банку	46800	9	1114,29	25,66	9	482,47	123,81
	Тюрма	41500	10	988,10	23,02	10	477,01	109,79

* Дохід розраховано автором за даними наведеними на сайтах компаній протягом 6 тижнів [9-11]

Всі компанії мають свою цінову політику, що відрізняється одна від одної, різний підхід до системи лояльності, кількість максимально можливих проведених ігор кожного дня, тобто найбільше завантаження не буде означати найбільший рівень отриманого доходу.

Варіація розрахованого отриманого доходу від функціонування румів за 6 тижнів склала від 126400 грн (ескейп-рум «Цирк-хорор») до 41500 грн (ескейп-рум «Тюрма»). Таким чином за рівнем доходу ми можемо розподілити ескейп-руми по місцях, що вони займають: «Цирк-хорор», «Пограбування по-японськи», «Аліса в країні чудес», «Детективне бюро», «Одеська контрабанда», «Заручники гри», «Сталкер: таємниця Прип'яті», «Квартира антиквара», «Пограбування банку», «Тюрма». Ескейп-руми компанії «Мишоловка» за цим показником займають майже одностайно лідерську позицію, у той час як ескейп-руми компанії «Паніка» знаходяться на останніх 8-10 місцях.

Варіація середнього доходу отриманого за день від ескейп-руму склала від 3009,52 грн (ескейп-рум «Цирк-хорор») до 988,10 грн (ескейп-рум «Тюрма») (див. рис. 1).

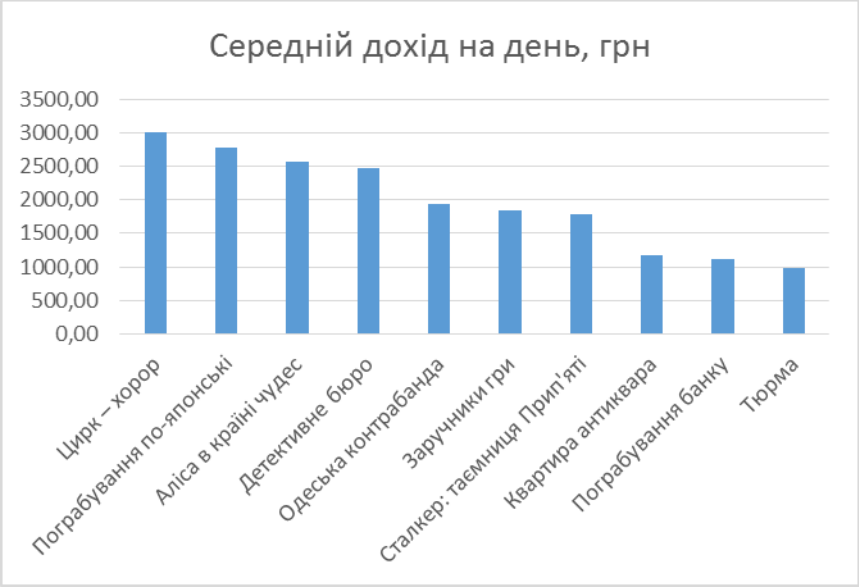

Рис. 1 Середній дохід за день ескейп-румів у м. Одеса, грн

Середнє завантаження у досліджуваних ескейп-румах склало 43,73%, цю відмітку перевищують кімнати «Цирк-хорор», «Аліса в країни чудес», «Пограбування по-японськи», «Детективне бюро», «Одеська контрабанда» (див. рис. 2).

Середня ціна однієї гри в залежності від дня та часу коливається в обраних ескейп-румах від 495,69 грн до 477,01 грн, тобто не зважаючи на широкий діапазон у завантаженні та середньому доходу отриманому на день ескейп-руми аутсайдери ставлять ціни наближені до цін лідерів, що на нашу

думку є не обґрунтованим та доцільно рекомендувати звернути увагу на цінову політику.

Рис. 2 Завантаження ескейп-румів у м. Одеса, %

Дохід отриманий від гри за день коливається від 300,95 грн (ескейп-рум «Цирк-хорор») до 109,79 грн (ескейп-рум «Тюрма»), що пояснюється наявністю невикористаних сеансів. При такій ефективності ескейп-румам мережі «Паніка» необхідно знизити ціни на гру з 400 та 500 грн у будні, та 500 грн у вихідні до 300 та 400 грн у будні, та 500 грн у вихідні, або запропонувати диференційовану ціну по будням (див. табл. 2). Інший шлях для підвищення доходу, отриманого від однієї гри, є застосування програм лояльності, які зовсім відсутні у цій мережі, чи пошук корпоративних клієнтів.

У таблиці 2 наведено завантаження ескейп-румів за днями тижня для виокремлення днів з найнижчим завантаженням. Стосовно загальної тенденції – в усіх ескейп-румах субота та неділя показують найвищі результати, завантаження від 90,74% у суботу в кімнаті «Аліса в країні чудес» до 31,48% у неділю в кімнаті «Тюрма». Завантаження ескейп-румів у суботу більше, ніж у неділю.

Найнижчі результати у різних ескейп-румах варіюються. Так, середа є невдалим днем для таких ескейп-румів як «Одеська контрабанда», «Заручники гри», «Аліса в країни чудес», «Сталкер: таємниця Прип’яті», «Детективне бюро». Це пояснюється тим, що в ескейп-румах мережі «Вихід» особлива

система лояльності до клієнтів. У вівторок – 50% знижка за розповсюдження інформації у соціальних мережах про ескейп-руми «Вихід», у середу – знижка 100 грн для студентів, у неділю знижка 50% для парної гри, тобто необхідно замовити одну й ту ж саму кімнату на різний час, одна команда не буде платити за гру. Всі ці знижки розповсюджуються тільки на денні сеанси. Робимо висновок, що знижка для студентів по середам не має аналогічного ефекту, як знижка 50% по вівторкам. Можливо це пояснюється середнім віком користувачів ескейп-румів, що вищій ніж у студента.

Таблиця 2

Завантаження ескейп-румів м. Одеси за днями тижня, %

Назва ескейп-руму	День тижня, %						
	Понеділок	Вівторок	Середа	Четвер	П’ятниця	Субота	Неділя
Одеська контрабанда	35,19	57,41	20,37	24,07	35,19	75,93	74,07
Заручники гри	24,07	53,70	24,07	33,33	29,63	66,67	70,37
Аліса в країні чудес	53,70	70,37	35,19	55,56	48,15	90,74	77,78
Сталкер: таємниця Прип'яті	31,48	46,30	12,96	29,63	24,07	74,07	72,22
Детективне бюро	46,97	37,88	30,30	42,42	42,42	72,73	71,21
Цирк – хорор	45,00	60,00	53,33	48,33	58,33	83,33	76,67
Пограбування по-японські	46,67	33,33	50,00	48,33	68,33	76,67	70,00
Квартира антиквара	18,52	11,11	24,07	18,52	22,22	51,85	44,44
Пограбування банку	14,81	18,52	25,93	11,11	11,11	51,85	46,30
Тюрма	18,52	18,52	25,93	11,11	9,26	46,30	31,48

Для мережі «Мишоловка» найбільш невдалими днями є понеділок та вівторок. Але, роблячи акцент на рівень доходу цих ескейп-румів і той факт, що ця мережа відкрила нову кімнату «Таємна кімната» за мотивами дитячої книги Гаррі Поттер, що за дуже короткий строк експлуатації привернула увагу навіть

українських телевізійних ведучих, робимо висновок про відсутність необхідності запровадження програми лояльності у найближчий час.

Депресивними для мережі «Паніка» є четвер та п’ятниця, можливо було б доречним запропонувати два різновиди знижок. У п’ятницю 50% за бронювання двох кімнат з кримінальною тематикою (ескейп-рум «Тюрма» займає останнє місце за рівнем доходу та завантаженням), у четвер надавати знижку, що дорівнює 1/100 від кількості друзів у одній з соціальних мереж гравців команди (після гри завжди робиться фото, що найчастіше розміщується на сторінках гравців, це фото стає доступним для всіх друзів у соціальних мережах). Відзначимо, що «Паніка» офіційно надає додаткові сеанси у нічний час по вихідним, а «Вихід» може запропонувати таку послугу у будь який день за замовленням по телефону (функція на сайті не доступна).

У таблиці 3 наведено розподіл завантаження ескейп-румів у залежності від часу проведення гри. Виходячи з даних таблиці можна зазначити підвищення попиту на послуги ескейп-румів з 14:00 до 18:00. У даний «prime time» рівень середнього завантаження коливається від 75,40% (ескейп-рум «Аліса в країні чудес») до 32,54% (ескейп-рум «Тюрма»). Загальним для всіх кімнат є зниження попиту на ігри після 20:00 та низьке завантаження (біля 10,00%) на перші ігри (тільки у ескейп-румі «Пограбування по-японськи» сеанс на 10:15 завантажено на 80,95%).

Для підвищення попиту на ранні сеанси можливо зробити більш дешевий тариф для «жайворонків», що дасть змогу студентам, які навчаються на другій зміні відвідати ескейп-рум за низьким тарифом та розвантажити «prime time» для більш якісного надання послуг (за умовами гри, гравці повинні пройти кімнату за 60 хвилин, але не всі можуть впоротися з цим завданням, крім того розповсюджено запізнення на сеанс, для підготовки кімнати службовцю потрібно від 5 до 10 хвилин).

Розподілу завантаження по сеансам у ескейп-румах мережі «Паніка» характерні різкі зміни (більше 20,00%), на нашу думку це пояснюється

негнучкою ціновою політикою та відсутністю просування мережі у засобах масової інформації.

Таблиця 3

Завантаження ескейп-румів м. Одеси за часом проведення гри

Одеська контрабанда	Час	**11:00**	**12:20**	**13:40**	**15:00**	**16:20**	**17:40**	**19:00**	**20:20**	**21:40**	
	Завантаження, %	50,00	47,62	50,00	59,52	52,38	54,76	45,24	38,10	16,67	
Заручники гри	Час	**11:20**	**12:40**	**14:00**	**15:20**	**16:40**	**18:00**	**19:20**	**20:40**	**22:00**	
	Завантаження, %	50,00	42,86	54,76	50,00	50,00	42,86	47,62	33,33	16,67	
Аліса в країні чудес	Час	**11:00**	**12:20**	**13:40**	**15:00**	**16:20**	**17:40**	**19:00**	**20:20**	**21:40**	
	Завантаження, %	54,76	69,05	69,05	76,19	78,57	71,43	52,38	47,62	35,71	
Сталкер: таємниця Прип'яті	Час	**11:00**	**12:20**	**13:40**	**15:00**	**16:20**	**17:40**	**19:00**	**20:20**	**21:40**	
	Завантаження, %	42,86	42,86	42,86	42,86	47,62	57,14	45,24	38,10	14,29	
Детективне бюро	Час	**10:00**	**11:15**	**12:30**	**13:45**	**15:00**	**16:15**	**17:30**	**18:45**	**20:00**	**21:15**	**22:30**
	Завантаження, %	19,05	38,10	57,14	50,00	66,67	59,52	59,52	59,52	57,14	33,33	40,48
Цирк – хорор	Час	**10:30**	**11:45**	**13:00**	**14:15**	**15:30**	**16:45**	**18:00**	**19:15**	**20:30**	**21:45**	
	Завантаження, %	26,19	47,62	59,52	76,19	66,67	71,43	73,81	71,43	61,90	52,38	
Пограбування по-японські	Час	**10:15**	**11:30**	**12:45**	**14:15**	**15:30**	**17:15**	**18:30**	**20:15**	**21:45**	**23:00**	
	Завантаження, %	80,95	40,48	54,76	50,00	57,14	59,52	66,67	71,43	54,76	26,19	
Квартира антиквара	Час	**11:00**	**12:30**	**14:00**	**15:30**	**17:00**	**18:30**	**20:00**	**21:30**	**23:00**		
	Завантаження, %	9,52	23,81	38,10	40,48	26,19	47,62	26,19	21,43	11,90		
Пограбування банку	Час	**11:00**	**12:30**	**14:00**	**15:30**	**17:00**	**18:30**	**20:00**	**21:30**	**23:00**		
	Завантаження, %	11,90	26,19	26,19	33,33	26,19	40,48	30,95	16,67	19,05		
Тюрма	Час	**11:00**	**12:30**	**14:00**	**15:30**	**17:00**	**18:30**	**20:00**	**21:30**	**23:00**		
	Завантаження, %	14,29	19,05	16,67	33,33	26,19	33,33	30,95	23,81	9,52		

Виходячи з вищенаведеного можна охарактеризувати мережу «Мишоловка» як лідера у конкретній вибірці, її ескейп-руми показують високі розраховані фінансові результати, рівень завантаження вищій за середній по вибірці, не існує значної проблеми розподілу за часом проведення сеансів. У даній мережі було відкрито нову кімнату і до відкриття готується ще одна, тобто є запас потенціалу розвитку. Рекомендаціями для лідера є зберігати конкурентні позиції та формувати прихильність клієнтів.

За проведеним дослідженням можна віднести мережу «Вихід» до послідовника лідера, один з ескейп-румів – «Аліса в країні чудес» показує високі результати за завантаженням та рівнем доходу, але результати трьох інших ескейп-румів дещо відстають. Оскільки мережа «Вихід» вже практикує

розроблену систему лояльності до клієнтів і готує до відкриття 13 нових ескейп-румів у м. Одесі доцільним було б запропонувати розробити клубну систему знижок та привілеїв, що буде мотивувати клієнтів відвідати нові проекти мережі «Вихід».

Аналізуючи рівень завантаження, просування у соціальних мережах, цінову політику мережі «Паніка» доцільно віднести її у даній вибірці до позиції аутсайдерів. Рекомендаціями може бути корегування цінової політики, надання знижок у проблемні дні – четвер та п'ятницю. За відгуками у www.tripadvisor.ru та http://today.od.ua/ є необхідність оновити ескейп-рум «Тюрма».

Висновки. У цілому можна відзначити формування певних тенденцій функціонування ескейп-румів м. Одеси зокрема:

- рівень доходу від функціонування ескейп-румів за 6 досліджуваних тижнів 2016 року дуже варіюється, що дає змогу констатувати різний попит на послуги конкурентів;
- середнє завантаження у досліджуваних ескейп-румах склало 43,73%, що підкреслює актуальність даного напряму індустрії розваг;
- простежується циклічний характер попиту на ігри – повністю зайняті вихідні, вечори після шостої години та денні години зайняті на частково, ранкові сеанси заповнюються на 10,00%;
- вік гравців варіюється від дітей до пенсіонерів, але основна аудиторія – це молодь від 20 до 35 років та сім'ї з дітьми;
- специфіка цього бізнесу така, що всі проекти не тільки конкурують, але і допомагають один одному. Пройшовши кімнату гравці бажають відвідати інші, але ніколи не повертаються до минулих кімнат, так як вже розв'язали загадки;
- є необхідність відкривати нові кімнати, чи раз на 1,5 – 2 роки робити повну заміну оформлення і тематики кімнати;
- формується значний рівень пропозиції розважальних послуг у сфері ескейп-румів м. Одеси, що в свою чергу привертає увагу внутрішніх туристів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездойминов [та інші]. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.

2. Коваль П.Ф. Розвиток розважального сектору туріндустрії як засіб зміцнення туристичного потенціалу України / П.Ф. Коваль, Н.О. Алєшугіна, Г.П. Андрєєва // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 6(108). – С. 78-82.

3. Задорожнюк Н.А. Проблемы и перспективы развития индустрии развлечений в украине / Н.А. Задорожнюк, К.В. Ковтун // Глобальні та національні проблеми економіки – Редакція електронного наукового фахового видання. – Миколаїв, 2015. – Випуск №7. - С. 350-353.

4. Основи рекреалогії (економіко-екологічний та маркетинговий аспект): навч. посіб. / І. О. Гродзинська, С. Г. Нездоймінов, О. В. Гусєва, А. В. Замкова. – Київ: Центр учбової літератури, 2014. – 264 с.

5. Шикіна О. В. Шляхи підвищення привабливості регіону за рахунок розвитку квест-атракцій / О. В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки – Редакція електронного наукового фахового видання Випуск №9. – Миколаїв. - лютий 2016 р. – С. 460-464

6. Шикіна О. В. Квест-атракції як нове покоління туристичних послуг / О.В. Шикіна // Матеріали VII міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 24-25 березня 2016 року, м. Черкаси [Текст]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т.1. – Черкаси: Видавець Чабаненко Ю.А., 2016. – С. 140-143

7. Шикіна О. В. Застосування франчайзингу, як методу управління підприємствами сфери розваг / О.В. Шикіна // Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські науки в сучасному світі» (Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ, 10-11 грудня 2015). – Київ, 2015. – С. 223-226.

8. Шикіна О. В. Аналіз структури туристичних потоків Одеської області / О. В. Шикіна, І. Л. Ліптуга // Глобальні та національні проблеми економіки – Редакція електронного наукового фахового видання. – Миколаїв, 2015. – Випуск №7. - С. 539-544.

9. Офіційний сайт Ескейп-рум Мишоловка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mousetrap.com.ua/

10. Офіційний сайт Ескейп-рум Виход [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://x-escape.com/

11. Офіційний сайт Ескейп-рум Паніка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vpanike.com.ua/