

## ИНТЕРВЬЮ



## Андрей Дидух: «Высокая рентабельность при низкой себестоимости проекта - мечта любого бизнесмена!»

Игровые видеоаттракционы давно стали эффективным средством привлечения публики в современные досуговые центры. Своим мнением об итогах прошедшего календарного года в этой сфере бизнеса с корреспондентом журнала «Кинобизнес сегодня» поделился Андрей Дидух, генеральный управляющий группы компаний SHININ Group - одного из наиболее влиятельных игроков на российском рынке продажи и аренды развлекательного оборудования.

**Василий Захаров.** Андрей Мирославович, что бы вы могли сказать об основных особенностях развития отечественного бизнеса кинотеатров в прошлом году?

**Андрей Дидух.** Подводя итоги прошедшего года, можно отметить весьма внушительные успехи отечественного кинобизнеса в самых различных его аспектах. Кинематограф России вошел в стадию уверенного подъема, чему в немалой степени способствует и формирование рынка российского кинопроката в соответствии с самыми современными мировыми стандартами. Сегодня практически все открывающиеся кинотеатры страны оснащаются по последнему слову техники, что, естественно, обеспечивает рост числа зрителей.

Впрочем, не следует умалчивать и о некоторых сложностях, с которыми столкнулись в минувшем году многие профессионалы бизнеса кинотеатров. Здесь, в частности, хотелось бы упомянуть об оборотной стороне успешного развития любой конкурентной среды, а именно о том, что, как гласит известный экономический постулат, «при увеличении количества объектов, предоставляющих схожие услуги, рентабельность каждого из них снижается». Конечно, всякий бизнесмен мечтает, чтобы его проект был максимально рентабельным при минимальной себестоимости. Однако в

2005 году далеко не всем удалось эту мечту осуществить.

- Что же необходимо сделать для повышения рентабельности кинотеатра?

- Прежде чем ответить на этот вопрос, замечу, что группа компаний SHININ Group не занимается кинотеатральным бизнесом во всей его полноте. Мы лишь поставляем в кинотеатры или эксплуатируем в них видеоаттракционы. Тем не менее думаю, что наши суждения о тех или иных тенденциях развития данного сегмента рынка вполне компетентны, поскольку мы с 1993 года работаем на этом поле и основные успешные кинотеатральные проекты последних лет были осуществлены при нашем непосредственном участии. Достаточно перечислить некоторые из них: «Формула Кино» в «Атриуме», «Формула Кино» на Можайке, «Октябрь», «Люксор», «Космос», «Киргизия», «София» и «Титаник». Сегодня SHININ Group эксплуатирует видеоаттракционы в 54 кинотеатрах страны и только в Москве и Московской области располагает более чем 120 игровыми залами (в них установлены аппараты без денежного выигрыша) на правах совместной эксплуатации. Мы также осуществляем поставки оборудования в 72 региона России - в том числе и в ведущие региональные кинотеатры.

Что же касается вашего вопроса, то точного ответа на него, наверное, не даст никто. В каждом отдельном случае

существует, как правило, свой рецепт успеха. Скажу лишь, что во всяком деле необходим комплексный подход. В связи с этим хотелось бы высказать несколько пожеланий владельцам и администраторам кинотеатров. Первое: при формировании внутренней структуры вашего предприятия обязательно стремитесь к созданию сбалансированного досуговообразующего комплекса (ДОК). Пожелание второе: всеми доступными вам средствами создавайте в ДОКе атмосферу, которая вызывала бы у посетителя положительные эмоции. И последнее: не забывайте о повседневной административно-хозяйственной деятельности. Как говорится, под лежачий камень вода не течет. Высказывая свои пожелания, я вынужден быть кратким, так как на подробные рекомендации в вашем журнале просто не хватит места. Те же читатели, которых заинтересуют наши подходы, могут обратиться в наш офис и получить исчерпывающие ответы.

- Насколько успешным стал 2005 год для SHININ Group?

- Легким его никак не назовешь. Бизнес-ситуация в течение года не всегда складывалась просто, поэтому нам порой приходилось принимать решения в весьма трудных и не слишком благоприятных условиях. Однако необходимо отметить, что коллектив SHININ Group с честью вы-

держал все испытания и достойно встретил свое 15-летие. Эту годовщину мы отметили серьезным проектом, выступив спонсором ежегодной международной выставки «РАППА-2005», проходившей в Москве. Должен сказать, что у нас было много работы, связанной с различными выставками, в том числе и на таком известном форуме, как «Кино Экспо».

За прошедший год нам вместе с партнерами удалось подготовить и запустить целый ряд замечательных во всех отношениях проектов. Теперь нашими аппаратами в Москве и Московской области оборудованы еще и кинотеатры «Октябрь», «Формула Кино» на Рублевке, «Формула Кино» на Мичуринском, «Титаник-Синема», «Звездный», «Космос», «Будапешт», «Митино», «Ладога», «Ладья», «Щелково», «Победа» и «Синема». В регионах же хотелось бы отметить «Сеспель», «Атал» и «Мир Луксор».

Радует, что наши отношения с давними партнерами стали еще крепче, а с новыми - строятся на принципах взаимного уважения и доверия. Кинобизнес постепенно отторгает от себя людей, нечистых на руку, поэтому стабильная деловая репутация ценится все выше и выше. И это, на мой взгляд, один из важнейших итогов прошедшего года. Хочется верить, что в будущем эта тенденция еще более упрочится.

### СБОРЫ В США со стр. 2

2003 году, продолжилось и в 2005-м. Было продано 1.42 млрд билетов, что на 7% меньше показателя предыдущего года (1.54 млрд). Рубеж \$300 млн покорился только фильму «Звездные войны. Эпизод III - Месть ситхов», в то время как в 2004 году таких картин было три, а в 2003-м и 2002-м

- по две. При этом был повторен рекорд 2002 года, когда сразу семь лент преодолели рубеж \$200 млн. Однако же фильмов, собравших свыше \$100 млн, оказалось в 2005 году чрезвычайно мало - 17. Для сравнения: в 2003 году было зафиксировано рекордное количество таких картин - 25, в 2002-м их было 22, а в 2004-м - 21. Уменьшился по сравне-

нию с 2004 годом средний сбор первого уик-энда, составивший \$17.6 млн (в 2004-м - \$18.8 млн), и средний сбор с одного экрана, составивший \$6 782 против \$7 297. Число фильмов, стартовавших в более чем 3000 кинотеатрах, увеличилось с 42 в 2004 году до 55 в 2005-м, но при этом количество картин, собравших за первый уик-энд свыше \$40

млн, а также свыше \$60 млн, уменьшилось. В 2005 году трем дистрибьюторам удалось покорить планку \$1 млрд (Warner Bros. - \$1.38 млрд, 20th Century Fox - \$1.35 млрд, Universa - \$1.01 млрд). Немного от них отстали Buena Vista (\$921.5 млн) и Sony (\$917.8 млн). В 2003 году миллиардеров было четыре, а в 2004-м - три.