



Θεματικά Πάρκα:

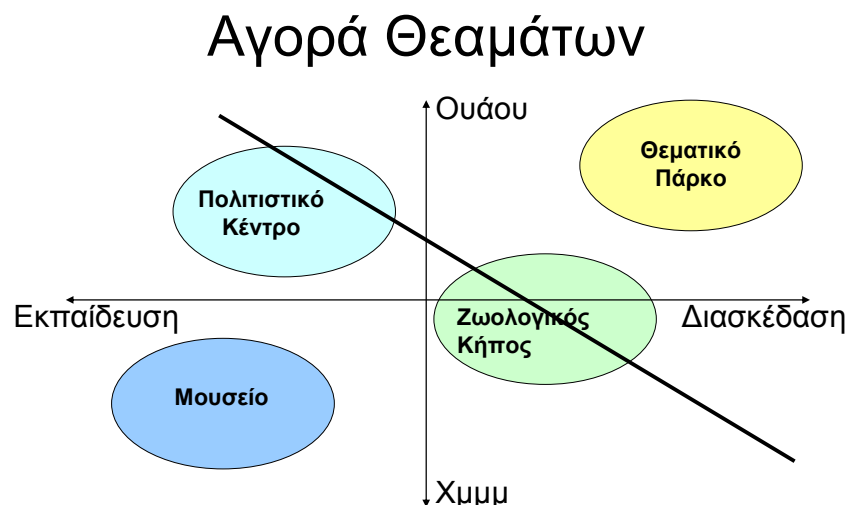
Σύνθετες Επενδύσεις σε Ανταγωνιστική Αγορά

Dr. Άρης Ίκκος

Ο κ. Ίκκος είναι Γενικός Διευθυντής της JBR Hellas. Η JBR Hellas είναι εταιρεία Συμβούλων Επιχειρήσεων σε θέματα στρατηγικής και χρηματοοικονομικών. Ειδικεύεται σε τουριστικά projects και είναι μέλος του διεθνούς ομίλου συμβούλων Horwath, που είναι παγκόσμιος leader σε θέματα τουρισμού.

Η ευρύτερη αγορά: τα Θεματικά Πάρκα ως μέρος της Αγοράς Θεαμάτων

Τα Θεματικά Πάρκα αποτελούν μέρος της Αγοράς Θεαμάτων (Managed Attractions). Στο ακόλουθο γράφημα παρουσιάζεται σχηματικά η θέση των θεματικών πάρκων στην αγορά αυτή.



Τι είναι Θεματικό Πάρκο;

Για να οριστεί ένα managed attraction ως Θεματικό Πάρκο, πρέπει να πληρεί μια σειρά κριτηρίων, τα σημαντικότερα από τα οποία απεικονίζονται στο παρακάτω γράφημα:



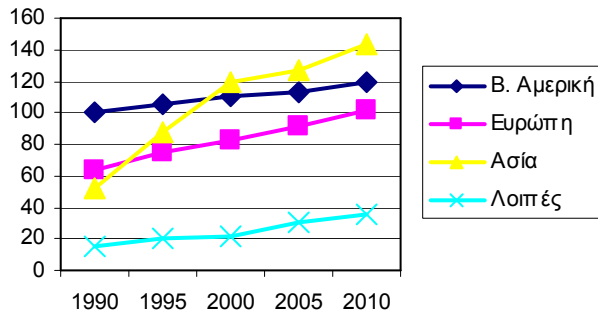
Τα Θεματικά Πάρκα διαφοροποιούνται μεταξύ τους βάσει

- Μεγέθους,
 - o είτε αυτό αφορά αριθμό επισκεπτών
 - o είτε αφορά μέγεθος επένδυσης
- Προέλευσης πελατείας, που μπορεί να είναι τοπική ή το Πάρκο να αποτελεί «Προορισμό»
- Τύπου Διασκέδασης: Ride-oriented or Show-oriented?
- Εποχικότητας
- κλπ.

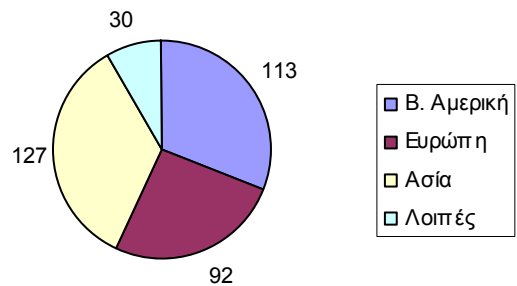
Μέγεθος Αγοράς

Η ανάπτυξη της αγοράς των Θεματικών Πάρκων, περιλαμβανομένων και σχετικών προβλέψεων έως το 2010, απεικονίζεται στα ακόλουθα διαγράμματα (πηγή: ERA) απ' όπου φαίνεται η ραγδαία ανάπτυξη στην Ασία, και ακολουθούν η Ευρώπη και οι Λοιπές Χώρες. Αντίστοιχα η Β. Αμερική, που ήταν η πρώτη αγορά που αναπτύχθηκε, δείχνει σημάδια «κόπωσης».

Αριθμός Θεματικών Πάρκων Διεθνώς
1990 - 2010

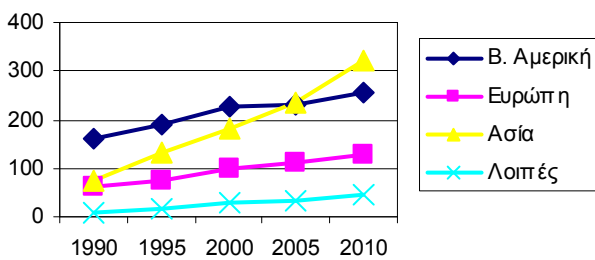


Αριθμός Θεματικών Πάρκων Διεθνώς
2005

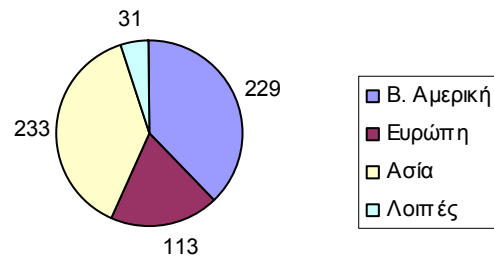


Αντίστοιχη εικόνα (βλ. επ. Γράφημα) παρουσιάζεται και στις εισόδους σε Θεματικά Πάρκα. Συγκρίνοντας τον αριθμό θεματικών πάρκων με τα εισιτήρια παρατηρείται ότι το μερίδιο αγοράς της Ευρώπης είναι 25 και 19% αντίστοιχα.

Εκατ. Εισιτήρια σε Θεματικά Πάρκα Διεθνώς
1990-2010

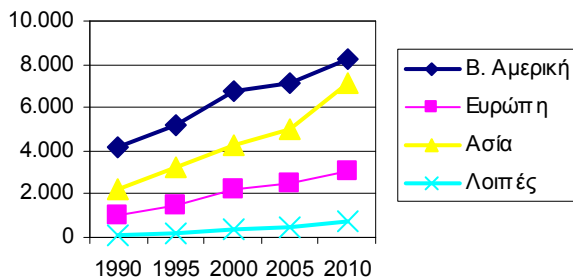


Εκατ. Εισιτήρια σε Θεματικά Πάρκα Διεθνώς
2005

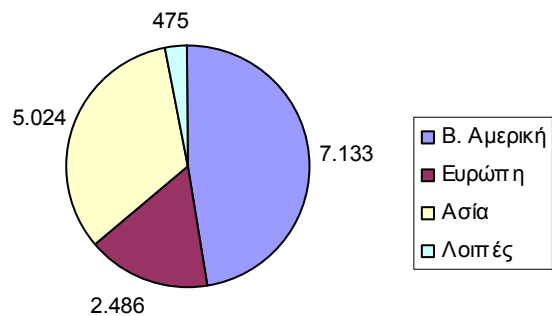


Τέλος, από πλευράς εσόδων εξακολουθεί να προηγείται η Β. Αμερική λόγω του ότι η κατά κεφαλήν δαπάνη για την Β. Αμερική είναι ~ \$ 31,5 έναντι ~ \$ 21,5 και ~ \$ 22,00 σε Ασία και Ευρώπη αντίστοιχα.

Έσοδα (εκ. \$) σε Θεματικά Πάρκα Διεθνώς
1990 - 2010



Έσοδα (εκ. \$) σε Θεματικά Πάρκα Διεθνώς
1995



Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας (Critical Success Factors) Θεματικών Πάρκων

Από τα παραπάνω προκύπτει σαφώς ότι τα Θεματικά Πάρκα αποτελούν αφενός μια σύνθετη και πολύπλοκη επένδυση, αφετέρου μέρος μιας έντονα ανταγωνιστικής και απόλυτα παγκοσμιοποιημένης αγοράς. Ως πλέον ενδεικτικά (αλλά όχι μοναδικά) παραδείγματα της δυσκολίας που ενέχει η επιτυχημένη ανάπτυξη Θεματικών Πάρκων, μπορεί κανείς να αναφέρει την εμπειρία της Eurodisney, που αν και δημιουργήθηκε από τον πιο έμπειρο παγκοσμίως theme park operator εξακολουθεί να παρουσιάζει σημαντικά προβλήματα κερδοφορίας, αλλά και του κορεσμού της Ισπανικής αγοράς Θεματικών Πάρκων, λόγω και της ταυτόχρονης δημιουργίας μεγάλου αριθμού Θεματικών Πάρκων.

Τα βασικά οικονομικά χαρακτηριστικά (economic drivers) ενός Θεματικού Πάρκου συνοψίζονται σε:

- **Επισκεψιμότητα – Διάρκεια Επισκέψεων**
- **Δαπάνη ανά Επίσκεψη**
- **Ύψος Επένδυσης και συνεχής επανεπένδυση** ώστε το Θεματικό Πάρκο να μην φαίνεται «κουρασμένο» (tired product)

Οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας για τα οικονομικά χαρακτηριστικά των Θεματικών Πάρκων είναι:

- η **Θέση** – σε σχέση με μόνιμους κατοίκους και τουρισμό και ιδιαίτερα την αγορά στην οποία απευθύνεται (**catchment area**)
- το **Marketing** – κατά την έναρξη λειτουργίας (opening “extravaganza”) και κατά τη λειτουργία με συνεπές branding και ανάλογο market segmentation
- ο **Σχεδιασμός**: Επιλογή Θέματος και χαρακτηριστικού event – Ελκυστική Είσοδος - μίγμα Rides και Shows κλπ.