

Ценовая политика кинотеатров Москвы и Санкт-Петербурга (декабрь 2014 года)

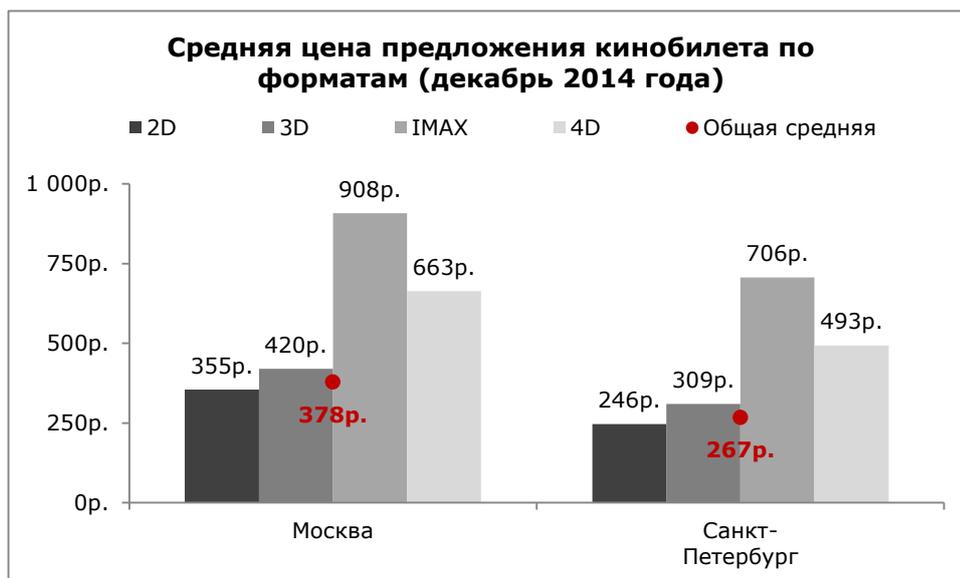
Валерий Кустов, аналитик Невафильм Research

исследование проведено при участии Татьяны Горской, Виталия Ломакина, Виктории Максютенко, Александры Старостиной, Карины Сухаревой, Елены Чирковой

Цена предложения и разбивка по форматам в столицах

В период с 22 по 28 декабря 2014 года специалисты Невафильм Research провели традиционный мониторинг цен на билеты в кинотеатрах городов Московского региона и Санкт-Петербурга. Всего в Москве было исследовано 122 кинотеатра и 663 зала¹, в Петербурге – 58 кинотеатров и 336 залов. В случае наличия нескольких типов билетов с разной стоимостью на один сеанс в качестве цены рассматривалось среднее арифметическое стоимостей. Все типы сеансов, попавших в мониторинг, были объединены в четыре группы по форматам: 2D, 3D, 4D (сюда вошли сеансы в залах 4DX и D-Vox) и IMAX.

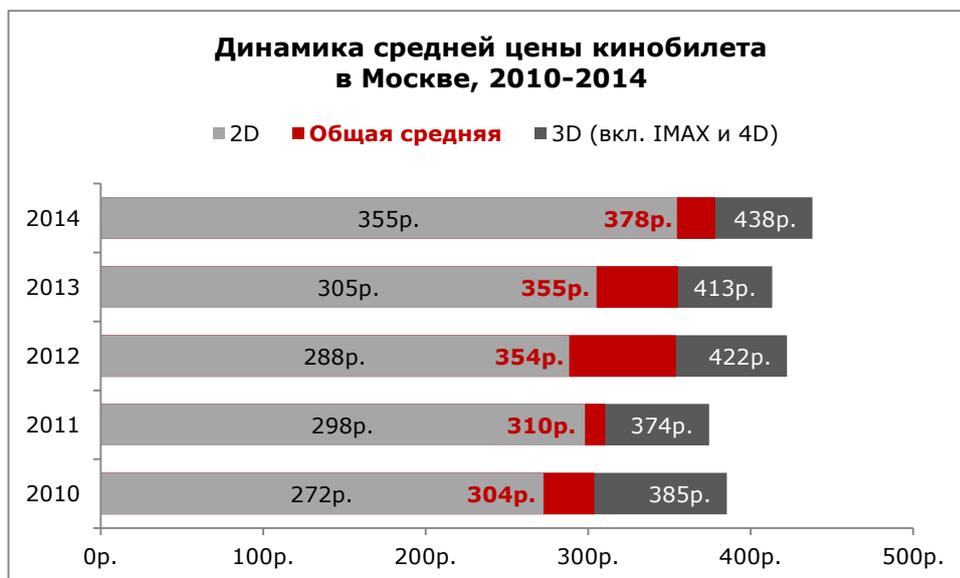
Средняя цена предложения кинобилета в Москве в период проведения мониторинга составила 378 рублей, а в Санкт-Петербурге – 267 рублей. При этом распределение цен по форматам примерно похоже: 2D-сеансы в среднем стоят на 6% ниже среднего в Москве и на 8% в Петербурге, 3D-сеансы – на 11% больше среднего в Москве и на 16% – в Петербурге. Самые дорогие в среднем билеты в обоих городах продаются в залы IMAX – примерно в 2,5 раза больше общего среднего. Киноаттракционные форматы 4D – на 80% дороже среднего.



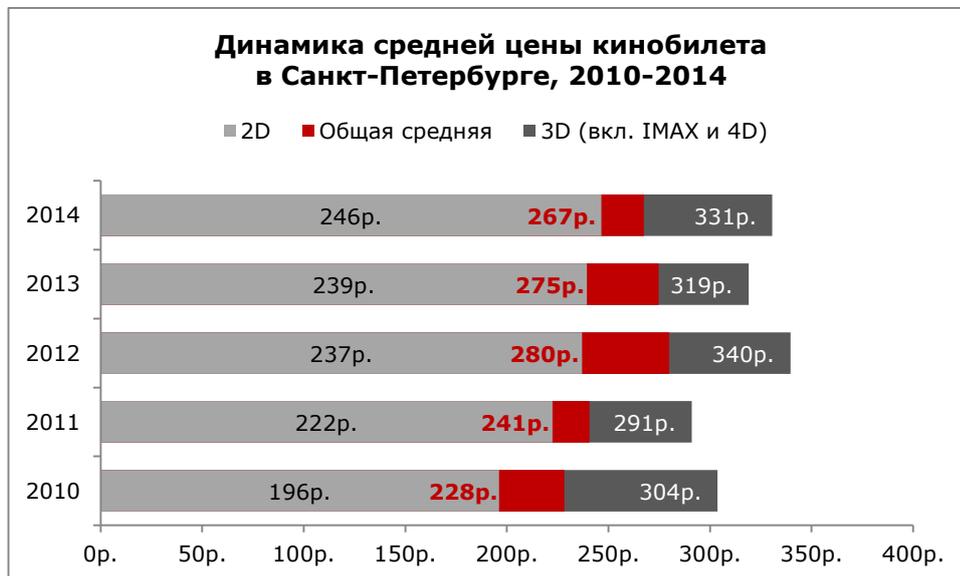
Для сопоставимости с предыдущими мониторингами цен форматы 3D, 4D и IMAX были объединены в дальнейшем в одну группу – 3D (вкл. 4D и IMAX).

Во время проведения мониторинга цен в 2014 году объем предложения 3D-сеансов (вкл. 4D и IMAX) в Москве оказался существенно ниже, чем в декабре 2013-го. Об этом свидетельствует сократившийся разрыв между средней ценой на 2D-билеты и общей средней по городу. При этом цены на 2D выросли на 16%, а на 3D (вкл. 4D и IMAX) – всего на 6%, что сократило разрыв между ценами на 2D и 3D (вкл. 4D и IMAX), и теперь он в процентном отношении минимален с момента появления 3D-показов в Москве (24% от цены 2D). Рост цены предложения на 2D-сеансы и сокращение количества 3D-сеансов (вкл. 4D и IMAX) оказали разнонаправленное влияние на общую среднюю, и она выросла всего на 6,4% и составила 378 рублей.

¹ Из анализа был исключен VIP-кинотеатр «Москва» по причине того, что в нем используется система клубного членства.



Сокращение количества 3D-сеансов (вкл. 4D и IMAX) коснулось и Северной столицы. Однако рост средних цен на 2D и 3D (вкл. 4D и IMAX) оказался здесь существенно ниже – 3% и 3,5% соответственно. Такой низкий рост вкупе со смещением общей средней в сторону 2D-цены привел к ее падению на 2,5% – до уровня 267 рублей. Впрочем, это снижение продолжается уже не первый год: в конце 2013-го она упала на 2%. Наряду с ускоряющейся инфляцией такое снижение ведет к быстрому падению реальной цены билета. Оно объясняется усилившейся в конце 2013 года конкуренцией: на 1 января 2015 года рынок Петербурга является самым насыщенным среди городов-миллионников (показатель плотности экранов на 100 тысяч жителей здесь равен 6,7, что на 29% выше уровня Московского региона).



Цена спроса, потребительские цены и средняя зарплата в России

По итогам 2014 года средняя стоимость кинопосещения («цена спроса») в России продолжает медленно расти – по сравнению с ценой 2013 года она увеличилась лишь на 2,6%. В то же время уровень инфляции по итогам года, по данным Центробанка, составил рекордные для последней пятилетки 11,4%. В результате реальная цена спроса упала на 4,6%.



В условиях быстрого роста цен на основную продуктовую корзину кинопоказчики предпочитают заморозить цены, чтобы не провоцировать потребителей на отказ от развлечений.



Заморозка цен отчасти обусловила тот факт, что кинопосещение в России в целом и в двух столицах стало доступнее: увеличилось количество билетов, которое можно купить на среднюю месячную заработную плату. Теперь среднестатистический россиянин может купить 132 билета, что на 6,5% больше, чем годом ранее, петербуржец – 152 билета (+11%), а москвич – целых 162 билета (+2,5%).

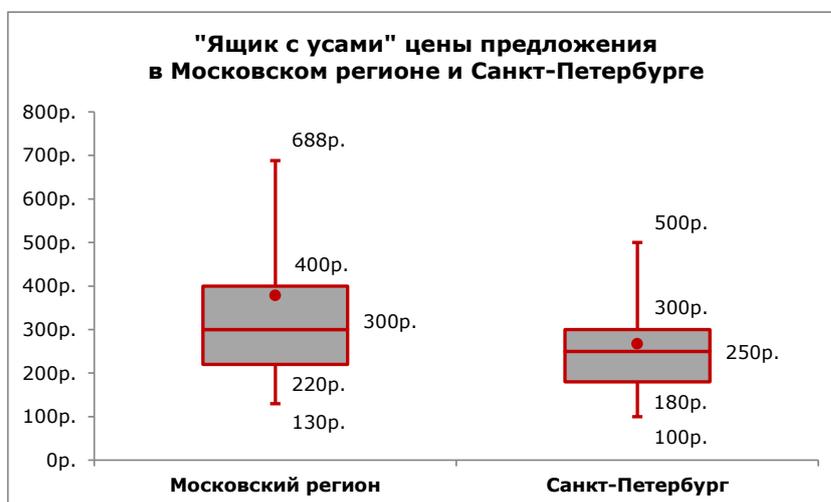


Разброс цен в Московском регионе и Санкт-Петербурге

Помимо того, что цена предложения в Москве ниже петербургской относительно доходов населения, она еще и более диверсифицирована: самый дешевый билет в Москве стоит 50 рублей (такая цена была зафиксирована в кинотеатрах «Галакс», «Иллюзион», «Люксор в Отрадном» и «Тула»), а самый дорогой – 5 500 рублей (VIP-кинотеатр «Времена года»). В Санкт-Петербурге цены начинаются от тех же 50 рублей (в детских кинотеатрах «Дружба», «Заневский» и «Восход», входящих в сеть «Петербург Кино»), и заканчиваются на уровне 2000 рублей за билет (VIP-кинотеатр «Grand Palace» и VIP-зал в «Великан Парке»). Но даже без учета экстремально высоких и экстремально низких цен в Московском регионе разброс цены предложения выше: в этом можно убедиться, взглянув на диаграмму типа «ящик с усами», представленную ниже.

В основе такого типа диаграмм лежат так называемые k-е перцентили – уровни, не выше которых располагается k% значений исследуемой величины. На графике нижнему «усу» соответствует 5-й перцентиль, нижней границе «ящика» – 25-й перцентиль, линии внутри «ящика» – 50-й перцентиль (иначе говоря, медиана исследуемой величины), верхняя граница «ящика» – это 75-й перцентиль, а верхний «ус» – 95-й. Точками обозначены средние стоимости билетов. То есть, для примера, в период мониторинга цена билета на половину сеансов на афише кинотеатров Московского региона не превышала 300 рублей, а 95% сеансов в Санкт-Петербурге стоили не более 500 рублей.

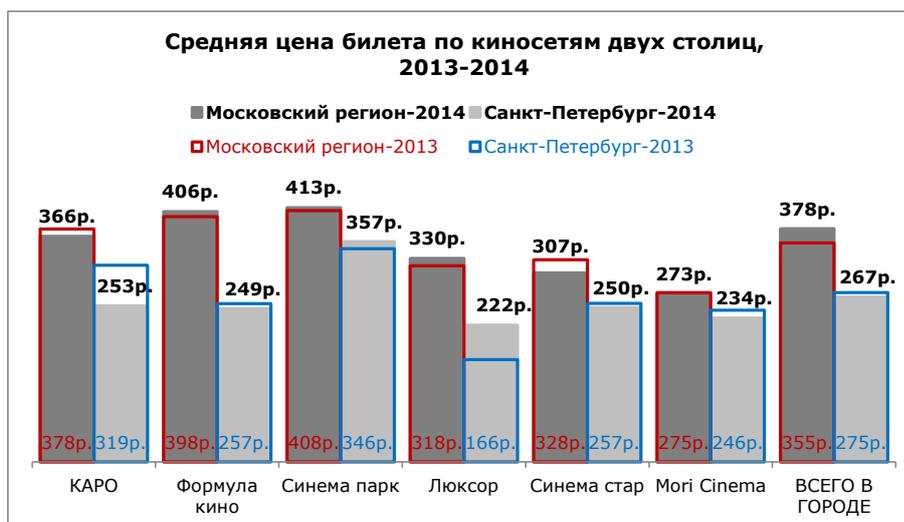
Как видно на графике, в Москве и высота «ящика» больше, и «усы» длиннее, что говорит о большем разбросе цен. При этом все перцентили в Москве выше петербургских: в Москве не больше 300 рублей стоит половина сеансов на неделе мониторинга, тогда как в Петербурге не выше той же суммы оказалась цена на 75% сеансов. Перцентили в некотором смысле устойчивее к очень высоким ценам в VIP-кинотеатрах города, чем средние цены: если бы максимальные цены на билет в Москве были не 5 500 рублей, а 2 000 рублей, как в Санкт-Петербурге, то медиана так и осталась бы 300 рублей (поскольку цена на 50% билетов так и осталась не выше 300 рублей), а вот средняя цена предложения существенно снизилась бы.



Ценовая политика столичных киносетей

По состоянию на период мониторинга цен на рынках обеих столиц имели свое представительство всего шесть компаний: из своего единственного кинотеатра в Петербурге ушла сеть «КиноЭксперт». Наиболее ощутимые изменения произошли в петербургских филиалах двух сетей: «КАРО» и «Люксор», причем эти изменения оказались разнонаправленными. В кинотеатрах сети «КАРО» была зафиксирована средняя цена на 5% ниже средней по городу, при этом относительно прошлого года она снизилась на 21%. «Люксор», в прошлом году занимавшийся откровенным демпингом, в этом году был вынужден поднять цены на 34%; теперь они ниже средней на 17%, что, впрочем, тоже довольно существенно – в кинотеатрах этой сети в Петербурге самая низкая средняя цена билета среди шести сетей, представленных в обеих столицах. Самая высокая цена билета в Санкт-Петербурге по-прежнему предлагается в

кинотеатрах сети «Синема парк». В Московском регионе ни одна из этих шести сетей не меняла свою ценовую политику столь кардинальным образом: максимальное снижение составило 7% в сети «Синема стар» (теперь -19% от среднего), а максимальный рост – 4% в том же «Люксоре» (теперь -13% от среднего).



В сетях, представленных только в одном из двух рассматриваемых городов, ситуация сложилась противоположным образом: в Петербурге царит стабильность, в отличие от Москвы. Так, в кинотеатрах «Мираж синема», «Петербург кино» и «Синема-мир» изменения год к году составили $\pm 3-4\%$. В столице же сразу три сети подняли свои цены на 30% и более. Средняя цена билета по сети «Центрфильм» увеличилась на 43% за счет, во-первых, открытия нового VIP-кинотеатра «Лабиринт» в Жуковке в составе этой сети, а во-вторых, увеличения среднего ценника в другом VIP-кинотеатре «Времена года» с 2 400 рублей до 3 400 рублей. Другой «рекордсмен» в части увеличения средней цены предложения – сеть «Час кино» – в этой сети ее рост составил 41%. Лидером снижения цен оказалась сеть «Киносфера» – в ней цены снизились на 16% главным образом за счет «Киносферы/IMAX Nescafe» – там цена упала на 28%.

Оператор	Московский регион				Санкт-Петербург			
	2014	2013	Изменение за год	Отклонение от средней-2014	2014	2013	Изменение за год	Отклонение от средней-2014
КАРО	366р.	378р.	-3%	-3%	253р.	319р.	-21%	-5%
Формула кино	406р.	398р.	2%	7%	249р.	257р.	-3%	-7%
Синема парк	413р.	408р.	1%	9%	357р.	346р.	3%	34%
Люксор	330р.	318р.	4%	-13%	222р.	166р.	34%	-17%
Синема стар	307р.	328р.	-7%	-19%	250р.	257р.	-3%	-6%
Mori Cinema	273р.	275р.	-1%	-28%	234р.	246р.	-5%	-13%
Департамент культуры города Москвы	175р.	195р.	-10%	-54%	-	-	-	-
Московское кино	195р.	150р.	30%	-48%	-	-	-	-
Центрфильм	960р.	673р.	43%	154%	-	-	-	-
Пять звезд	310р.	270р.	15%	-18%	-	-	-	-
Киномакс	393р.	393р.	0%	4%	-	-	-	-
ОптимаКино	249р.	258р.	-3%	-34%	-	-	-	-
West	234р.	256р.	-9%	-38%	-	-	-	-
Гранд Синема	261р.	278р.	-6%	-31%	-	-	-	-
Киносфера	271р.	322р.	-16%	-28%	-	-	-	-
Киноформат	271р.	291р.	-7%	-28%	-	-	-	-
Час кино	346р.	246р.	41%	-9%	-	-	-	-
Мираж синема	-	-	-	-	267р.	275р.	-3%	0%
Петербург кино	-	-	-	-	100р.	97р.	3%	-63%
Синема-Мир	-	-	-	-	228р.	238р.	-4%	-15%
Всего в городе	378р.	355р.	6%	0%	267р.	275р.	-3%	0%

Самые дешевые билеты в обеих столицах предлагают кинотеатры, в основе деятельности которых лежит социальная функция предоставления доступа к кинопоказу детям и людям пенсионного возраста. В Московском регионе такие кинотеатры объединены под крылом Департамента культуры города Москвы и в сеть «Московское кино», средняя цена предложения у них примерно в два раза ниже средней по городу. В Северной столице «Петербург кино» предлагает билеты со средней ценой всего 100 рублей, что на 63% ниже среднегородской.

Максимальные же цены в Москве предлагает уже упомянутая сеть «Центрфильм» – там средняя цена в 2,5 раза выше средней по городу. В Петербурге максимальную среднюю цену среди сетей показал «Синема парк» – на 34% выше среднегородской.

Кластерный анализ столичных кинотеатров

Для того чтобы рассмотреть взаимосвязь конкурентного положения каждого кинотеатра в двух столицах, расположения его на карте города и его ценовой политики, мы провели кластерный анализ по параметрам цены, расстояния до центральной площади города и конкуренции. Для этого была использована интегрированная оценка конкурентной силы и окружения каждого кинотеатра двух городов:

$$C_i = \frac{S_i \cdot \sigma(l_{ii})}{\sum_j S_j \cdot \sigma(l_{ij}) - S_i \cdot \sigma(l_{ii})}, \text{ где}$$

C (competition) – интегрированная оценка силы в конкурентном окружении,
 S (screens) – число экранов,
 l (length) – расстояние;

C_i – оценка силы в конкурентном окружении i -го кинотеатра,
 S_i – число залов в i -м кинотеатре,
 $\sigma(l_{ij})$ – s -образная функция от расстояния от i -го до j -го кинотеатра (фактически расстояние от рассматриваемого кинотеатра до него же самого равно нулю, но при переводе в s -образную оценку (см. ниже) она будет близка к 1),
 $\sum_j S_j \sigma(l_{ij})$ – сумма произведений s -образных функций расстояний от рассматриваемого (i -го) кинотеатра до каждого из кинотеатров города (j -го) на количество залов в j -м кинотеатре.

Расстояние между каждой парой кинотеатров было рассчитано с помощью географических координат и формулы расчета расстояния². Затем, с помощью формулы s -образной кривой расстояние между кинотеатрами было преобразовано в коэффициент, значения которого лежат в диапазоне от нуля до единицы. Вид формулы подобран таким образом, чтобы для кинотеатров, расположенных на расстоянии больше «максимального влияния конкуренции» друг от друга (10 км для Петербурга, 15 км для Москвы) коэффициент был приближен к нулю, а для кинотеатров, удаленных на дистанцию менее одной трети максимальной достижимой конкуренции, – был приближен к единице. По сути, данный коэффициент позволяет отразить, насколько каждый зал соседствующего кинотеатра влияет на конкурентную обстановку для рассматриваемого объекта.

Таким образом, данный метод оценки конкуренции учитывает как силу привлекательности самого кинотеатра (числитель дроби – число залов в нем), так и силу его конкурентного окружения (знаменатель дроби – сумма количества залов в других кинотеатрах, скорректированная на расстояние между ними и рассматриваемым кинотеатром). Нужно понимать, что C_i может быть высоким в двух случаях: когда велик числитель (много залов в кинотеатре) или мал знаменатель (мало залов в близлежащих кинотеатрах или все конкуренты расположены далеко). Поэтому в данном разделе исследования выражения «высокая конкурентная сила» и «слабое конкурентное

² http://en.wikipedia.org/wiki/Geographical_distance#Spherical_Earth_projected_to_a_plane

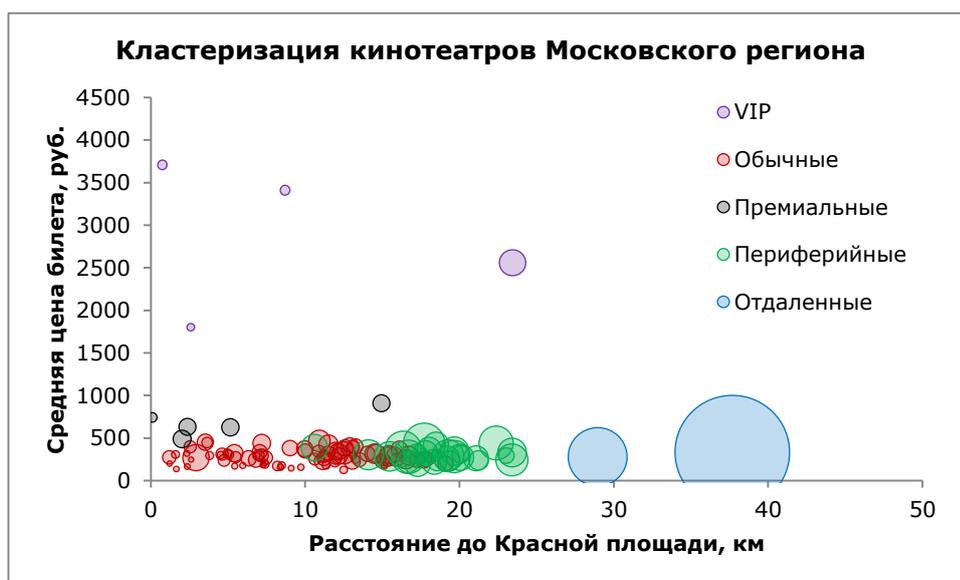
окружение» считаются равнозначными и означают высокое значение интегрированной оценки конкурентной силы C_j .

По тем же координатам и формуле было посчитано расстояние между каждым кинотеатром и центром города (в Москве – Красная площадь, в Санкт-Петербурге – Дворцовая площадь).

Кластеризация проводилась следующим образом: сначала все кинотеатры Москвы и Петербурга, средняя цена предложения в которых оказалась выше 1 500 рублей и 800 рублей соответственно, были отнесены к кластерам VIP-кинотеатров (в Московском регионе – четыре кинотеатра, в Петербурге – один). Затем к кластерам отдаленных кинотеатров были отнесены площадки (две в Москве, четыре в Петербурге), расположенные достаточно далеко от центра города: более 25 км от Красной площади и более 20 км от Дворцовой. Ко всем остальным был применен метод кластеризации K-средних³ по всем трем доступным показателям: средняя цена предложения, расстояние от центра города и конкурентная сила кинотеатра. Результатом его работы является разбиение кинотеатров на три кластера.

Результаты кластерного анализа кинотеатров Московского региона

На графике ниже все кинотеатры Московского региона нанесены на двумерную сетку координат, где по горизонтали отложена их удаленность от Красной площади, а по вертикали – средняя цена предложения. Радиус круга определяется конкурентной силой кинотеатра. Можно заметить, что с ростом значений по горизонтальной оси в среднем увеличивается и размер круга. Это объясняется тем, что, чем дальше от центра, тем, во-первых, меньше конкурентов в округе и, во-вторых, тем большую площадь может занять кинотеатр (и тем больше залов в нем будет).



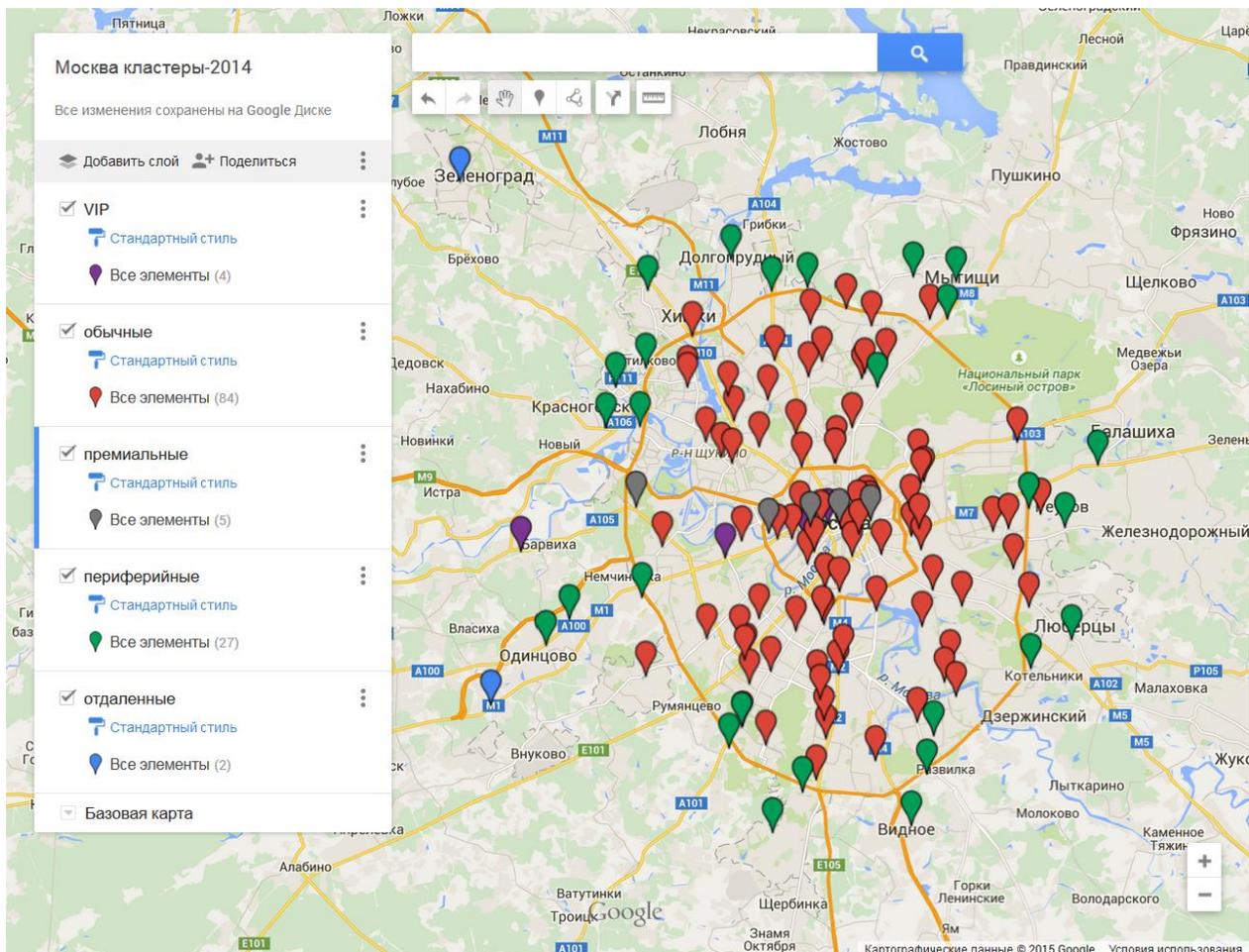
В результате анализа в Московском регионе были выделены следующие кластеры:

- **VIP**-кинотеатры. Эти четыре площадки помимо своего огромного ценника (в среднем 2 900 рублей за билет) выделяются небольшим средним числом залов – всего 3 на кинотеатр (здесь стоит отметить, что в этот же кластер мог войти исключенный из анализа по причине своей «клубности» 17-зальный кинотеатр «Москва», что существенно изменило бы среднее число залов для VIP-кинотеатров). По другим параметрам они не отличаются от остальных кинотеатров: показатель конкурентной силы у них близок к среднему по городу, а располагаться относительно Красной площади они могут на любом удалении – хоть в двух шагах от нее, хоть в Московской области (в элитных поселках или вблизи от них).
- Второй кластер – **обычные** кинотеатры. Он является самым многочисленным, в него вошли 84 кинотеатра. Тот факт, что по карте Москвы кинотеатры распределены довольно однородно в пределах МКАД, не позволил алгоритму

³ <http://ru.wikipedia.org/wiki/K-means++>

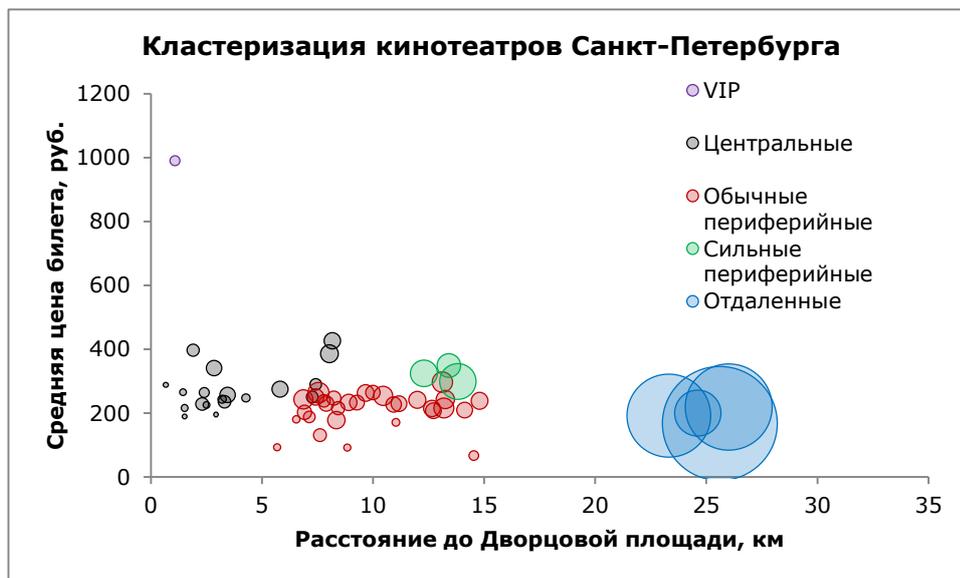
провести четкую границу по признаку расстояния от центра. Этот же факт определяет невозможность получения большой конкурентной силы кинотеатрами, расположенными не на периферии города, даже мегаплексами (такими как «Киноцентр «Соловей» на Красной Пресне»). В среднем кинотеатры этого кластера не отличаются большим количеством залов – в них насчитывается всего по 4,5 экрана на кинотеатр, и расположены они в плотном конкурентном окружении, поэтому средняя цена в них невысока – около 280 рублей.

- Пять кинотеатров были отнесены к третьему кластеру – **премиальных**. Во всех этих кинотеатрах есть VIP-залы, а в некоторых – залы IMAX. Их отличает высокая цена (около 680 рублей за билет в среднем) и более близкое расположение к центру, чем у обычных. Конкурентное положение у них, как правило, чуть лучше, чем у кинотеатров из кластера обычных, в основном за счет собственных залов – в среднем 7,5 на кинотеатр.
- Следующий кластер **периферийных** кинотеатров – 27 площадок. В него вошли, как правило, многозальные кинотеатры (среднее число залов – 8,5), расположенные далеко от центра (среднее расстояние – 19 км по прямой) и обладающие за счет предыдущих двух пунктов высокой конкурентной силой. Именно она выделяет данный кластер на фоне других. Тем не менее, эти кинотеатры, как правило, не спешат пользоваться этим преимуществом и высоко поднимать цены, что объясняется достаточным удалением их от центра. Средняя цена в них – около 300 рублей.
- Наконец, два кинотеатра, отнесенные нами к **отдаленным**, как следует из названия, располагаются на максимальном удалении от центра города и обладают очень высокой конкурентной силой, чем, не стесняясь, пользуются: несмотря на относительно небольшое число залов на кинотеатр (5,5), средняя цена там установилась даже чуть выше средней в кластере периферийных – около 310 рублей.



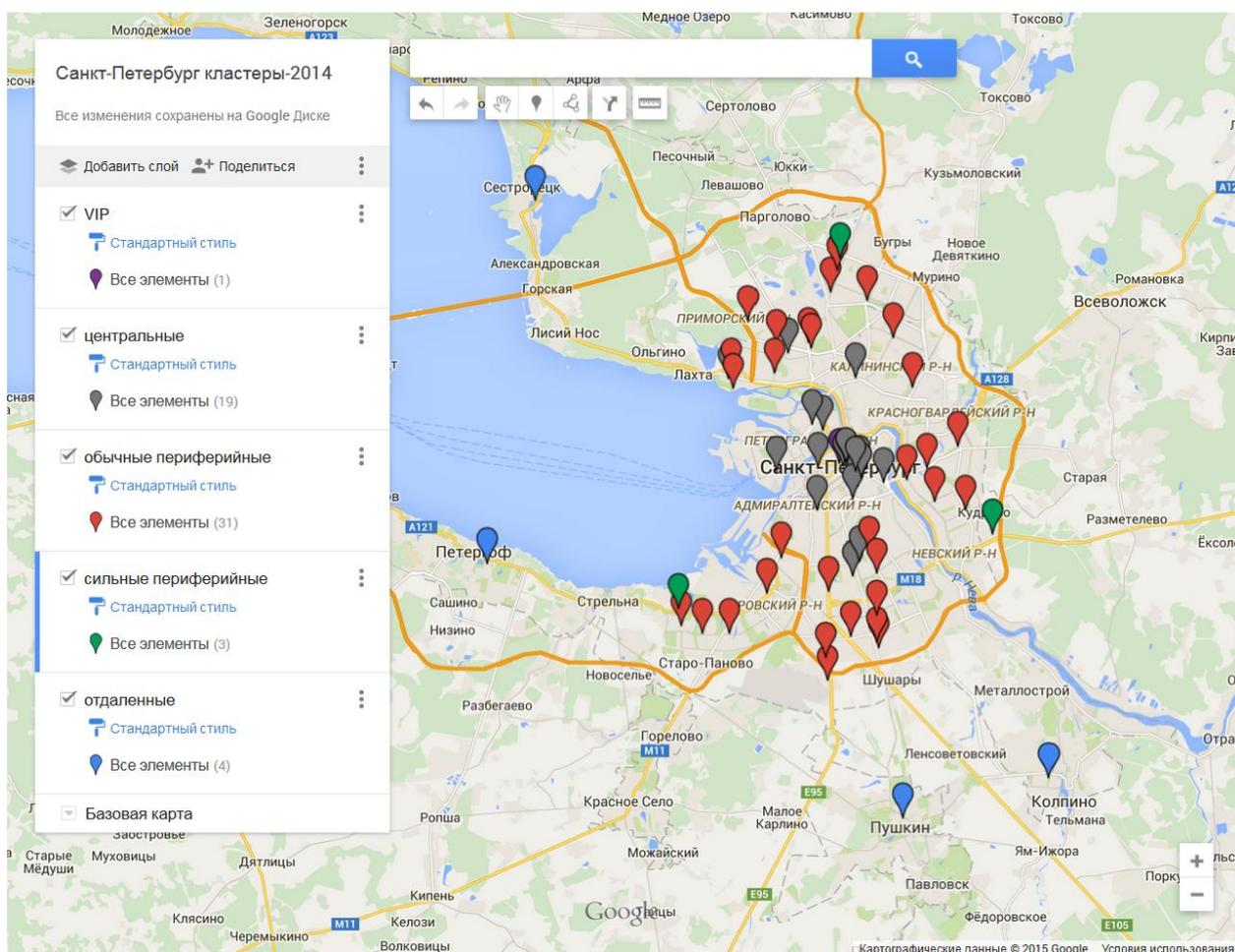
Результаты кластерного анализа кинотеатров Санкт-Петербурга

Ниже приведен график со всеми кинотеатрами Санкт-Петербурга в тех же координатах: по горизонтальной оси – расстояние до центра города, по вертикальной – средняя цена билета. Конкурентная сила кинотеатра определяет радиус круга.



В результате анализа в Санкт-Петербурге были выделены следующие кластеры:

- Единственный **VIP** кинотеатр города – четырехзальник «Grand Palace» в центре города.
- К кластеру **центральных** кинотеатров в Петербурге мы отнесли 19 площадок. Всего три из них оказались мультиплексами, и среднее число залов по кластеру составило пять на кинотеатр. Несмотря на довольно сложную конкурентную обстановку, вызванную центральным расположением, именно местоположение позволяет этим кинотеатрам устанавливать довольно высокую среднюю цену предложения билета – на уровне 275 рублей.
- Кластер **обычных периферийных** кинотеатров оказался самым многочисленным: в него вошла 31 площадка. У них ситуация с конкурентной обстановкой несколько лучше, чем у центральных, как за счет расположения, так и за счет собственных залов: их среднее число составило 6,5 на кинотеатр, однако средняя цена предложения составила всего 210 рублей.
- Три кинотеатра, отнесенных нами к кластеру **сильных периферийных** площадок, оказались мультиплексами с числом залов 10-11. Они схожи с обычными периферийными, часть которых расположены так же далеко от центра, а часть тоже имеют десять и более залов. Однако именно сочетание этих двух параметров (удаленность и многозальность) выделяет три кинотеатра в отдельный кластер – оно позволило развить им большую конкурентную силу и установить высокую цену на уровне 325 рублей за билет.
- **Отдаленные** кинотеатры расположены в пригородах, которые официально включаются в территорию Северной столицы. В Санкт-Петербурге маятниковая миграция распространена не так сильно, как в Московском регионе. Этот факт не позволяет кинотеатрам, отнесенным нами к этому кластеру, рассчитывать на обеспеченного зрителя, который работает в Петербурге, а деньги тратит в области. Соответственно и аппетиты у этих кинотеатров низкие: несмотря на слабое конкурентное окружение (вернее, его фактическое отсутствие), средняя цена билета у этих кинотеатров самая низкая среди всех кластеров: всего 195 рублей. При этом на четыре кинотеатра приходится всего шесть залов – в среднем по 1,5 на кинотеатр.



Такой кластерный анализ в числе прочего может быть использован Невафильм Research при проведении маркетинговых исследований при определении конкурентного положения кинотеатра на рынке и/или выработке рекомендаций по средней цене билета в нем.

Выводы

Проведенный в декабре 2014 года мониторинг цен в кинотеатрах Московского региона и Санкт-Петербурга показал, что реальный уровень цены предложения в обеих столицах продолжает снижаться, несмотря на ее номинальный рост в Москве. Значительный вклад в этот процесс вносит снижение количества более дорогих 3D-сеансов. Об уменьшении реальной цены кинопосещения говорит и растущее число билетов, которое можно купить на одну среднюю зарплату. Этот показатель в Москве выше, что говорит о большей доступности посещения; с другой стороны в Москве выше и разброс цен на сеансы, так что зритель любого достатка найдет для себя подходящий сеанс.

Низший ценовой диапазон в обоих городах представлен кинотеатрами, выполняющими социальные функции: в Москве это площадки Департамента культуры города Москвы и сети «Московское кино», а в Санкт-Петербурге – «Петербург кино». Различия же в разбросе цен в столицах обусловлены главным образом разницей в высшей ценовой категории: в Москве помимо VIP-сегмента был выделен кластер премиальных кинотеатров, цены в которых выше средних по городу, но ниже, чем в VIP-кинотеатрах. Последние, к слову, предлагают гораздо более высокий ценник в столице России, чем в Петербурге: «Grand Palace» установил цену на уровне московских кинотеатров, отнесенных нами к классу премиальных, хотя сам кинотеатр и обслуживание в нем не уступают московским VIP-площадкам, несмотря на существенную разницу в цене.

В то время как в Москве кинотеатры вынуждены прибегать к ценовой сегментации, в Северной столице большинство кинотеатров по-прежнему опираются на сегментацию по географическому признаку. Так, петербургские кинотеатры,

расположенные вне центра города, находятся в менее насыщенном окружении, тогда как в Москве по некоторым направлениям конкуренция оказывается не менее жесткой, чем в центре города, и облегчается только на подступах к МКАДу.

© 2015, НЕБАФИЛЬМ RESEARCH