

Мониторинг продолжается!

Екатерина Моисеева, Элеонора Кольенен-Иванова, Ксения Леонтьева

Второй этап всероссийского мониторинга кинозрителей от Невафильм Research прошел с 10 марта по 9 апреля 2013 года. На этот раз нам удалось существенно увеличить количество участников: с нами сотрудничали 51 кинотеатр и три киносайта (напомним, что на первом этапе, проходившем зимой 2012–2013 годов, участвовали 15 игроков российского кинорынка).

Согласно результатам проведенного исследования, популярность бесплатных интернет-сайтов для просмотра фильмов постепенно растет, а использование DVD продолжает снижаться. Пользователи Интернета сочетают закачку фильмов с торрент-трекеров с походами в кино, а опрошенные в кинотеатрах остаются лояльными по отношению к киноэкрану. В то же время наблюдается тенденция недовольства качеством кинообслуживания в малых городах, а в столицах кинозрители устают от 3D.

Методология исследования:

В основу данной статьи положено сравнение итогов первого и второго этапов панельного мониторинга российской киноаудитории. Первый этап проводился с 10 декабря 2012 года по 9 января 2013 года (в кинотеатрах и в Интернете собрано около 2500 анкет); второй этап прошел с 10 марта по 9 апреля 2013 года (около 7000 валидных анкет среди посетителей кинотеатров и пользователей Интернета).

Целью мониторинга является изучение практик кинопотребления российской аудитории и их изменение в долгосрочном периоде путем составления социально-демографического портрета.

Методы: анкетный опрос в Интернете посетителей кинотеатров (респондент должен был сохранить купленный в кинотеатре билет, зайти на сайт, ввести уникальный номер билета и заполнить анкету) и пользователей сайтов о кино и сервисов видео по запросу (информация об интернет-исследовании распространялась через страницы «Кинопоиска» и ivi.ru в социальных сетях (ВКонтакте и Facebook) и на странице сервиса vidimax). Данные по двум группам анализируются отдельно, т. к. российская киноаудитория не гомогенна: существуют два типа зрителей – те, кто смотрит фильмы преимущественно в кинотеатрах, и те, кто смотрит их в Интернете.

Основной принцип данного исследования заключается в том, чтобы различать потенциальное и реальное поведение. Поскольку зачастую респонденты не могут адекватно оценить, как они обычно смотрят фильмы или какие жанры предпочитают, мы обращаемся к конкретному опыту респондентов – просим вспомнить три последних просмотренных фильма, а также указать, где и как они их посмотрели. Это делает полученные результаты более достоверными.

Аудитория

Социально-демографический профиль респондентов первого и второго этапа исследования отличается незначительно. Основная часть киноаудитории – это по-прежнему люди в возрасте 18–29 лет, преимущественно студенты. По сравнению с посетителями кинотеатров аудитория Интернета в меньшей степени состоит из рабочих и государственных служащих и в большей степени из офисных работников и менеджеров. Подавляющая часть всех опрошенных – это жители городов с населением менее 1 млн человек.

Что касается активности просмотра фильмов, то на втором этапе этот показатель, рассчитанный на основе самооценки кинопотребления, несколько снизился: среди респондентов оказалось меньше зрителей, которые смотрят 7 и более фильмов в неделю, и больше тех, кто смотрит 1–4 фильма в неделю. В целом пользователей Интернета можно назвать более активной аудиторией по сравнению со зрителями кинотеатров, так как практически 60 % из них считают, что смотрят минимум 3 фильма в неделю, используя различные каналы просмотра (среди опрошенных в кинотеатрах таких 47 %).

Фильмы

Среди посетителей кинотеатров по-прежнему наиболее популярным жанром является фантастика, а также боевики, мелодрамы и приключенческие фильмы; среди пользователей Интернета самые популярные жанры – драма, комедия и анимация.

Основная часть просмотренных респондентами фильмов была выпущена в течение последнего года. При этом пользователи Интернета смотрят значительно больше старых фильмов, чем посетители кинотеатров. Примечательно, что сайт ВКонтакте в большей степени используется для просмотра старых фильмов, чем торренты и иные бесплатные интернет-сайты.

Обе группы респондентов предпочитают фильмы американского производства и смотрят их преимущественно в кинотеатрах. По телевидению (платному и бесплатному) и на DVD чаще смотрят российские фильмы, а в Интернете – фильмы европейского производства.

Каналы кинопросмотра

Основным каналом просмотра для зрителей кинотеатров является киноэкран. Далее по популярности следуют торренты и сайт ВКонтакте. По сравнению с первым этапом значительно снизилось количество людей, смотрящих фильмы по бесплатному телевидению. Это связано с тем, что первый этап опроса пришелся на новогодние каникулы, когда люди больше времени проводили дома и чаще смотрели телевизор.

Пользователи Интернета в основном качают фильмы с торрентов. Следующими по популярности у этой группы являются кинотеатры, сайт ВКонтакте и специализированные бесплатные сайты для просмотра фильмов, такие как ivi.ru, zoomby.ru, megogo.ru и др. (использование последних весной возросло в этой группе респондентов особенно заметно).

По-прежнему наблюдается спад в использовании DVD для просмотра фильмов как среди посетителей кинотеатров, так и среди пользователей Интернета. Платные сервисы видео по запросу в сети платного ТВ и в Интернете продолжают оставаться не очень популярными среди россиян.



Видео по запросу

В то же время, интернет-сайты, специализирующиеся на бесплатном показе фильмов, постепенно набирают обороты: их совокупная популярность за последние три

месяца увеличилась на 4,5 процентных пункта среди пользователей Интернета, и на 0,9 п. п. среди посетителей кинотеатров. Наиболее популярными по-прежнему остаются ivi.ru, zoomby.ru и iTunes. Поднялись в рейтинге Google Play и zabava.ru.

Топ-5 легальных сервисов видео по запросу в России

		Этап 1 (декабрь 2012)		Этап 2 (апрель 2013)	
		Посетители кинотеатров	Пользователи Рунета	Посетители кинотеатров	Пользователи Рунета
1	ivi.ru	42,1%	53,6%	26,3%	29,0%
2	Google Play	19,3%	10,5%	11,5%	3,7%
3	zoomby.ru	22,8%	6,3%	9,2%	3,4%
4	zabava.ru	12,9%	2,3%	8,9%	1,1%
5	iTunes	13,0%	18,3%	7,9%	4,8%

На втором этапе в ответы на вопрос о ресурсах, которыми респонденты регулярно пользуются для просмотра фильмов, были добавлены варианты «сайт ВКонтакте» и «торрент-трекеры»; они и заняли лидирующее место. Среди посетителей кинотеатров 67 % регулярно смотрят фильмы на сайте ВКонтакте и 31 % скачивают фильмы с помощью торрент-клиентов. Среди пользователей Интернета 56 % для просмотра фильмов используют сайт ВКонтакте и 62 % – торрент-трекеры. Примечательно, что с включением данных сайтов в наш опрос для всех легальных ресурсов был зафиксирован спад зрительской популярности.

Кроссрегиональные различия

В целом москвичи и петербуржцы являются более активными зрителями, они чаще смотрят фильмы, используя различные ресурсы. По сравнению с Москвой в Санкт-Петербурге значительно большей популярностью пользуется сайт ВКонтакте, а также сайты zoomby.ru, now.ru, и меньшей – iTunes и ivi.ru.

Фантастика пользуется приблизительно одинаковой популярностью во всех регионах. В крупных городах чуть больше предпочитают смотреть драмы и мелодрамы; в небольших населенных пунктах – мультфильмы и боевики.

При этом жители средних по численности населения городов посещают кинотеатры значительно чаще, чем жители столиц. В Москве и Санкт-Петербурге люди чаще скачивают фильмы с торрент-трекеров и предпочитают бесплатные телеканалы. Платное телевидение, напротив, популярнее в регионах.

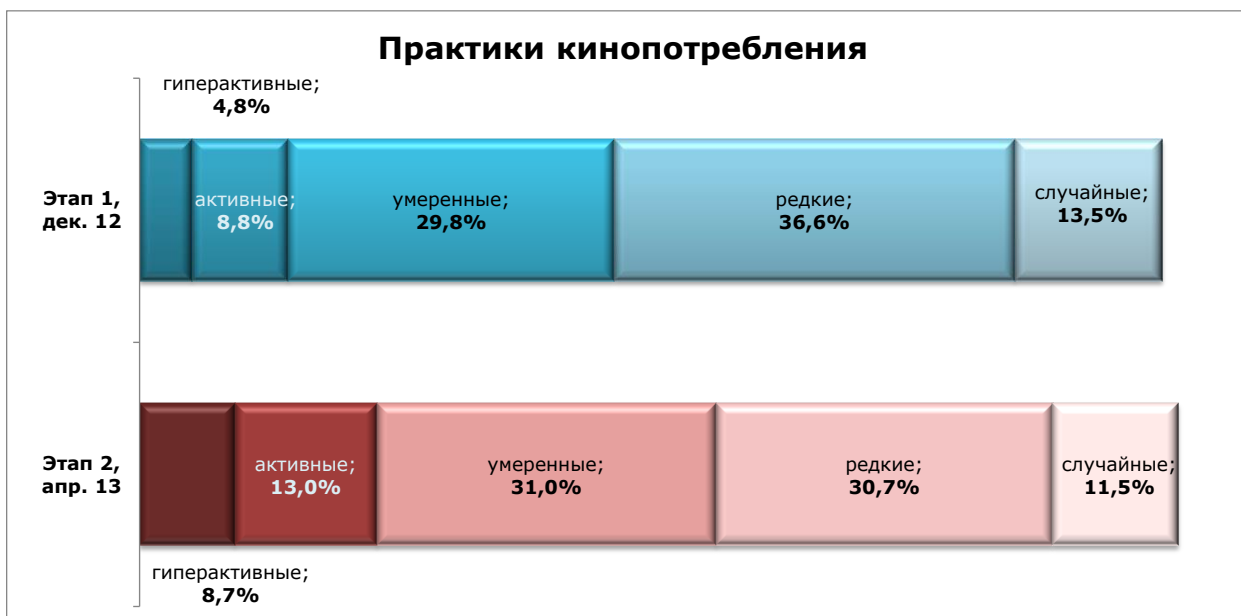
Практики кинопотребления

Весной 2013 года среди обеих групп респондентов 22 % опрошенных хотя бы два из трех последних фильмов посмотрели на текущей неделе – это *активные* зрители. Из них 9 % зрителей все три последних фильма посмотрели на текущей неделе – это подгруппа *гиперактивных* зрителей.

31 % респондентов один из трех последних фильмов посмотрели на текущей неделе, а остальные фильмы позже – это *умеренные* зрители.

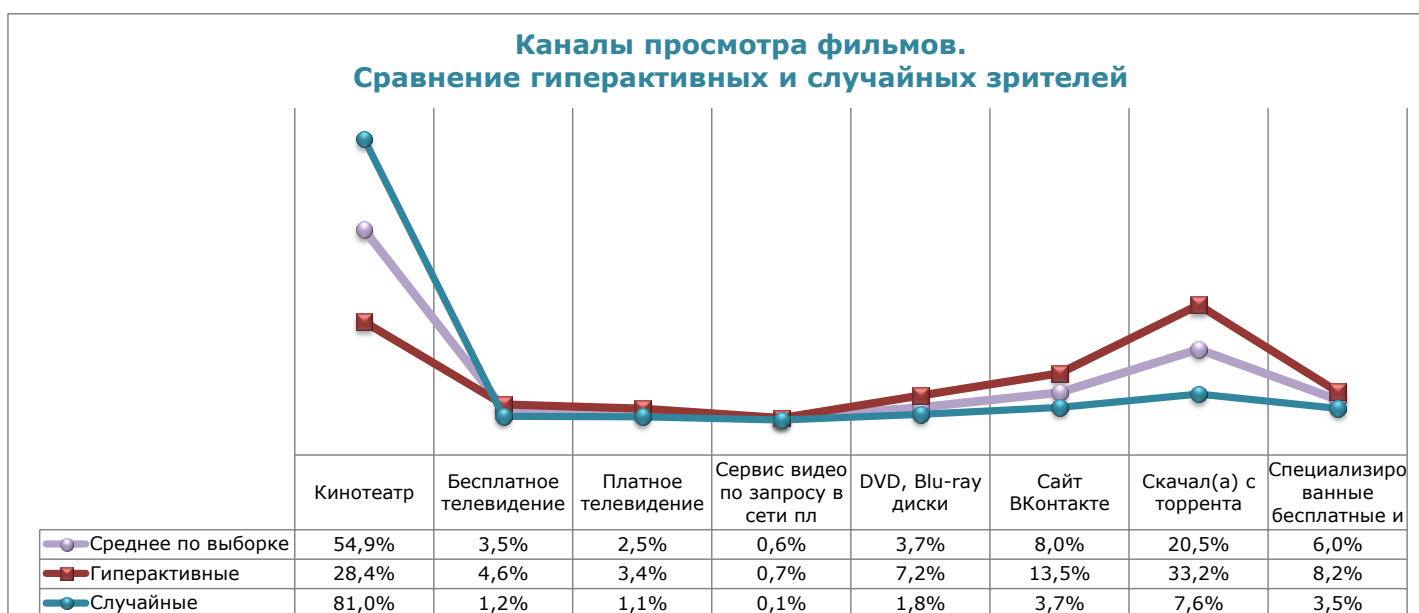
42 % зрителей все три последних фильма посмотрели более недели назад – они представляют группу *редких* зрителей. Из них 12 % респондентов все три последних фильма посмотрели месяц назад и ранее – это подгруппа *случайных* зрителей.

На первом этапе опроса активными и гиперактивными зрителями были лишь 14 % респондентов, что на 8 процентных пунктов меньше, чем сейчас. Умеренных зрителей тогда было примерно столько же (30 % респондентов). Редкие же и случайные зрители составили в декабре 2012 года половину опрошенных.



Среди пользователей Интернета больше активных и меньше редких зрителей. В целом они смотрят около четырех фильмов в неделю, а посетители кинотеатров – три.

Отметим, что гиперактивные зрители резко отличаются от случайных: они чаще скачивают фильмы, а также смотрят их через сайт ВКонтакте. Случайные зрители в основном смотрят фильмы в кино.

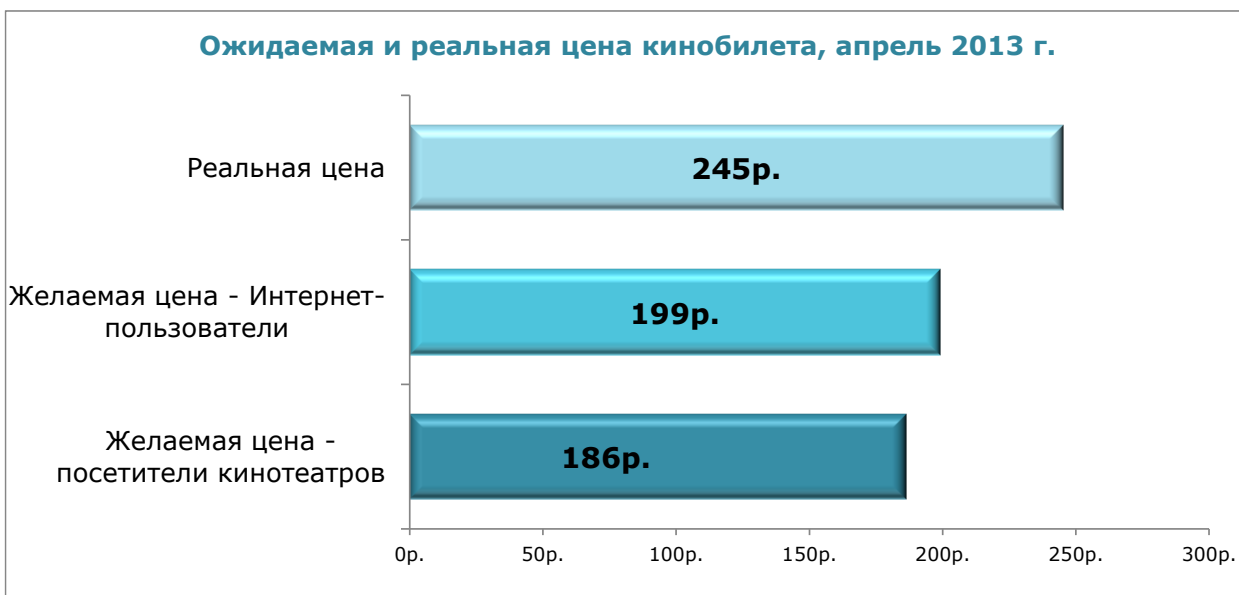


Оценка кинотеатров

На втором этапе опроса мы попросили респондентов оценить кинотеатр, в котором они купили билет, по таким параметрам, как: месторасположение, цены на билеты, репертуар, качество обслуживания и вежливость персонала, качество изображения и звука, степень удобства кресел и залов, качество 3D.

В целом по всем показателям кинотеатры получили достаточно высокие оценки, кроме цен на билеты. Около 30 % зрителей посчитали стоимость завышенной.

Это подтверждается и результатами анализа ответов на вопрос о приемлемости цен на просмотр фильмов через различные ресурсы. Данные второго этапа исследования показывают, что респонденты в среднем хотели бы платить за кинопросмотр меньше: средняя реальная цена билета составила по итогам первого квартала 2013 года 245 руб. (данные журнала «Кинобизнес сегодня» и Невафильм Research), а желаемая – 186 руб. для посетителей кинотеатров и 199 руб. для пользователей Интернета.



Общая же тенденция оценки кинотеатров такова: чем меньше численность населения города, тем больше респондентов оценивают выбор фильмов как менее богатый, обслуживание как менее вежливое, а удобство залов и качество изображения и звука как менее высокое. В то же время в столицах зрители намного скептически относятся к качеству 3D-показа, чем в регионах.

По вопросу приобретения полной версии исследования обращайтесь в аналитический отдел компании «Невафильм»: research@nevafilm.ru, (812) 449-70-70, доб. 240.

Третий этап всероссийского мониторинга кинозрителей стартует совсем скоро: он продлится с 10 июня по 9 июля 2013 года! Приглашаем представителей кинотеатров, киносетей, а также специализированных сайтов о кино и сервисов видео по запросу к участию. Если предложение вас заинтересовало, обращайтесь по указанным выше контактным данным – мы будем рады сотрудничеству! Все участники (кинотеатры и интернет-сайты) получают полный отчет по результатам исследования бесплатно вместе с индивидуальной базой ответов респондентов.

Хорошая новость для тех, кто заинтересован в участии, однако не имеет возможности запустить мониторинг в своих кинотеатрах/на сайтах с 10 июня: вы можете присоединиться в течение двух недель после старта!

© 2013 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH