

## Перспективы кинопоказа в малых городах

текст: Анастасия Горбенко, Ксения Леонтьева

В последние три года рост российского рынка кинопоказа больше чем наполовину обеспечивается за счет субсидий Фонда кино на открытие новых залов в городах до 500 тыс. жит.; в прошлом году благодаря господдержке было открыто 311 кинотеатров (из 353 новых площадок страны). В 2019 году программа продолжила реализовываться; ожидается, что до 2025-го будет профинансировано еще 1200 залов в городах с населением до 1 млн жит. В то же время сегодня средний размер городов, которые принимают участие в конкурсах и получают субсидии, составляет 35 тыс. жит. При этом расширение киносети в малых городах не влечет за собой пропорционального роста числа посещений в стране (на что недавно посетовал министр культуры). Таким образом, перспективы развития кинопоказа в малых населенных пунктах являются важным вопросом и требуют пристального внимания исследователей.

Одним из наиболее эффективных методов изучения кинопоказа в малых городах является кластерный анализ, который позволяет выделить сходные группы населенных пунктов и выявить среди них наиболее перспективные – те, за счет которых этот сегмент рынка растет быстрее всего.

Для изучения были выбраны 82 города (с численностью населения менее 100 тыс. жит.), в которых с 2009-го по 2017 год был открыт хотя бы один кинотеатр и которые располагают данными по посещаемости, кассовым сборам, а следовательно, по цене билета (comScore) и количеству залов (Невафильм Research).

Для определения уровня социально-экономического развития рассматривались данные Росстата за 2017 год по региону: 1) доля населения в трудоспособном возрасте и моложе; 2) объем валового регионального продукта на душу населения; 3) среднемесячная номинальная заработная плата работников. Наконец, было учтено и географическое положение каждого малого населенного пункта – в частности, расстояние до ближайшего города, в котором за рассматриваемый период действовали современные кинозалы (предполагалось, что такой город-конкурент при близком расположении и достаточно большом числе залов может переманивать зрителей и мешать развитию кинопоказа на месте).

В результате проведенного анализа были получены 4 кластера.

### Результаты кластерного анализа 82 малых городов

Средний показатель / Кластер (число городов)	Потребление	Цена билетов	Население	Социально-экономические показатели	Расстояние до города-конкурента (км)	Среднее число залов в городе-конкуренте
Стареющие (6)				выше среднего, кроме доли людей моложе трудоспособного возраста	69	10
Изолированные (7)				максимальные по сравнению со всеми кластерами	216	9
Стагнирующие (45)				ниже среднего, кроме доли людей моложе трудоспособного возраста	60	11
Драйверы (24)				ниже среднего	44	8

Стареющий кластер объединил шесть населенных пунктов, в которых наблюдается падение уровня кинопотребления при одновременном быстром снижении цены билета (в среднем на 12,5 руб. в год). Отличительной особенностью городов этой группы является

низкая доля людей моложе трудоспособного возраста в регионе (19%). При этом все остальные социально-экономические показатели здесь выше средних.

К изолированным малым поселениям относятся 7 городов из Ханты-Мансийского, Ямало-Ненецкого и Чукотского автономных округов. В них уровень кинопотребления увеличивается на фоне снижения цены кинобилета (на 4,41 руб. в год). Этот кластер характеризуется высокими социально-экономическими показателями: среднее значение доли людей моложе трудоспособного возраста – 23%; доля трудоспособного – 62%; а среднемесячная заработная плата – 73 647 руб. Главной же чертой этой группы является существенная удаленность рассматриваемых населенных пунктов от городов с большим количеством залов (на 216 км). Ограниченное число таких точек на карте России сдерживает рост кинопосещаемости.

Стагнирующие города – самый крупный кластер, вмещающий 45 населенных пунктов. Здесь уровень потребления незначительно растет (но гораздо медленнее, чем в предыдущей группе), а цена билета падает (хотя и менее заметно, чем в предыдущих двух кластерах, – на 1,18 руб. в год). Все социально-экономические показатели в данном сегменте ниже среднего, хотя молодежи в этих городах – больше. По сути, кассовые сборы в стагнирующем кластере не растут, и в целом он вносит малый вклад в развитие рынка страны.

К самому же перспективному кластеру драйверов рынка мы отнесли 24 малых города, значительная часть из которых приходится на Центральный федеральный округ. Эти населенные пункты характеризуются быстрым ростом потребления в сочетании с увеличением цен на билеты (на 6 руб. в год). При этом социально-экономические показатели здесь самые низкие: в среднем доля населения моложе трудоспособного возраста в этих городах составляет 17%; трудоспособного – 55%; а среднемесячная заработная плата равна 28 921 руб. В качестве не очень благоприятного может рассматриваться и географический фактор: у данной группы городов более крупные населенные пункты с кинозалами находятся на расстоянии всего 44 км, хотя экранов в этих городах-конкурентах меньше, чем в других кластерах (всего 8). Тем не менее именно такие малые города обеспечивали в последние годы наибольший прирост посещаемости.

Проанализировав особенности каждого кластера и выявив причины роста или падения уровня посещаемости в них, возможно спрогнозировать тенденции этих однородных групп. Использовать результаты подобного анализа можно и для выбора населенных пунктов для инвестирования – как частным операторам кинопоказа, так и экспертам Фонда кино, принимающим решения о распределении субсидий.