



Индекс предпринимательских настроений в сфере кинопоказа: осень 2007 г.

Ксения Леонтьева, Елена Мажуть, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

Очередной опрос кинопоказчиков в ноябре 2007 г. показал, что за год российские игроки рынка кинопоказа стали более оптимистичны в оценках приближающегося зимнего киносеzona: впервые показатель бизнес ожиданий оказался максимально положительным – 100%.

Условия проведения опроса

Осенью в опросе приняли участие 26 респондентов: представители семи национальных, шести региональных и восьми местных киносетей, а также пять независимых кинотеатров.

Показатели охвата территорий РФ и объема рынка кинопоказа респондентами, принявшими участие в измерении предпринимательского настроения

Количество	Охвачено киносетями, принявшими участие в опросе	Всего в РФ (на 1.11.2007 г.)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	163	639	25,5%
кинзалов	619	1475	42,0%
городов	67	1095	6,1%
регионов	28	82	34,1%
федеральных округов	7	7	100,0%

Как обычно, респондентам были заданы три вопроса о том, как они оценивают посещаемость своих кинозалов в прошедшем осеннем сезоне (август, сентябрь, октябрь) и чего ждут в ближайшие три зимних месяца (ноябрь, декабрь, январь), а также о том, что является причиной их будущих ожиданий. Кроме того, был задан дополнительный вопрос относительно того, оправдались или нет ожидания операторов кинотеатров в прошедшем осеннем киносеzone.

Результаты опроса

Осенний киносеzone был оценен участниками кинорынка крайне неблагоприятно: более 70% респондентов назвали уровень кинопосещаемости в августе – октябре удовлетворительным или плохим. В результате показатель бизнес ситуации оказался самым низким за период измерения индекса настроений; отметим при этом, что года назад (в ноябре 2006 г.) бизнес ситуация была оценена почти в два раза выше – 13,6%.

Уровень посещаемости осенью 2007

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
плохой	5	19,2%
удовлетворительный	14	53,8%
хороший	7	26,9%
всего	26	100,0%

Бизнес ситуация = 26,9% – 19,2% = 7,7%

Столь низкой оценке ситуации способствовало два обстоятельства. Во-первых, по показателям летнего измерения, большинство кинопоказчиков не ждало от осеннего сезона хороших результатов (бизнес ожидания летом составили лишь 27,6% - минимальный уровень за все время проведения исследования). Во-вторых, осень показала, что ожиданиям редких оптимистов не суждено было оправдаться: даже среди тех, кто расценил



посещаемость прошедшего сезона как хорошую нашли те, чьи надежды не сбылись. Напротив, оправдались как раз неблагоприятные ожидания. Кроме того, отдельные респонденты отметили, что ощутили на себе влияние усиливающейся конкуренции между кинотеатрами, действующими (или вновь открытыми) в их зоне обслуживания.

В то же время, приближающаяся зима заставляет всех респондентов с оптимизмом смотреть в будущее: впервые показатель бизнес ожиданий оказался равным максимально возможному значению, поскольку все без исключения опрошенные операторы кинотеатров ожидают увеличения посещаемости своих залов. Заметим, что год назад кинопоказчики были более осторожны в своих оценках – показатель бизнес ожиданий тогда составил 68,2%, причем, как и сегодня, никто не рассчитывал на снижение посещаемости зимой, но около 30% респондентов ожидали сохранения осеннего, по мнению большинства удовлетворительного, уровня.

Ожидания изменения уровня посещаемости зимой 2007

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
в сторону увеличения	26	100,0%
останется без изменений	0	0,0%
в сторону уменьшения	0	0,0%
всего	26	100,0%

Бизнес ожидания = 100% – 0% = 100%

В результате подстановки в формулу максимального значения бизнес ожиданий и минимального – бизнес ситуации, получаем сбалансированное значение индекса предпринимательских настроений в сфере кинопоказа РФ на ноябрь 2007 года:

$$\text{Business Climate Index} = \sqrt{((\text{ситуация}+200)*(\text{ожидания}+200))} - 200 = \sqrt{((7,7+200)*(100+200))} - 200 = 49,62$$

Данный показатель индекса настроений выше уровня ноября 2006 года (39,35), а в сопоставлении с результатами измерений в 2007 году может быть также расценен как достаточно высокий. При этом складывается эта высокая оценка исключительно за счет зимних надежд.

В большинстве своем позитивные настроения кинопредпринимателей основаны на опыте прошлых лет, когда новогодние праздники и каникулы серьезно повышали кассу российского кинопроката. Нынешний год не обещает стать исключением: так, создатели фильма «Ирония судьбы. Продолжение», выходящего на экраны 21 декабря, рассчитывают собрать в кинотеатрах не менее 50 млн. долларов, что составит около 10% валового сбора кинотеатров в 2007 году.

Большинство кинопоказчиков разделяют мнение дистрибьюторов «Иронии судьбы» и также возлагают большие надежды на этот фильм. Всего на сильные зимние релизы рассчитывает 21 респондент (двое, однако, замечают, что репертуар не настолько силен, как того бы хотелось – нет фильмов, способных вызвать «цунами»), называвшие также фильмы «Золотой век», «Сокровище нации: книга тайн», «Война динозавров».

Традиционно серьезную роль в прогнозировании результатов кинопроката играет сезонный фактор. И если весной и летом он скорее сказывается на отрицательных оценках будущей посещаемости кинозалов, то осенью и, особенно, зимой ожидается сезонное повышение кинопосещаемости. Вот и на этот раз 15 респондентов обосновали свои

ожидания новогодними каникулами, праздниками и холодной погодой, в которую лучше всего коротать время в теплом кинозале.

Помимо традиционных причин (сезонности и репертуара) респонденты также высказали новые обоснования своих ожиданий. Некоторые кинопоказчики отмечают, что у зрителей с каждым годом повышаются претензии к качеству кинообслуживания. В связи с этим, по мнению двух операторов кинотеатров, внедрение цифрового кинопоказа и демонстрация фильмов в формате 3D может стать серьезным инструментом в конкурентной борьбе и повысит посещаемость кинозалов (особенно в связи с выходом первого в России цифрового стереофильма «Беовульф 3D»).

Наименее популярными причинами стали: строительство новых кинотеатров в сети (1) и маркетинговые мероприятия, проводимые оператором (1).

