

Индекс предпринимательского настроения в сфере российского кинопоказа: осень 2013 года

Элеонора Кольенен-Иванова, Валерий Кустов



Подводя итоги осеннего киносезона 2013 года, мы задали кинопоказчикам традиционные вопросы об оценке уровня посещаемости и ожиданиях на зимний период, а также поинтересовались тем, возникновение каких проблем на кинорынке волнует их в наступающем 2014 году.

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 01.11.2013 г.)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	418	1084	38,6%
кинзалов	1876	3360	55,8%
городов	188	1100	17,1%
регионов	63	82	76,8%
федеральных округов	8	8	100,0%

В осеннем опросе приняли участие 50 респондентов: представители 21 федеральной, 4 региональных, 13 местных киносетей и 12 независимых кинотеатров. Таким образом, охват выборки составил 39% кинотеатров, или 56% залов, действующих в стране к началу ноября 2013 года. При этом все респонденты имеют кинозалы, оснащенные цифровым оборудованием.

Результаты опроса

Большинство кинопоказчиков (58%) сочли киносезон нынешней осени удовлетворительным, 16% – плохим, а 26% остались довольны посещаемостью в период с конца августа до начала ноября.

Уровень посещаемости осенью 2013

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
плохой	8	16%
удовлетворительный	29	58%
хороший	13	26%
всего	50	100%

В итоге показатель бизнес-ситуации составил **10%**. При этом у большинства опрошенных (70%) ожидания относительно осенних месяцев оправдались и лишь 22%

респондентов были удивлены итогами осеннего киносеzona; 8% не дали однозначного ответа на данный вопрос.

Оправдались ли Ваши ожидания относительно осеннего киносеzona?

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
да	35	70%
нет	11	22%
затрудняюсь ответить	4	8%
всего	50	100%

Такой низкий уровень бизнес-ситуации нам показался удивительным, поскольку, по данным журнала «Кинобизнес сегодня», скорректированным Невафильм *Research*, в октябре этого года кинотеатры нашей страны посетило более 18 млн человек – почти столько же, сколько в традиционно удачном январе. Всего же посещаемость августа–октября оказалась большей, чем за ноябрь 2012-го – январь 2013 года. Однако в связи с тем, что кинотеатры оценивают свое собственное положение в прошедшем периоде, а не весь кинорынок в целом, целесообразно рассматривать связь между показателем бизнес-ситуации и средней посещаемостью на зал. Анализ коэффициента корреляции показал высокую силу взаимосвязи между посещаемостью на зал и индексом бизнес-ситуации. То есть, несмотря на отличные сборы всего проката, каждый отдельный кинотеатр в России все меньше ощущает рекордные показатели тех или иных фильмов.

Ожидания кинопоказчиков относительно изменения посещаемости предстоящей зимой по традиции высоки: подавляющее большинство надеется на приток зрителей в кинозалы (80%), остальные не видят оснований для изменения ситуации (18%), и всего один респондент (2%) предполагает, что посещаемость может снизиться, связывая это с наличием у себя большого количества пленочных залов и дефицитом 35-мм копий на рынке.

Ожидания изменения уровня посещаемости зимой 2013–2014

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
в сторону увеличения	40	80%
останется без изменений	9	18%
в сторону уменьшения	1	2%
всего	50	100%

Тем не менее показатель бизнес-ожиданий составил **78%**, что является довольно низким значением для ноября: за годы исследования данный показатель стабильно держался на уровне выше 90% и лишь в 2006-м и 2008 годах опускался до 68,2 и 60% соответственно. Самый высокий показатель осенних бизнес-ожиданий наблюдался в 2007 году и составлял 100%.



Корреляционный анализ связи между посещаемостью на зал и индексом бизнес-ожиданий показывает существование умеренной взаимосвязи. Другими словами, профессиональное чутье отечественных кинопоказчиков следует использовать для прогнозирования ближайших изменений с максимальной осторожностью, поскольку прокатная судьба фильмов крайне непредсказуема.

Основным критерием оценки предстоящих изменений в поведении кинозрителя остается репертуар российского проката: его упоминают большинство опрошенных (23), пятеро из которых, впрочем, не считают, что зимние релизы смогут переломить текущую ситуацию с числом продаваемых кинобилетов. Среди релизов, вселяющих надежду на лучшее, респондентами чаще всего упоминались продолжения успешных франшиз, как зарубежных («Хоббит», «Тор», «Голодные игры»), так и российских («Елки-3» и «Темный мир»), а также мультфильм «Холодное сердце».

20 опрошенных кинопоказчиков отметили, что новогодне-зимний период сам по себе является хорошим поводом для похода в кино в связи с праздниками и каникулами, причем трое из них наблюдают большой приток зрителей в кинозалы уже сейчас и в связи с этим предполагают, что в ближайшие три месяца он как минимум не уменьшится. Девять респондентов обосновали свои ожидания опытом прошлых лет. При этом двумя кинопоказчиками в качестве причины возможного сокращения посещаемости их кинозалов наступающей зимой было названо появление в городах их присутствия новых конкурентов – мультиплексов крупных федеральных киносетей.

Некоторые респонденты заранее готовятся к новому сезону и отмечают среди факторов, которые смогут привлечь зрителей в их кинозалы, свежий ремонт фойе кинотеатров, открытие новых развлекательных заведений и проведение специальных предновогодних рекламных акций.

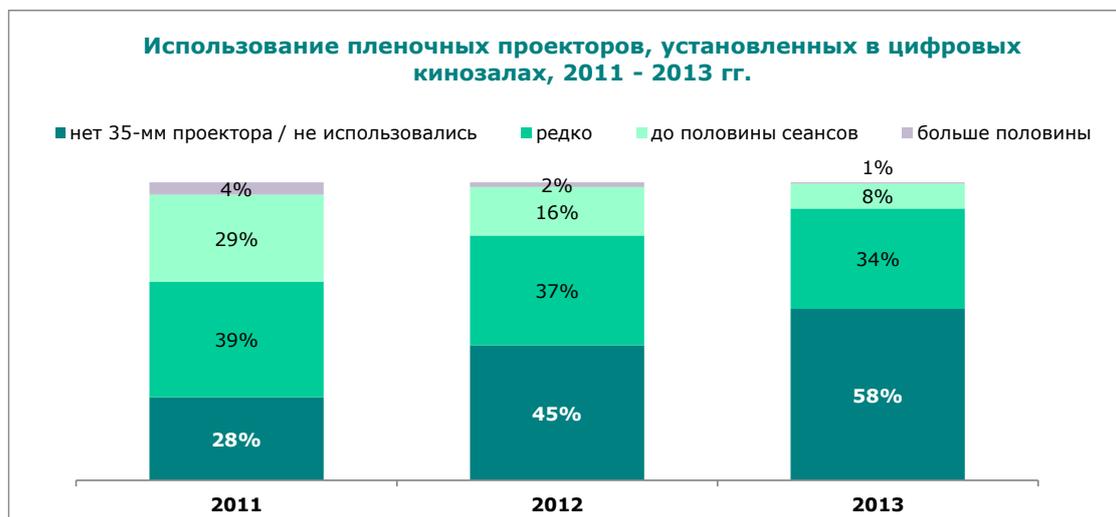


Индекс предпринимательского настроения в сфере кинопоказа осенью 2013 года составил:

Business Climate Index = 41,6

Это значительно выше показателя осеннего киносезона 2012 года, ставшего самым неудачным среди ноябрьских значений за всю историю наблюдений (тогда индекс составил всего 26,3).

Мы продолжаем мониторинг использования пленочных проекторов, установленных в цифровых залах наших респондентов. Общая доля игроков, имеющих исключительно цифровые залы, среди наших респондентов продолжает расти и в 2013 году (по совокупности трех этапов измерения индекса настроений) составляет уже 58% (против 45% по итогам 2012 года и 28% – 2011-го).



По-прежнему активнее всего 35-мм проекторы в цифровых кинозалах используют операторы федерального масштаба: 40% опрошенных, относящихся к этому типу, до половины сеансов в цифровых залах демонстрируют с пленки. Также федеральные киносети – единственная группа рынка кинопоказа, где присутствуют кинопоказчики, которые в силу наличия большого количества киноэкранов могут позволить себе демонстрировать в некоторых цифровых залах более половины сеансов в формате 35-мм.

Почти так же активно, как игроки федерального масштаба, используют пленочное оборудование в цифровых залах представители местных киносетей (38% респондентов данного типа демонстрируют до половины сеансов в цифровых кинозалах с пленочного

проектора). Наибольший прогресс в отказе от пленки заметен на уровне независимых кинотеатров и региональных киносетей, среди которых сегмент всецело цифровых залов составляет уже 92% и 75% соответственно.

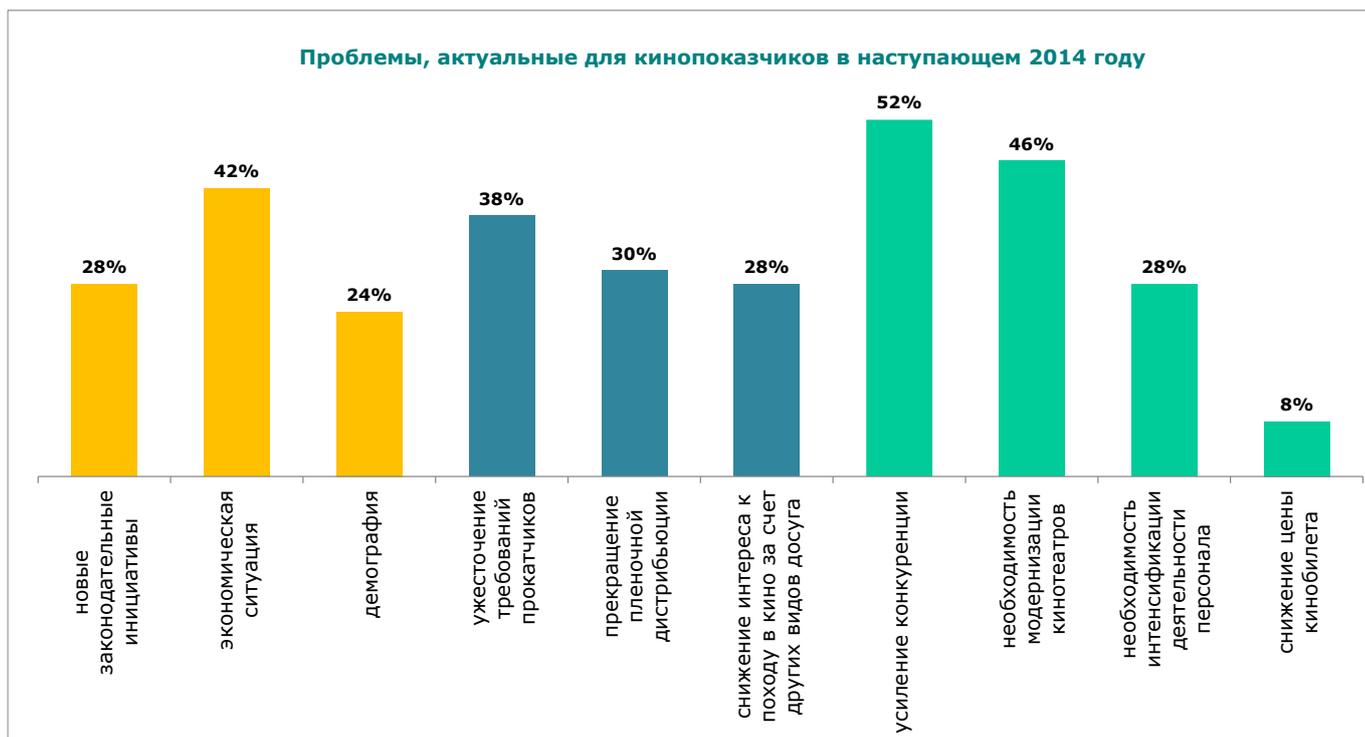


В преддверии Нового года мы решили поинтересоваться у наших респондентов, какие основные проблемы кинорынка будут волновать их в наступающем 2014 году. Все предполагаемые угрозы мы разделили на три группы: макроэкономические тенденции; проблемы кинорынка в целом; конкуренция между отдельными кинопоказчиками.

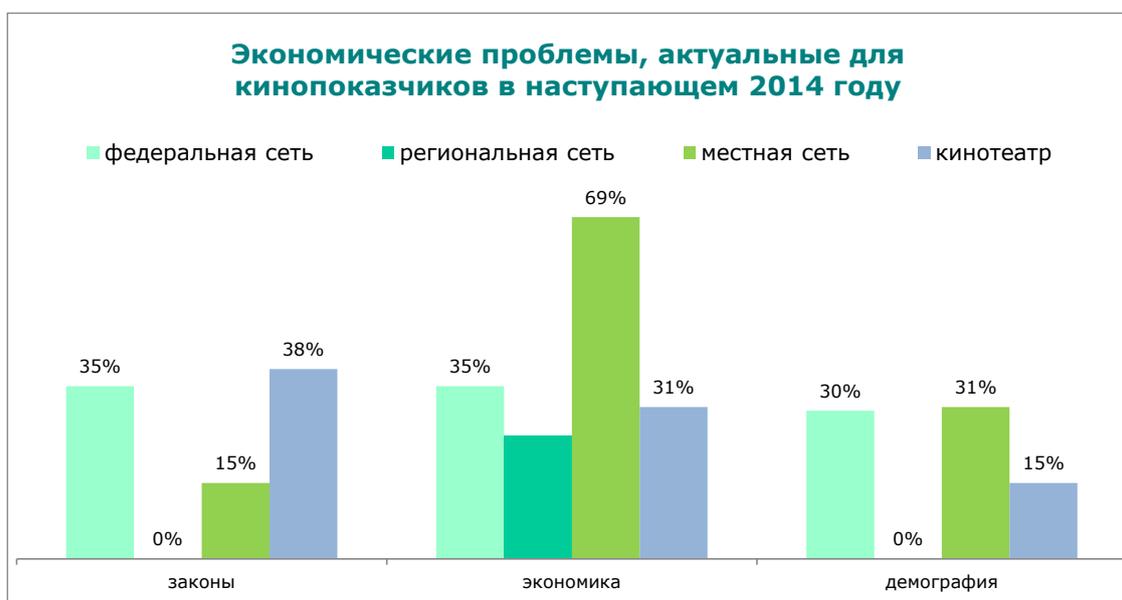
Среди экономических факторов, оказывающих влияние на российский рынок кинопоказа, наши респонденты наиболее озабочены ухудшением экономической ситуации в стране (этот вариант выбрали 42% опрошенных), а также новыми законодательными инициативами в сфере регулирования кинематографа (28%). В наименьшей степени кинопоказчиков беспокоит ухудшение демографической ситуации, однако 12 опрошенных (24%) все-таки находят этот вопрос актуальным.

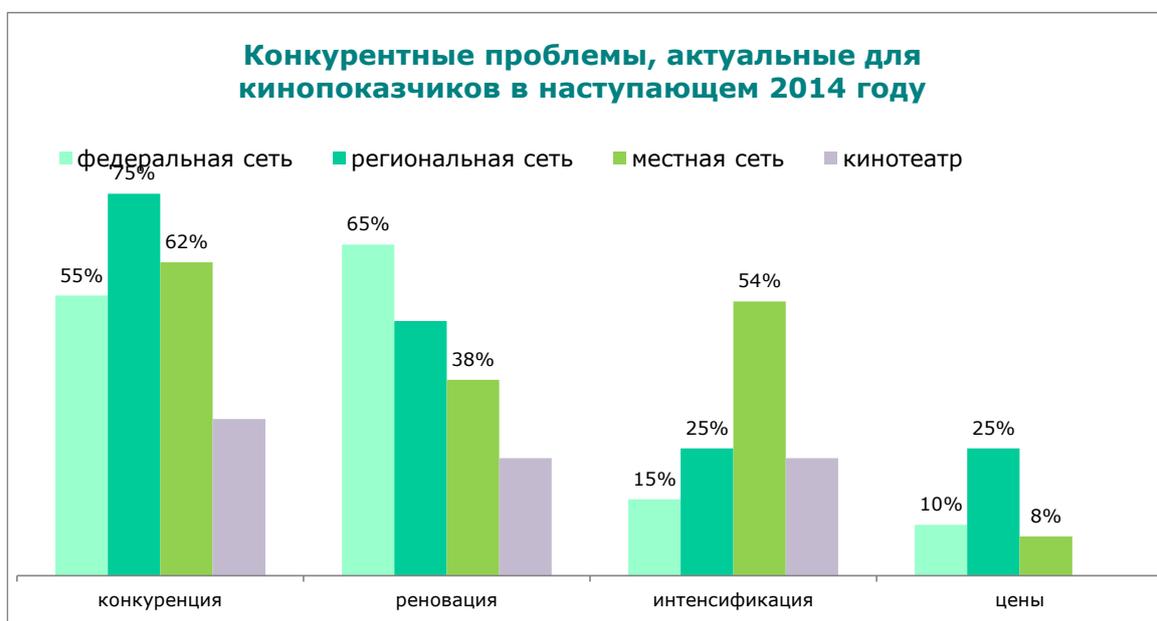
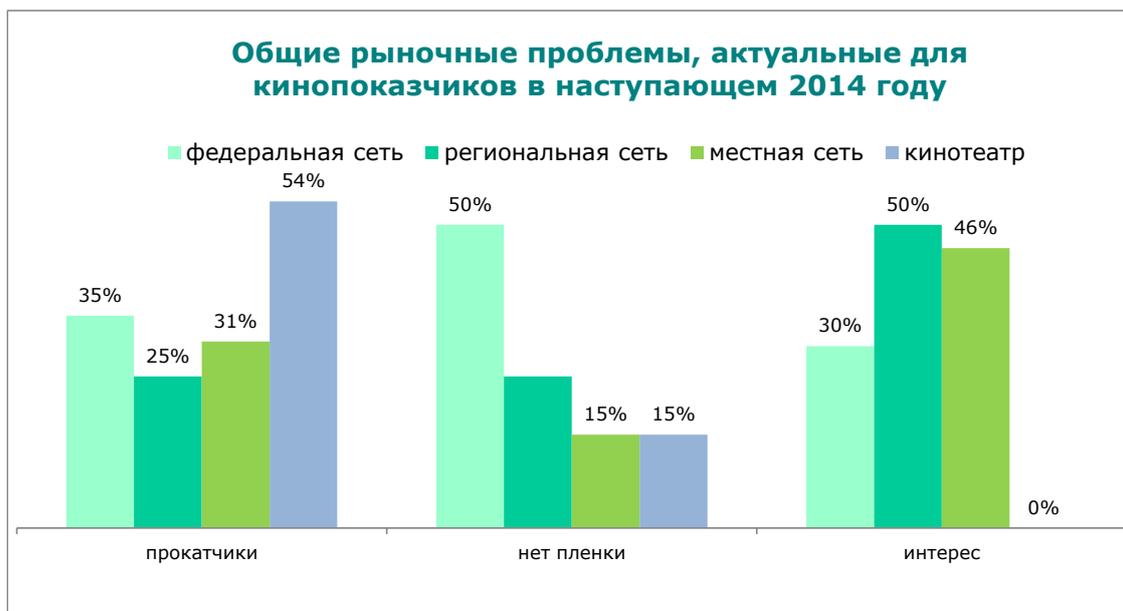
Из проблем, характерных для кинорынка, наибольшее беспокойство среди наших респондентов вызывает ужесточение требований дистрибьюторов к кинотеатрам – этот вариант выбрали 19 опрошенных (40%). 15 респондентов (30%) отметили, что их волнуют сложности с составлением репертуара для 35-мм кинозалов в силу постепенного упадка пленочной дистрибуции и нежелания прокатчиков предоставлять пленочные копии картин. Аналогичное число опрошенных кинопоказчиков обеспокоено усилением конкуренции со стороны альтернативных способов кинопросмотра – интернет-сервисов видео по запросу, телевидения, а также растущей популярностью сериалов.

Наконец, третья группа проблем, волнующих кинопоказчиков, относится к конкуренции с другими кинотеатрами. Тут на первом месте оказался вопрос выживания операторов кинопоказа при открытии новых площадок-конкурентов – его отметили 26 респондентов (52% опрошенных). В условиях насыщения российского рынка киноэкранами на первый план выходят альтернативные варианты конкурентной борьбы и особую актуальность приобретает вопрос модернизации уже действующих кинозалов, а также необходимость интенсификации деятельности линейного персонала и менеджмента; эти проблемы волнуют 23 (46%) и 14 (28%) наших респондентов соответственно. Необходимость применения ценовых методов конкуренции и, как следствие, возможное снижение цены кинобилета актуально всего для четырех опрошенных (8%).



При этом все перечисленные проблемы в разной степени актуальны для разных типов операторов кинопоказа. Так, от жестких ультиматумов прокатных компаний больше всех опасаются пострадать независимые игроки рынка (54% респондентов данного типа отметили эту проблему), в то время как игроков федерального масштаба больше волнует необходимость реновации существующих кинотеатров (65%) и возрастающая конкуренция на рынке (55%). Кинопоказчиков регионального масштаба тоже более всего волнует конкуренция – причем как с другими площадками (75% ответов), так и альтернативными способами кинопросмотра (50%). Местные киносети помимо усиливающейся конкуренции наиболее серьезно обеспокоены нестабильной экономикой (69% ответов от респондентов данного типа) и необходимостью интенсификации деятельности персонала кинотеатров (54%).





Итак, в ноябре 2013 года кинопоказчики традиционно ожидают притока зрителей в кинозалы – время грядущих каникул и праздников. При этом мало кто из них может адекватно оценить общую текущую ситуацию и, соответственно, надвигающиеся изменения на рынке. Респондентов беспокоит ухудшающееся положение в каждом отдельном кинозале, и, как показывает статистика, их опасения вполне оправданны.

Основными проблемами, волнующими кинопоказчиков в наступающем 2014 году, являются усиление конкуренции, необходимость модернизации уже существующих киноплощадок, ужесточение требований дистрибьюторов, а также ухудшение экономической ситуации в стране. Причем в то время как первый блок проблем в большей степени актуален для крупных игроков рынка (федеральных и региональных сетей), независимые кинотеатры и игроки местного масштаба обеспокоены в первую очередь взаимоотношениями с прокатчиками и общим состоянием российской экономики.

© 2013 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Полную информацию о динамике индекса настроения кинопоказчиков читайте на сайте www.невафильм.рф