



### Индекс предпринимательских настроений в сфере кинопоказа: лето 2008 г.

*Игорь Русских, аналитик Невафильм Research*

Индекс предпринимательских настроений летом традиционно показывает самые высокие значения, не стало исключением и лето 2008 года. Главной причиной такого результата является летний репертуар, а также хорошо продуманный график выхода блокбастеров. Ни уменьшение числа потенциально активных зрителей в городе, ни хорошая погода (кое-где в России было жаркое лето), ни международные спортивные соревнования не смогли помешать кинозалам, собрать свою аудиторию.

#### Условия проведения опроса

Свои оценки прошедшему сезону дали 7 федеральных, 3 региональных и 10 местных киносетей, а также 5 независимых кинотеатров. Всего в опросе приняли участие 25 респондентов.

Количество	Охвачено киносетями, принявшими участие в опросе	Всего в РФ (на 30.06.2008 г.)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	159	684	23,2%
кинзалов	546	1680	32,5%
городов	74	1095	6,8%
регионов	31	82	37,8%
федеральных округов	7	7	100,0%

Респонденты согласились ответить на вопросы относительно уровня посещаемости кинотеатров в прошедшем киносезоне и ожиданий на ближайшие месяцы.

#### Результаты опроса

В целом лето 2008 года оказалось достаточно успешным; так считают 19 опрошенных; 6 респондентов отметили, что сезон был удовлетворительным, и никто не отозвался о прошедшем периоде как о плохом. Большинство респондентов отмечало, что июнь и июль показали хорошие результаты, а вот август немного разочаровал, и главное разочарование связано, конечно же, с фильмом «Темный Рыцарь».

#### Уровень посещаемости летом 2008

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
плохой	0	0,0%
удовлетворительный	6	24,0%
хороший	19	76,0%
<b>всего</b>	<b>25</b>	<b>100,0%</b>

**Бизнес-ситуация = 76,0%**

Игроки оценили сегодняшнюю ситуацию на рынке кинопоказа достаточно высоко. Значение бизнес-ситуации соответствует уровню удачных периодов зимы-2008 (77,3%) и лета-2007 (79,3%). Основным фактором, положительно повлиявшим на зрительскую активность, послужило качество летнего репертуара. Также свой вклад внес хорошо спланированный график выхода блокбастеров, таким образом, фильмы не мешали друг другу, что благоприятно отразилось на общем уровне посещаемости. Однако установившаяся в некоторых городах хорошая погода несколько снизила активность кинолюбителей. Интересно также отметить, что крупные спортивные соревнования (Чемпионат Европы по Футболу и Олимпийские Игры) особого влияния на посещаемость кинозалов не оказали.

В целом ожидания большинства респондентов относительно летнего сезона оправдались. Однако, 4 опрошенных надеялись на лучшие результаты, а 3 затруднились с ответом.



На вопрос, касаемый ожиданий изменения уровня посещаемости будущего осеннего периода по сравнению с летним, 12 респондентов ответили, что посещаемость должна увеличиться; 6 считают, что она останется на прежнем уровне; а 7 готовятся к снижению зрительской активности. В целом кинопоказчики настроены не очень оптимистично.

#### Ожидания изменения уровня посещаемости осенью 2008

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
в сторону увеличения	12	48,0%
останется без изменений	6	24,0%
в сторону уменьшения	7	28,0%
<b>всего</b>	<b>25</b>	<b>100,0%</b>

**Бизнес-ожидания = 20,0%**

Проводя дальнейшую аналогию лета 2008 г. с прошедшими зимним и летним киносезонами, стоит отметить, что после этих удачных периодов следовал спад зрительской активности, что отразилось на бизнес-ситуации следующих за ними сезонов. Поэтому столь низкие ожидания относительно осени 2008 года кажутся вполне закономерными.

По словам игроков кинорынка, начало сентября будет «слабым», свои убеждения кинопоказчики основывают на сезонном факторе и фильмах, которые появятся на экранах в этот период. Однако, уже начиная со второй половины, по их мнению, ситуация будет постепенно улучшаться. В основном надежды игроков кинорынка связаны с фильмами «Гитлер Капут», «МАММА МΙΑ!», «Адмираль» и «Мадагаскар-2».

Исходя из показателей бизнес-ситуации и бизнес-ожиданий, индекс предпринимательских настроений в сфере кинопоказа составляет:

**Business Climate Index = 46,41**

Показатель превысил свое прошлое значение более чем в два раза. Его рост в этом периоде был достигнут в основном за счет хорошего летнего сезона, точнее, за счет первых двух месяцев, когда на экраны кинотеатров один за другим выходили блокбастеры.

Аналогичная ситуация складывалась год назад. Тогда также после не самого удачного весеннего периода индекс достиг своего максимального за весь год значения. И также как в этом году, основной причиной подъема являлась благоприятная бизнес-ситуация. Правда, весной 2007 г. игроки меньше рассчитывали на успех предстоящего летнего сезона, чем весной 2008 г. Уровень ожиданий весной 2007 г. составил 52,0%, а весной 2008 г. – 90,9%. Однако, в целом респонденты оценивают уровень посещаемости лета 2008 несколько выше, чем прошлогоднего. Так считают 12 опрошенных, 5 полагают, что посещаемость в 2008 г. снизилась, а 6 не заметили существенных различий между двумя периодами.



Проанализировав ответы респондентов, основной причиной роста посещаемости летом 2008 г. можно назвать более качественный репертуар и расписание дат релизов блокбастеров. Один ответивший отметил, что репертуар наоборот является главным фактом снижения зрительской активности этим летом. А двое в качестве причины снижения посещаемости выделили свои внутренние факторы (открытие конкурентов; отсутствие кинобара и игровой зоны). Один респондент считает, что репертуар этого летнего сезона не сильно отличается от прошлогоднего, и поэтому посещаемость не изменилась.

Также респонденты отмечали, что зрителей уже сложно удивить, так как блокбастеры появляются на экранах кинотеатров один за другим. Наблюдается тенденция, когда зритель становится избирательным и более требовательным к качеству услуг. Поэтому кинотеатры будут вынуждены прилагать дополнительные усилия для привлечения зрителей именно в свои кинозалы. Данная тенденция пока находится в зачаточном состоянии, но уже видны первые признаки ее проявления. Зритель уже насытился «жвачкой» и просит подать «изысканные блюда». Эти настроения уловили некоторые независимые кинотеатры и ряд киносетей, которые устраивают показы альтернативного контента и артхаусных фильмов, улучшают качество изображения за счет использования цифрового оборудования.

Итак, подводя общие итоги измерения индекса предпринимательских настроений в сфере кинопоказа, можно сделать следующие выводы. В целом прошедший летний киносезон можно считать достаточно успешным. В будущем ожидаем «слабый» сентябрь, а затем рост посещаемости в октябре и ноябре. Вообще традиционно начало осени характеризуется низкой активностью кинозрителей, поэтому именно этот период относится к одному из самых тяжелых для кинотеатров, когда необходимо прилагать дополнительные усилия для привлечения аудитории в кинозалы. Однако, постепенно ситуация будет улучшаться, но это вовсе не повод расслабляться.