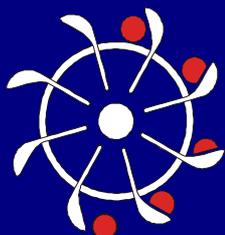


АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ И АНАЛИЗУ КИНОРЫНКА РОССИИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
июнь 2006 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ ДЕМО - ВЕРСИИ

Аннотация	3
Цель исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	5
Список диграмм	7
Список таблиц	9
Выдержки из исследования.....	10
Сегментация рынка.....	10
<i>По географическому расположению</i>	10
<i>По размеру населенного пункта:</i>	12
Сегментация игроков рынка кинопоказа	14

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Анализ состояния и тенденций кинорынка России.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данное исследование состояло из двух этапов:

- Кабинетное исследование
- Экспертное интервью с представителями компаний игроков рынка (2004 г.)

Данный отчет может представлять интерес для:

- Инвесторов или компаний, которые планируют связать свой бизнес с кинорынком. Среди них могут быть как финансовые инвесторы, рассматривающие производство фильмов в качестве перспективного бизнеса для вложений, так и компании, занимающиеся обслуживанием кинорынка (оборудование, расходные материалы, общепит).
- Компаний, которые видят в рекламе в кинотеатрах и кино (product placement) хорошие перспективы.
- Консалтинговых, маркетинговых и рекламных агентств
- Исследование носило комплексный характер и включило в себя кабинетное исследование, данные которого впоследствии были расширены при помощи интервью с экспертами рынка.

В исследовании содержится информация следующего характера:

- Краткий обзор общей экономической ситуации в стране;
- Общая характеристика и сегментация рынка;
- Объем и емкость рынка;
- Выявление основных игроков рынка их сегментация, описание и оценка их предложения;
- Основные характеристики и сегментация потребителей;
- Анализ потребительских предпочтений на Рынке;
- Основные тенденции кинорынка;
- Определение факторов, оказывающих влияние на Рынок



В данном отчете обновлены данные по объему и емкости рынка, представлены основные тенденции рынка в 2005 году и прогноз развития на 2006 год.

Кол-во страниц: 70 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 34 диаграммы, 11 таблиц.

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Время проведения исследования
Методы сбора данных
Макроэкономические факторы, влияющие на рынок
Общэкономическая ситуация в России
Динамика валового внутреннего продукта
Динамика денежных доходов населения
Государственная политика
Инвестиционная политика
Технологические инновации
Сегментация и структура рынка
Сегментация рынка
По географическому расположению
По размеру населенного пункта:
Основные количественные характеристики рынка
Значимые экономические параметры для оценки состояния отрасли
Объем кинорынка
Емкость кинорынка
Темпы роста рынка
Описание и сегментация основных игроков рынка
Игроки на рынке кинопроката
Сегментация игроков кинопроката
Игроки на рынке кинопоказа
Сегментация игроков рынка кинопоказа
Основные тенденции
Конкурентный анализ
Конкуренция между крупнейшими кинопрокатными компаниями

Конкуренция между крупнейшими сетями кинотеатров

Анализ потребителей

Степень активности в потреблении услуги.

Потребительские предпочтения по: видам, маркам продукции или услуги

Предпочитаемые фильмы по странам производителям

Предпочтения фильмов по жанрам

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию рынка

Сдерживающие факторы рынка/анализ рисков

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на рынке

Тенденции рынка

Общие выводы по отчету

СПИСОК ДИГРАММ

- Диаграмма 1. Динамика и прогноз ВВП РФ за 2002-2007 гг., %
- Диаграмма 2. Динамика номинальной начисленной заработной платы в 2003-2005 гг., руб.
- Диаграмма 1. Динамика среднего класса в России 2000-2003гг
- Диаграмма 4. Распределение населения по федеральным округам
- Диаграмма 5. Сегментация рынка по географическому расположению, в %
- Диаграмма 6. Доля населения российской федерации, проживающих в населенных пунктах различного размера, в %.
- Диаграмма 7. Сегментация рынка по размеру населенного пункта, в %
- Диаграмма 8. Динамика кассовых сборов в России 2000-2005гг, \$ млн
- Диаграмма 9. Динамика количества экранов и кинотеатров в 2000-2007гг. (прогноз)
- Диаграмма 10. Распределение кассового сбора по основным действующим игрокам кинопроката в 2003 г.
- Диаграмма 11. Доли кассового сбора основных дистрибьюторов
- Диаграмма 12. Доля ведущих операторов кинотеатров (по количеству залов) 2005 год, в %
- Диаграмма 13. Распределение кинотеатров Москвы и Санкт-Петербурга по количеству залов, 2005 год
- Диаграмма 14. Доли доходов голливудских и независимых дистрибуторов 2002-2003 гг.
- Конкуренция между крупнейшими сетями кинотеатров
- Диаграмма 15. Распределение кассового сбора Москва/регионы, 2002-2004 гг.
- Диаграмма 16. Динамика открытия новых кинозалов крупнейшими операторами в 2004-2006 гг. (прогноз)
- Диаграмма 17. Ответ на вопрос «как часто вы смотрите фильмы в кинотеатрах?»
- Диаграмма 18. Как часто вы смотрите фильмы в кинотеатрах/возраст
- Диаграмма 19. Как часто вы смотрите фильмы в кинотеатрах/доход
- Диаграмма 20. Как часто вы смотрите фильмы в кинотеатрах/образование
- Диаграмма 21. Как часто вы смотрите фильмы в кинотеатрах/пол
- Диаграмма 22. При каких условиях стали бы ходить в кинотеатр чаще
- Диаграмма 23. При каких условиях стали бы ходить в кинотеатр чаще

- Диаграмма 24. Снижение цен на билеты/возраст
- Диаграмма 25. Более современная техника/возраст
- Диаграмма 26. Расширенный репертуар/возраст
- Диаграмма 27. Расширенный репертуар/образование
- Диаграмма 28. «Какие фильмы предпочитаете?»
- Диаграмма 29. «Какие фильмы предпочитаете?»/возраст
- Диаграмма 30. Предпочтения по жанрам
- Диаграмма 31. Предпочтения по жанрам/возраст
- Диаграмма 32. Предпочтения по жанрам / доход
- Диаграмма 33. Предпочтения по жанрам / образование
- Диаграмма 34. Предпочтения по жанрам / пол

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Распределение кинотеатров и кинозалов по округам россии

Таблица 2. Рейтинг регионов россии по количеству кинозалов, 2005 год

Таблица 3. Рейтинг городов россии по количеству кинозалов, 2005 год

Таблица 4. Распределение кинозалов по населенным пунктам различного типа

Таблица 5. Рейтинг городов-миллионников россии по количеству кинозалов на 100 тыс.

Таблица 6. Сравнительный анализ ёмкости кинорынка россии и европы в 2005 г.

Таблица 7. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров россии, 2005 год

Таблица 8. Распределение современных кинотеатров в москве и Санкт-Петербурге по количеству залов, 2005 год

Таблица 9. Абсолютные и относительные показатели состояния рынка кинопроката и кинопоказа государств СНГ

Таблица 10. 10 наиболее кассовых отечественных фильмов по состоянию на апрель 2005 года

Таблица 11. Предпочитаемые жанры (рейтинг)

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сегментация рынка

Рынок кинотеатров можно сегментировать по нескольким основаниям:

По географическому расположению

По итогам Всероссийской переписи населения 2002 года: население Российской Федерации составляет 145164 тыс. человек и проживает в 2940 городских поселениях (городах и поселках городского типа) и 142 тыс. сельских населенных пунктах. В трех наиболее плотно заселенных округах (Центральном, Приволжском и Южном) проживает 63,5% всего населения России, а общая площадь этих трех округов почти втрое меньше, чем одного Дальневосточного – наименее заселенного.

Как видно из диаграммы наиболее заселенными являются Центральный, Приволжский и Южный округа. Отсюда можно предположить, что наиболее перспективными для развития и открытия новых кинотеатров и залов являются эти регионы.

Таблица 1. Распределение кинотеатров и кинозалов по округам России

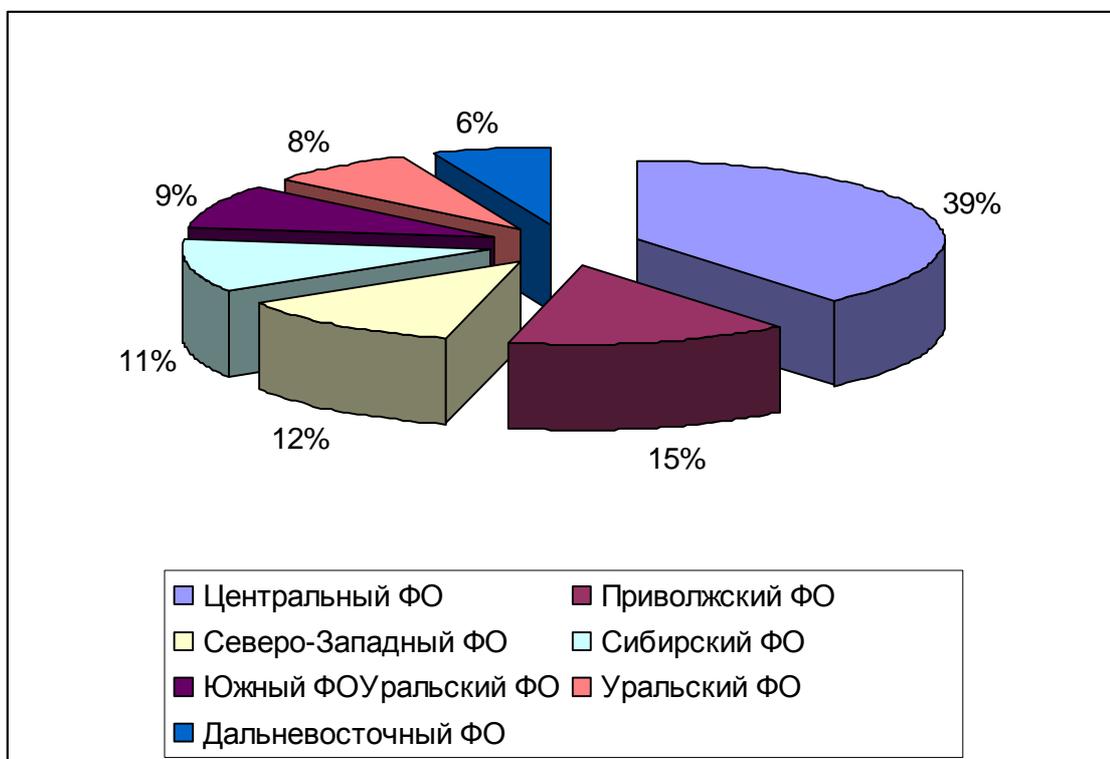
Округа	Кинотеатры	Кинозалы	Доля рынка по количеству залов, %
Центральный ФО	169	403	39
Приволжский ФО	94	156	15
Северо-Западный ФО	54	124	12
Сибирский ФО	78	118	11
Южный ФО	54	91	9
Уральский ФО	53	86	8
Дальневосточный ФО	43	58	6

Всего	545	1036	100
-------	-----	------	-----

Источник: Компания «Невафильм», 2006

Наибольшая доля кинозалов приходится на Центральный округ – 39%. Далее следуют Приволжский (15%) и Северо-Западный округа (12%).

Диаграмма 2. Сегментация рынка по географическому расположению, в %



Источник: Компания «Невафильм», 2006

Менее всего развита инфраструктура кинотеатров и кинозалов в Дальневосточном и Уральском округах.

Бесспорным лидером по количеству кинозалов выступает Москва, на которую приходится 27% всех кинозалов из регионов топ 20. Остальные регионы существенно отстают от нее по данному показателю. Так, доля кинозалов Санкт-Петербурга составляет лишь 8,4%.

Если же сравнить рейтинг регионов по годам, то можно отметить, что хотя в четверке лидеров не произошло никаких изменений, в остальных позициях произошла заметная перестановка сил. Так, Самарская область с 13-14 места, которое она занимала в 2004 году, в 2005 году переместилась на 5 место, что косвенным образом свидетельствует о бурном развитии инфраструктуры кинотеатров и открытии новых кинозалов в данной области. В Хабаровском же крае наоборот наблюдается стагнация в этой области: данный регион с 5 места в 2004 году переместился на 10-11 в 2005.

Таблица 2. Рейтинг городов России по количеству кинозалов, 2005 год

Место 2005	Место 2004	Город	Кинотеатры	Кинозалы	Доля рынку по кол-ву залов
1	1	Москва	84	280	27
2	2	Санкт-Петербург	23	87	8,4
3	3	Екатеринбург	11	32	3,1
4	4	Новосибирск	14	23	2,2
5	5	Нижний Новгород	10	18	1,7
6	6	Волгоград	5	16	1,5
7	-	Ростов-на-Дону	7	15	1,4
8	8	Челябинск	9	14	1,4
9	-	Тольятти	8	14	1,4
10	7	Казань	7	14	1,4
Всего			545	1036	100

Источник: Компания «Невафильм», 2005

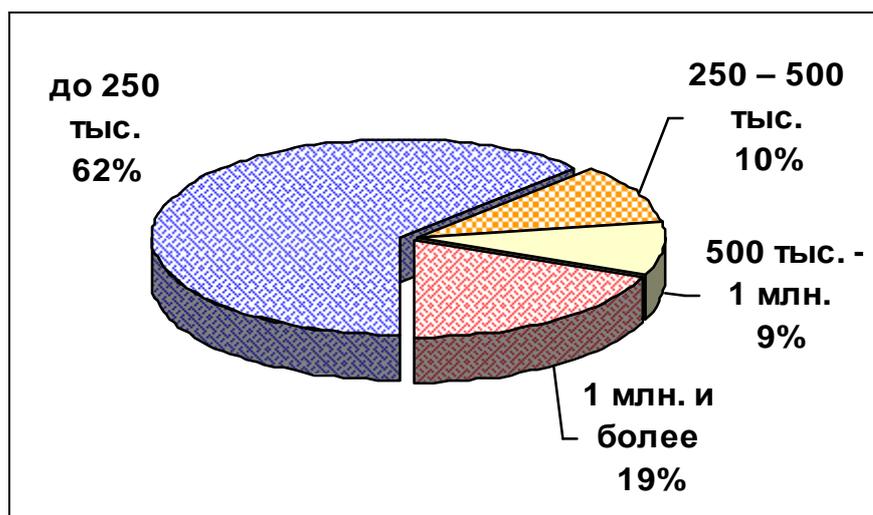
Как и следовало ожидать Москва и Санкт-Петербург стоят на первых двух местах в рейтинге по количеству кинозалов (27% и 8,4% соответственно).

По размеру населенного пункта:

Большая часть населения (62%) проживает в небольших городах (до 250 тыс.), поселках городского типа и сельской местности. В городах с населением от 250

тысяч до 500 тысяч проживает 10% населения России, от 500 тысяч до миллиона – 9% и, наконец, в городах - миллиониках проживает 19% всего населения (10,2% из них – в Москве и Санкт-Петербурге).

Диаграмма 3. Доля населения Российской Федерации, проживающих в населенных пунктах различного размера, в %.



Источник: Госкомстат (перепись 2002 года)

Вполне логично, что наиболее перспективными с точки зрения открытия новых кинозалов являются крупные города (свыше 250 тыс. человек). В населенных пунктах такого типа, как правило доходы населения несколько выше, нежели в среднем по регионам России, а следовательно и выше покупательная способность населения. То есть крупные города более привлекательны для открытия кинотеатров и кинозалов.

Таким образом, как видно из таблицы наиболее развитыми в плане представленности кинозалов являются города-миллионники. В них располагается более 50% всех кинозалов России, а также наибольшее количество кинотеатров. Наименьшее количество кинозалов приходится на города с населением менее 100 тысяч – 9%. Однако стоит отметить, что количество современных кинотеатров в населенных пунктах такого размера превышает количество кинотеатров в городах с численность от 500 тысяч до миллиона (83 и 80 кинотеатров соответственно).

Сегментация игроков рынка кинопоказа

Игровых рынка кинопоказа можно разделить по количеству кинозалов на:

- ✓ Однозальные
- ✓ Миниплексы (до 7 кинозалов)
- ✓ Мультиплексы (От 8 и более кинозалов).

В виду отсутствия данных по России, приведем доли различных сегментов по Москве и Санкт-Петербурге.

Таблица 3. Распределение современных кинотеатров в Москве и Санкт-Петербурге по количеству залов, 2005 год

Количество залов в кинотеатре	Кинотеатры	Залы	Доля по количеству залов
1-зальные	33	33	9
Миниплексы	64	231	62,9
Мультиплексы	10	103	28,1
Всего	107	367	100

Источник: По данным компании «Невафильм», 2005

Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.