



Маркет  
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ**

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК РАЗВЛЕЧЕНИЙ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СЕМЕЙНОГО ДОСУГА.  
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ  
И АНАЛИЗ РЫНКА.**

Москва, июнь 2009



## СОДЕРЖАНИЕ

### СОДЕРЖАНИЕ

#### I. ВВЕДЕНИЕ

#### II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

#### III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА РАЗВЛЕЧЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СЕМЕЙНОГО ДОСУГА

##### 1. Общая характеристика Рынка

###### 1.1. Понятие семейного досуга и развлечений

###### 1.2. Показатели социально-экономического развития России

###### 1.3. Смежные рынки

Рынок образования

Рынок услуг фитнес-центров

Рынок туризма

###### 1.4. Резюме по разделу

##### 2. Структура Рынка

###### 3.1. Сегментация Рынка по видам услуг

Кинотеатры и кинотеатральные комплексы

Театры, музеи, цирки

Заведения общественного питания семейного типа

Аттракционы (парки развлечений, места развлечений с аттракционами)

Специализированные развлекательные центры

Досуг в торгово-развлекательных центрах

###### 3.2. Сезонность на Рынке

###### 3.3. Ценовая политика на Рынке

Кинотеатры и кинотеатральные комплексы

Театры, музеи, цирки

Заведения общественного питания семейного типа

Аттракционы

Специализированные развлекательные комплексы

Торгово-развлекательные центры

###### 3.4. Резюме по разделу

##### 3. Основные количественные характеристики Рынка



- 3.1. Рынок кинопоказа
  - 3.2. Рынок театров, музеев, цирков
  - 3.3. Рынок предприятий общественного питания
  - 3.4. Рынок аттракционов
    - Аттракционы в парках культуры и отдыха
    - Аттракционы в помещениях
  - 3.4. Рынок специализированных развлекательных комплексов
  - 3.5. Рынок торгово-развлекательной недвижимости
  - 3.6. Резюме по разделу
  - 4. Конкурентный анализ Рынка
    - 4.1. Конкуренция на Рынке
    - 4.2. Описание профилей крупнейших игроков на Рынке
      - Рынок кинотеатров
      - Рынок театров, музеев, цирков
      - Рынок заведений общественного питания
      - Рынок аттракционов
      - Рынок специализированных развлекательных центров
      - Рынок торгово-развлекательных центров
    - 4.3. Резюме по разделу
  - 6. Анализ рынка сбыта
  - 8. Выводы и рекомендации по исследованиям
    - 8.3. Основные тенденции Рынка
      - Тенденции рынка кинотеатров
      - Тенденции рынка театров, музеев и цирков
      - Тенденции рынка заведений общественного питания
      - Тенденции рынка аттракционов
      - Тенденции рынка специализированных развлекательных центров
      - Тенденции рынка торгово-развлекательной недвижимости
    - 8.2. PEST-анализ рынка
    - 8.3. Риски и барьеры Рынка
- IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Среди распространенных на сегодняшний день объектов развлекательной сферы, предназначенных для проведения досуга всей семьи можно выделить следующие:

- кинотеатры и кинотеатральные комплексы
- театры, музеи, цирки и т.д.
- заведения общественного питания семейного типа
- аттракционы
  - аттракционы под открытым небом (парки отдыха и развлечений)
  - аттракционы в помещении
- специализированные развлекательные комплексы
- торгово-развлекательные центры

Безусловно, в Европе и США рынок развлечений более развит и представляет собой намного более широкий ассортимент товаров и услуг для проведения досуга всей семьей. В качестве примера можно привести, такой сегмент, как ритейлеры с развлекательным компонентом: основной концепцией такого бизнеса является сочетание известных торговых брендов с определенным видом развлечений, призванных ознакомить покупателей со всей линейкой продукции (Nike Town - спорттовары, Disney Stores - игрушки или Barnes & Noble - книги). Ещё одним примером, могут стать семейные развлекательные центры - Family Entertainment Centers (FEC). Этот вид развлечений во всем мире является наиболее популярным. Соответствующие центры могут занимать площадь от 2 тыс. до 10 тыс. кв. м в закрытых помещениях. Они включают такие типичные компоненты, как карусели, мини-гольф, разнообразные аттракционы и игры - развлечения, непосредственно направленные на семьи с маленькими детьми.



Для исследуемого рынка характерна сезонность. Для всех объектов проведения досуга посещаемость является максимальной в выходные дни, в будние дни этот показатель показывает довольно низкий результат. Кроме того, основным сезоном для посещения объектов Рынка является период с середины осени до середины мая, что связано с периодом майских праздников, школьных и студенческих экзаменов, а также летних отпусков. Исключение составляют объекты досуга и развлечений, располагающиеся под открытым небом, основным фактором посещаемости которых являются погодные условия.

Цена на проведение семейного досуга зависит от сегмента исследуемого Рынка. Однако можно выделить некоторые общие принципы ценообразования на Рынке.

## Основные количественные характеристики Рынка

Российский рынок развлечений и СМИ становится одним из крупнейших в мире. Темпы роста индустрии в 2007 году составили ...%, а прогнозируемый средний годовой рост в 2008-2012 годах - ...%.

### Рынок кинопоказа

Объём рынка кинопоказа в денежном выражении составили \$... млн. В 2008 году рынок вырос по сравнению с 2007 годом, по оценкам различных экспертов, на ...%-...%. Однако этот рост в значительной мере обеспечило увеличение цен на билеты. В 2008 году стоимость билета в долларовом выражении выросла на ...% по сравнению с 2007 годом. По оценкам экспертов рынка, цены на билеты достигли максимума, таким образом, дальнейший рост сборов за счет увеличения цены на билеты невозможен.

В 2008 году кинотеатры посетило около ... млн. человек. В настоящий момент посещаемость кинотеатров постепенно снижается.

На начало 2009 года в России насчитывается ... современных кинозалов в ... кинотеатрах, среднее число экранов на кинокомплекс - .... Российский рынок кинопоказа достаточно сильно фрагментирован: здесь действует около... различных операторов.



2008-й оказался рекордным для российского рынка кинопоказа; в течение года было открыто ... залов в ... кинотеатрах (для сравнения: в 2007 году киносеть пополнилась ...залами в ... кинотеатрах). Темпы роста количества кинозалов составили ...%.

**Таблица. Сегментация рынка кинопоказа**

	Количество операторов	Количество кинотеатров	Количество залов	Доля рынка по количеству залов
Федеральные сети				
Региональные сети				
Местные сети				
Независимые кинотеатры				
Всего по России				

Источник: <http://www.kinobusiness.com/>

**Таблица. Распределение современных кинотеатров по федеральным округам России**

Округ	Количество кинотеатров	Количество залов	Доля рынка по количеству залов
Московский регион			
Приволжский ФО			
Центральный ФО (без МР)			
Сибирский ФО			
Санкт-Петербург			
Южный ФО			
Уральский ФО			
Дальневосточный ФО			
Западный ФО (без СПб.)			
Всего в России			

Источник: <http://www.kinobusiness.com/>

## Рынок театров, музеев, цирков

По данным на 2008 год в России насчитывалось ... театра. По предварительным оценкам в 2008 году российские театры посетили ... млн. человек. Этот показатель рос с 2005 по 2007 гг., однако в связи с экономическим кризисом, показатель объема рынка незначительно снизился.



Всего на российском рынке насчитывается ... музеев, из которых наибольшее количество - ...% являются краеведческими, ...% - исторические и археологические. Наименьшую долю в структуре рынка занимают научно-технические музеи.

По предварительным оценкам, объём рынка музеев (в натуральном выражении) по итогам 2008 года составил ... млн. человек. Темпы роста показали отрицательный результат - ...%.

## **Рынок предприятий общественного питания**

Оборот общественного питания по итогам 2008 года составил ... млрд. рублей. Темпы роста рынка составили около ...%, что почти соответствует уровню 2006 года и является довольно высоким показателем за последние 7 лет. Однако индекс физического объёма оборота общественного питания в 2008 году составил ...% к соответствующему периоду предыдущего года. Для сравнения аналогичный показатель для 2006 и 2007 года составил ...% и ...% соответственно, что свидетельствует о росте оборота общественного питания и темпов роста за счёт повышения цен на услуги предприятий общественного питания.

А вот в первом квартале 2009 года рынок вырос незначительно по сравнению с аналогичным показателем предыдущего года. Темпы роста составили всего ...%, последние 9 лет этот показатель держался на уровне ...%. За первый квартал 2009 года индекс физического объёма оборота общественного питания составил ...% к соответствующему периоду предыдущего года.

## **Рынок аттракционов**

Рынок услуг парков аттракционов (как крытых, так и открытых) - активно растущий: темпы роста составляют около ...% в год. По прогнозам экспертов, на этом рынке спрос еще минимум 2-3 года будет превышать предложение.

По данным Российской ассоциации парков и производителей аттракционов, в стране насчитывается около ... парков развлечений, в том числе ... крупных.



Мнения экспертов относительно объёма рынка парковых аттракционов Москвы и ближнего Подмосковья колеблются от ... млн. до ... млрд. рублей. Такую разницу в оценках можно объяснить тем же отсутствием технического регламента и чёткого определения понятия аттракцион.

В Москве работает более ... аттракционов, которые эксплуатируют, по приблизительной оценке, ...-... компаний. Такую значительную долю российского рынка Москва занимает не только за счёт большей аудитории, но и за счёт более высоких цен.

## **Рынок специализированных развлекательных комплексов**

По мнению экспертов рынка, насыщенность рынка детских развлекательных центров России оценивается на уровне ...-...%. В ближайшие 2-3 года этот рынок должен увеличиться в ...-... раз, однако это не приведёт к полному насыщению рынка.

Сегодня в России, не менее ... боулинг-центров. Количество функционирующих дорожек для боулинга составляет более .... Первое место по количеству боулинг-центров занимает Москва, где сейчас работает ... боулинг-центров. На втором месте Санкт-Петербург с ... боулинг центрами.

В 2008 г. объем рынка услуг боулинг-центров Москвы составил \$... млн. Прогноз объема московского рынка на 2009 год - ... млн. долл., падение рынка по сравнению с 2008 годом составит ...%, или \$... млн.





## Конкуренция на Рынке

В 2007-2008 гг. рынок развлечений вошел в интенсивную фазу развития и начал быстро консолидироваться. Ведущую роль в его концентрации играют сетевые компании. Пока на рынке есть место для новых независимых игроков, но через 2-3 года конкуренция за потребителя ослабнет.

Наибольший потенциал для строительства торгово-развлекательных центров, а следовательно развития рынка развлечений в регионах, представляют собой города с численностью населения до 500 тысяч человек. Этот факт вызван дефицитом культурно-досуговой инфраструктуры и повышением уровня доходов населения. По мнению экспертов, наиболее перспективными форматами досугово-развлекательной сферы в таких городах станут .....



Таблица. Основные игроки рынка кинопоказа (игроки представлены в порядке убывания доли по количеству кинозалов)

Название сети	Год основания	Количество кинотеатров	Количество кинозалов (доля рынка по количеству кинозалов)	Центральный офис	География	Ценовая политика	Планы по развитию
«Каро Фильм»							
«Синема Парк»							
«Киномакс»							
«Кронверк Синема»							
«Формула Кино»							
KinoStar							
«Премьер Зал»							
«Арт Сайнс Синема»							
«Люксор»							
«Парадиз»							

Источник: «Маркет Аналитика»

**Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка общественного питания**

Название игрока	Год основания	Бренды и направления	География	Ценовая политика	Планы по развитию
АРПИКОМ					
«Росинтер Ресторанс Холдинг»					
Ресторанный Дом Андрея Деллоса					
Группа Компаний А. Новикова					
Компания «Кофе Хауз»					
Ассоциация ресторанов «ВЕСТА-ЦЕНТР ИНТЕРНЕСНЛ»					

**Источник: «Маркет Аналитика»**

Все крупнейшие игроки развивают проекты, относящиеся к различным ценовым сегментам, с целью охватить как можно больше потребителей. Такие игроки, как Ресторанный Дом Андрея Делоса и ГК А.Новикова укрепились на московском рынке. Рестораны компаний «Кофе Хауз» и Ассоциации ресторанов «ВЕСТА-ЦЕНТР ИНТЕРНЕСНЛ» ориентированы на российский рынок, а компании «АРПИКОМ» и «Росинтер Ресторанс Холдинг» - работают на международном уровне. Безусловно, все крупные игроки планируют в ближайшей перспективе расширить свою долю на рынке.



Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка детских развлечений

Название сети	Год основания	Площадь, кв.м.	Средняя посещаемость, человек	Целевая аудитория	География	Ассортимент услуг	Ценовая политика	Преимущества	Недостатки	Планы по развитию
«СТАР ГЭЛАКСИ»										
CRAZY PARK										
GAMEZON А										
«Игромакс»										

Источник: «Маркет Аналитика»

Таблица. Крупнейшие аквапарки на территории России

Название аквапарка	Город, адрес	Год ввода в эксплуатацию	Тип	Площадь	Аттракционы	Стоимость посещения
«Ква-Ква»						
«Поляны»						
«Виктория»						
«Лимпопо»						
«Лето-СТОП»						
«Водопад чудес»						
«Дельфин»						
«Золотая бухта» (работает с июня по сентябрь)						

Источник: @DEBUST-БЮРО

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка боулинг центров

Название сети	Год основания	Целевая аудитория	География	Ассортимент услуг	Ценовая политика	Преимущества	Планы по развитию
«Космик»							
«Планета Боулинг»							

Источник: «Маркет Аналитика»

Все выделенные игроки рынка специализированных развлекательных комплексов являются самыми крупными и сильными игроками. Лидером рынка детских специализированных комплексов является сеть «СТАР ГАЛАКСИ».

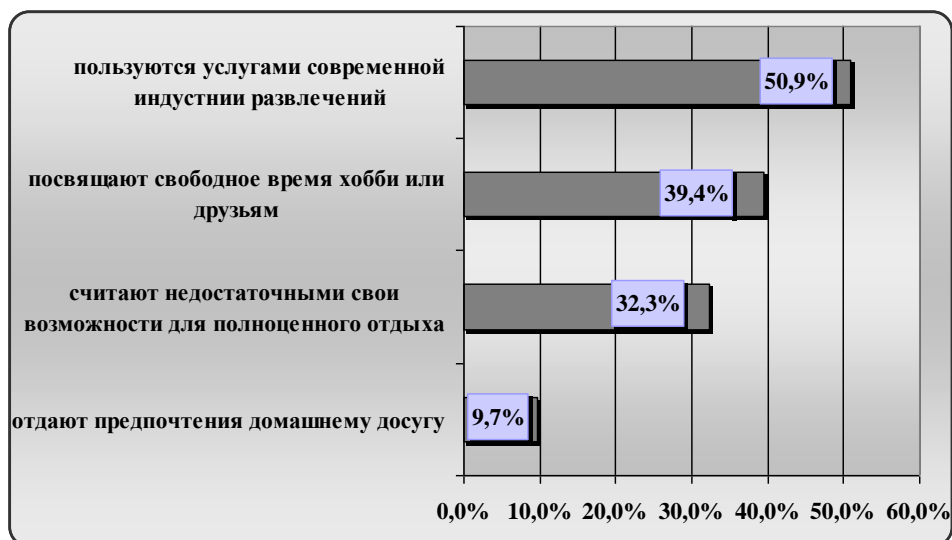
Две самых крупных сети боулинг-центров, «Планета Боулинг» и «Космик», работают по всей России и планируют расширять географию присутствия в крупных городах.



## Анализ рынка сбыта

Потребителями рынка являются семьи с детьми и без детей, таким образом, рынок, представлен практически всем населением, то есть общим количеством лиц, проживающих на территории России. Основной характеристикой потребителей исследуемого рынка является – та или иная частота проведения досуга совместно с другими членами семьи.

Диаграмма. Структура проведения досуга



Источник: Институт комплексных социальных исследований РАН

Из диаграммы видно, что чуть более половины респондентов пользуются услугами современной индустрии развлечений, и соответственно, вносят вклад в развитие и функционирование рынка развлечений. Другая часть респондентов (9,7 и 39,4%) – около половины, предпочитает другие «традиционные» виды досуга. Важным показателем является тот факт, что значительная часть (32,3%) считает, что им не хватает средств для проведения полноценного отдыха.

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка следующие:

- Рост спроса на услуги сферы развлечений и досуга.
- Рост популярности детского и семейного досуга.



- Падение арендных ставок в торгово-развлекательных центрах.
- Относительно высокий уровень оснащение объектов сферы развлечений и досуга.

Среди проблем, с которыми сталкиваются игроки Рынка можно отметить:

- Последствия экономического кризиса: снижение потока инвестиций в экономику России, снижение экономического роста.
- Постепенное усиление конкуренции, рост сетевых игроков, оставляющих мало возможностей для выживания несетевых проектов.
- Снижение доходов населения и, как следствие, снижение темпов роста спроса на услуги Рынка.



## Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2002-2008 гг. в номинальных ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2003-2008 гг.
- Диаграмма 3. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 4. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения в 2008-январе 2009 года, % к соответствующим периодам 2006-2007 гг.
- Диаграмма 5. Динамика численности безработных за 2008-начало 2009 гг., млн. чел.
- Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли, млрд. руб.
- Диаграмма 7. Наиболее значимые факторы при выборе вуза/бизнес-школы для получения дополнительного образования, по степени важности
- Диаграмма 8. Динамика дошкольных учреждений за период 2000-2007 гг., единиц
- Диаграмма 9. Динамика рынка фитнес-услуг за период 2005-2008 гг., в денежном выражении
- Диаграмма 10. Распределение клубов по территории России
- Диаграмма 11. Доля населения, пользующаяся услугами фитнес-центров в некоторых странах
- Диаграмма 12. Доля населения, пользующаяся услугами фитнес-центров в некоторых городах
- Диаграмма 13. Структура рынка туризма
- Диаграмма 14. Динамика российского рынка въездного туризма в натуральном выражении, тыс. поездок
- Диаграмма 15. Динамика российского рынка выездного туризма в натуральном выражении, тыс. поездок
- Диаграмма 16. Структура рынка кинопоказа по видам игроков, в % от количества кинозалов
- Диаграмма 17. Региональная структура рынка кинопоказа, в % от количества кинозалов
- Диаграмма 18. Структура рынка театров по видам, в % от количества театров
- Диаграмма 19. Структура рынка театров по территориальному признаку, в % от количества посещений
- Диаграмма 20. Структура рынка музеев по видам музеев, в % от количества музеев





Диаграмма 21. Структура рынка музеев по территориальному признаку, в % от количества посещений

Диаграмма 22. Структура рынка цирков по их видам, в % от количества цирков

Диаграмма 23. Структура рынка общественного питания

Диаграмма 24. Сезонность на российском рынке общественного питания

Диаграмма 25. Динамика российского рынка развлечений и СМИ, млрд. долл.

Диаграмма 26. Динамика российского рынка кинопоказа

Диаграмма 27. Динамика рынка цифрового кинопоказа

Диаграмма 28. Динамика рынка театров в натуральном выражении за период 2000-2007 гг., млн. человек

Диаграмма 29. Динамика рынка музеев в натуральном выражении за период 2000-2007 гг., млн. человек

Диаграмма 30. Динамика рынка цирков в натуральном выражении за период 2000-2007 гг. и прогноз на 2008 г., млн. человек

Диаграмма 31. Среднее количество посетителей, приходящееся на один театр, музей и цирк в 2008 году

Диаграмма 32. Динамика рынка общественного питания за период с 2000-2008 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб.

Диаграмма 33. Динамика рынка общественного питания за период январь-март с 2000-2009 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб.

Диаграмма 34. Доля Москвы на российском рынке аттракционов, в % от количества аттракционов

Диаграмма 35. Региональная структура рынка боулинга по количеству дорожек

Диаграмма 36. Динамика ввода торговых площадей, 2003-2008, тыс. кв. м

Диаграмма 37. Структура спроса на торговые площади

Диаграмма 38. Возрастной состав населения России, % от общей численности населения

Диаграмма 39. Структура населения по возрастному и территориальному признаку, человек.

Диаграмма 40. Структура проведения досуга

Диаграмма 41. Частота посещения ТРЦ россиянами, % от числа опрошенных

Диаграмма 42. Основные цели посещения торгово-развлекательных центров, % от числа ответов



Диаграмма 43. Факторы выбора торгово-развлекательного центра, % от числа ответов

Диаграмма 44. Структура посетителей боулинг-клубов по уровню дохода (руб. в месяц на человека)

Диаграмма 45. Структура посетителей боулинг-центров по роду занятий

Таблица 1. Сегментация рынка кинопоказа

Таблица 2. Распределение современных кинотеатров по федеральным округам России

Таблица 3. Основные показатели рынка торговой недвижимости Москвы

Таблица 4. Диапазон арендных ставок в торговых центрах

Таблица 5. Основные игроки рынка кинопоказа (игроки представлены в порядке убывания доли по количеству кинозалов)

Таблица 6. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка общественного питания

Таблица 7. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка детских развлечений

Таблица 8. Крупнейшие аквапарки на территории России

Таблица 9. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка боулинг центров

Таблица 10. Крупнейшие торгово-развлекательные центры России

Таблица 11. PEST-анализ российского рынка развлечений для проведения семейного досуга