Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ.
РОССИЙСКИЙ РЫНОК РАЗВЛЕЧЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СЕМЕЙНОГО ДОСУГА.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА

Москва, сентябрь 2012

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА РАЗВЛЕЧЕНИЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Понятие семейного досуга и развлечений

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Влияющие и смежные рынки

Рынок образования

Рынок фитнес услуг

Рынок туризма

1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

2.1. 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

2.2. Сезонность на Рынке

2.3. Ценовая политика на Рынке

Кинотеатры и кинотеатральные комплексы

Театры, музеи, цирки

Заведения общественного питания семейного типа

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Парки отдыха и развлечений, аттракционы

Специализированные развлекательные комплексы

Торгово-развлекательные центры

2.4. Резюме по разделу

6. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

6.1. Объем рынка развлечений

6.2. Рынок кинопоказа

6.3. Рынок театров, музеев, цирков

6.4. Рынок предприятий общественного питания

6.5. Рынок аттракционов

6.6. Рынок специализированных развлекательных комплексов

Детские развлекательные центры

Боулинг-центры

6.7. Рынок торгово-развлекательной недвижимости

6.8. Резюме по разделу

7. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

7.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

7.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Рынок кинотеатров

Рынок театров, музеев, цирков

Рынок заведений общественного питания

Рынок парков и аттракционов

Рынок специализированных развлекательных центров

Рынок ТРЦ

7.3. Резюме по разделу

8. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

8.1. Описание потребителей на Рынке

8.2. Потребительские предпочтения на Рынке

8.3. Резюме по разделу

9. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

9.1. Основные тенденции Рынка

9.2. STEEPLE-анализ рынка

9.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка развлечений для проведения семейного досуга: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Дать характеристику сегментам рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать риски, связанные с рынком
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок развлечений для проведения семейного досуга (далее Рынок)

Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.

Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

- открытые статистические данные
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг
- отчеты зарубежных и отечественных исследовательских и консалтинговых компаний

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА РАЗВЛЕЧЕНИЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Показатели социально-экономического развития

Что касается Рынка семейного досуга, то он, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей и в первую очередь:

- Внутренний валовой продукт (ВВП)
- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Уровень занятости населения
- Рынок услуг

Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2011г. составил в текущих ценах … млрд.руб. Индекс физического объема ВВП относительно 2010г. составил *****%. Индекс-дефлятор ВВП за 2011г. по отношению к ценам 2010г. составил *****%.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2007-2011гг., в текущих ценах, млрд. руб.

……

Источник: ……..

1.2. Влияющие и смежные рынки

Рынок образования

По возрастным категориям обучающихся на рынке образования можно выделить следующие сегменты:

- рынок дошкольных учреждений
- рынок общеобразовательных школ и учреждений

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

- рынок средних специальных учебных заведений
- рынок высших учебных заведений
- рынок дополнительного образования

Диаграмма. Число дошкольных учебных учреждений в РФ, тыс.

……

Источник: ……..

Несмотря на сокращение числа дошкольных учреждений, количество учащихся в них детей год от года увеличивается на *-*%. Так в 2010г. в дошкольных образовательных учреждениях обучалось … млн.детей.

Рынок фитнес услуг

Диаграмма. Спрос на отдельные виды оздоровительных услуг, %

……

Источник: ……..

По словам президента «Ассоциации профессионалов фитнеса» Дмитрия Калашникова, фитнес-индустрия в России стабильно растет в среднем на **% в год, открываются новые клубы, приходят новые бренды. Только в Москве действует около … заведений, оказывающих фитнес-услуги, **% из которых приходятся на долю сетевых брендов.

Рынок туризма

В соответствии с рекомендациями «ВТО» в отношении отдельной страны выделяются следующие типы туризма:

- **Внутренний туризм**
- **Въездной туризм**
- **Выездной туризм**

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Диаграмма. Структура российского рынка туризма в 2011г. (по числу туристов), %

……

Источник: ……

Как видно из диаграммы, большинство Россиян предпочитают отдыхать на родине – на долю внутреннего туризма приходится **% Рынка (по числу отдыхающих). В зарубежные туры отправляются **% отдыхающих, соответственно на долю въездного туризма приходится *% Рынка.

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

2.1. Сегментация Рынка по видам услуг

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

……

2.2. Сезонность на Рынке

……

2.3. Ценовая политика на Рынке

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Кинотеатры и кинотеатральные комплексы

По данным «ФСГС РФ», в июле 2012г. цена одного билета в кинотеатр, в среднем по России, составила … руб. По сравнению с аналогичным периодом 2011г. стоимость билета увеличилась на *%. Наиболее дорогие билеты продаются в кинотеатрах Магаданской области, Ставропольского края, Камчатского края, Москвы, ХМАО и Санкт-Петербурга – … - … руб.

Диаграмма. Динамика средневзвешенной цены билета в кинотеатр в РФ июле 2005-2012г.г., руб.

……

Источник: …….

Самые доступные по цене билеты реализуются в Ненецком АО, Калмыкии и Курской области – около … руб. за билет

…….

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

3.1. Объем рынка развлечений

Согласно данным исследования международной аудиторской компании PriceWaterHouseCoopers, российский рынок развлечений и СМИ является одним из крупнейших в мире. Темпы роста индустрии в 2011 году составили **%, а прогнозируемый средний годовой рост в 2012-2016 годах – ****%.

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

……

Источник: …….

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Таким образом, к 2016г. отечественный рынок развлечений и СМИ должен достигнуть … млрд. долл., оставшись одним из самых динамичных в мире.

3.2. Рынок предприятий общественного питания

Всего на территории России насчитывается более … тысяч предприятий общественного питания. В докризисный период рынок общественного питания демонстрировал рост на уровне ***-***% в год, однако, с наступлением экономического кризиса рост сменился спадом. Так, по данным «ФСГС РФ», в кризисном 2009 г. оборот общественного питания сократился на *% и только в 2010г. рынок возобновил рост. По итогам 2011г. оборот рынка увеличился на **% и достиг отметки в … млрд.руб. В январе-июле 2012г. оборот общественного питания увеличился на **% до … млрд.руб.

Диаграмма. Динамика рынка общественного питания за 2006-2011г.г., млрд.руб.

……

Источник: ……

По прогнозам, российские и международные операторы рынка будут активно развиваться, используя франшизу и создавая совместные предприятия. Ожидается, что к концу 2015 г. емкость российского рынка общественного питания достигнет … млрд. долл. (без учета инфляции).

3.3. Рынок аттракционов

……..

3.4. Рынок специализированных развлекательных комплексов

……..

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

3.5. Рынок торгово-развлекательной недвижимости

…….

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Рынок развлечений в настоящее время четко сегментирован: есть компании, занимающие существенные доли в своих сегментах (у большинства не более *% сегмента рынка), при этом отсутствуют игроки, которые занимали бы больше *% рынка в целом. Например, самым крупным игроком в сегменте кинопоказа является компания «Синима Парк», на долю которой приходится около *% кинорынка по количеству кинозалов.

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Рынок кинотеатров

По итогам 2011г. на рынке произошли серьезные изменения, в частности, после объединения сетей «Синема парк» и «KinoStar», сеть «Синема парк» вышла в лидеры с долей около *%. На второе место опустилась сеть «Каро Фильм» - ***%. Среди других крупных сделок можно выделить:

- …….

Таблица. Сравнительные характеристики операторов сетей кинотеатров

Название сети	Год	Кол-во кино-театров	Кол-во кинозало в (доля)	Центральный офис	География	Планы по развитию
«Синема Парк»						
«Каро Фильм»						
«Киномакс»						
«Кронверк Синема»						
«Люксор»						
«Формула						

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Название сети	Год	Кол-во кино-театров	Кол-во кинозалов (доля)	Центральный офис	География	Планы по развитию
Кино»						
«Премьер Зал»						
«Монитор»						
«Синема Стар»						
Парадиз						

Источник: .....

Рынок парков и аттракционов

Большинство российских парков отдыха и развлечений (под открытым небом) расположены в южных курортных городах России. Вложения в такие проекты быстро окупаются за счёт более высоким показателям посещаемости, связанным с длительным теплым периодом года, а также ежегодным притоком туристов. В качестве примеров можно привести такие крупные парки, как парк:

- ……

Рынок специализированных развлекательных центров

Рассмотрим игроков рынка специализированных развлекательных центров по выделенным ранее сегментам:

- Игроки сегмента детских развлекательных центров;
- Игроки сегмента аквапарков;
- Игроки сегмента боулинг-центров.

Крупнейшими сетевыми специализированными детскими развлекательными центрами являются:

- ……

……..

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

В настоящий момент существует четыре крупных сетевых игрока:

- ……

Диаграмма. Крупнейшие сетевые боулинг-центры России, % (по числу дорожек)

…….

Источник: ……

Рынок ТРЦ

Таблица. Крупнейшие торгово-развлекательные центры России

Город	Название торгово-развлекательного центра	Площадь, кв. м

Источник: ……

Согласно данным GVA Sawyer, в 2012 г. в российских городах-миллионниках планируется к вводу … млн кв.м торговой недвижимости, из которых … комплекса – суперрегиональные:

- …….

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

5. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

5.1. Описание потребителей на Рынке

Потребителей исследуемого Рынка можно сегментировать следующим образом:

- **По основной группе потребителей развлечений**
- **По уровню дохода**
- **По частоте посещения объектов досуга и развлечений**

По результатам последней переписи населения РФ, численность населения в трудоспособном возрасте составила … млн. человек (**%), старше трудоспособного возраста – … млн. человек (**%). Количество детей (лиц нетрудоспособного возраста) в России составляло около … млн. человек или **% от численности всего населения.

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

…….

Источник: ……..

5.2. Потребительские предпочтения на Рынке

Кинотеатры

В мае 2012г. холдинг «Ромир» провел опрос на тему стиля посещения россиянами кинотеатров, в котором приняло участие … респондентов в возрасте от 18 до 50 лет и старше, проживающих в городах с населением от … тысяч и выше, из … федеральных округов.

Диаграмма. Частота посещения кинотеатров, %

……

Источник: …….

Четверть (**%) взрослых жителей российских городов ходят в кино не реже раза в месяц. Еще четверть (**%) – минимум раз в квартал. Каждый четвертый житель (**%) посещает кинотеатр хотя бы раз в год. Около **% - либо не ходят в кино вообще, либо ходят крайне редко.

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Рестораны/кафе

В апреле 2012г. исследовательский Холдинг Ромир провел опрос относительно посещаемости в сетевых ресторанах, кафе и ресторанах быстрого питания. В опросе приняли участие … респондентов в возрасте от 16 до 50 лет, проживающие в городах с населением от … тысяч, в … федеральных округах. Согласно результатам опроса, около **% респондентов посещают сетевые кафе и рестораны.

Диаграмма. Посещение сетевых ресторанов/кафе за последние полгода, %

……

Источник: ……

ТРЦ

Торгово-развлекательные центры стали одним из самых популярных мест проведения досуга россиянами. Значительная доля посетителей приходит в торгово-развлекательные центры с целью приобретения товаров и услуг – **%. Многие заходят в кафе и рестораны, кинотеатры а также посещают развлекательные зоны с боулингом, бильярдом и игровыми автоматами.

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

…….

Источник: ……..

Боулинг

Диаграмма 1. Структура посетителей боулинг-центров по роду занятий

……..

Источник: ……..

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

6. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

6.1. 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

- ……

Таким образом, можно выделить следующие общие для рынка **семейного досуга и развлечений тенденции:**

- ……

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

6.2. STEEPLE-анализ рынка

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

Факторы внешней среды	Влияние факторов
Политические	
Социальные	
Технологические	
Экономические	

Источник: …….

Таки образом, среди **факторов, благоприятствующих** развитию рынка можно отметить следующие:

- ……..

Среди **проблем**, с которыми сталкиваются игроки Рынка можно отметить:

- …….

6.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

Среди **барьеров** для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

…….

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

…….