

НЕВАФИЛЬМ RESEARCH
АО «Невафильм»
199397, Санкт-Петербург,
ул. Кораблестроителей 33/2 «Б»
т. (812) 449 7070, ф. 352 6969
<http://НЕВАФИЛЬМ.РФ>

МИНИ-ОТЧЕТ об исследовании киноаудитории «Югорского кинопроката», города Сургут и Ханты-Мансийск



*Ксения Леонтьева, ведущий аналитик,
Виктория Иванова, социолог,
Екатерина Кухарева, помощник аналитика*

Этот отчет подготовлен Невафильм Research™ в рамках соглашения о взаимодействии с АУ «Югорский кинопрокат» от 7 октября 2016 года. Содержащаяся в настоящем отчете информация была получена в ходе опроса киноаудитории кинотеатра «Галерея кино» в городе Сургут и Киновидеоцентра в городе Ханты-Мансийск.

Невафильм Research™ не гарантирует точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована читателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. Все мнения и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на момент публикации и могут быть изменены без предупреждения.

Невафильм Research™ не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не могут распространяться без письменного разрешения Невафильм Research™, либо тиражироваться любыми способами.

Январь 2017 г.
Санкт-Петербург

КОМПАНИЯ НЕВАФИЛЬМ

АО «Невафильм»
199397, Санкт-Петербург,
ул. Кораблестроителей 33 / 2 «Б»
т. (812) 449 7070, ф. 352 6969
<http://НЕВАФИЛЬМ.РФ>



**НЕВАФИЛЬМ
CINEMAS**

НЕВАФИЛЬМ CINEMAS™

- Решения для цифровых кинотеатров
- Поставка оборудования для кинотеатров
- Рабочее проектирование, монтаж, сервис



**НЕВАФИЛЬМ
STUDIOS**

НЕВАФИЛЬМ STUDIOS™

- Тонстудии в Санкт-Петербурге и Москве
- Дублирование на русский язык
- Сведение и кодирование фонограмм Dolby™



**НЕВАФИЛЬМ
DIGITAL**

НЕВАФИЛЬМ DIGITAL™

- Производство цифровых копий кинофильмов
- Мастеринг, пакетирование, тиражирование DCP
- Управление ключами воспроизведения фильмов



**НЕВАФИЛЬМ
EMOTION**

НЕВАФИЛЬМ EMOTION™

- Рок, джаз, классика, оперы в цифровых кинотеатрах
- Дистрибуция музыкальных и концертных программ
- Организация киноакций в цифровых кинотеатрах



**НЕВАФИЛЬМ
RESEARCH**

НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

- Аналитика кинорынка России
- Исследования конкурентной среды
- Разработка концепции кинотеатров

Оглавление

Методология исследования	4
Общая информация об исследовании	4
Характеристика данного отчета	4
Результаты исследования	5
Выбор кинотеатра.....	5
В ожидании сеанса	13
Зрительный зал	19
Зрительский портрет.....	27
Оценка работы кинотеатра.....	36
Рекламные каналы.....	38

Методология исследования

Общая информация об исследовании

Данный мини-отчет является частью III всероссийского опроса киноаудитории, который проведен компанией «Невафильм» в сотрудничестве с 50 кинотеатрами, расположенными в 45 городах с различной численностью населения и в разных федеральных округах.

В качестве инструментария исследования использовался профессиональный сайт для проведения социологических опросов «SurveyMonkey», где была запрограммирована анкета. Рекламиранием опроса занимались кинотеатры-участники. Кроме того, сотрудники кинотеатров проводили контактный опрос своих кинозрителей и заносили его результаты на отдельную страницу с онлайн-анкетой.

Исследование проводилось в период с октября по декабрь 2016 года; сбор эмпирических данных шел с 10 октября по 6 декабря. Всего было собрано 6,6 тыс. анкет, распределенных следующим образом:

Регионы / Число жителей в городе	более 1 млн чел.	500-1000 тыс. чел.	250-500 тыс. чел.	100-250 тыс. чел.	менее 100 тыс. чел.	ВСЕГО
Московский регион	429	0	0	0	0	429
Санкт-Петербург	412	0	0	0	0	412
Дальневосточный ФО	0	0	117	0	0	117
Приволжский ФО	436	147	189	218	340	1 330
Северо-Западный ФО (без учета СПб)	0	0	121	0	397	518
Северо-Кавказский ФО	0	0	404	0	15	419
Сибирский ФО	206	84	253	42	0	585
Уральский ФО	77	376	117	0	200	770
Центральный ФО (без учета МР)	0	0	474	226	385	1 085
Южный ФО	138	330	139	260	110	978
ВСЕГО	1 698	938	1 814	746	1 447	6 643

Целью настоящего исследования было сформировать расширенный портрет современного российского кинозрителя, включая определение следующих параметров:

- паттерны кинопотребления в кинотеатрах и дома,
- удовлетворенность услугами кинопоказа,
- отношение к репертуарной политике,
- отношение к ценовой политике и паттерны покупки билетов,
- отношение к рекламе в кинотеатрах,
- использование услуг киноконцешн,
- использование услуг конкурентов (кинотеатров и домашних способов просмотра фильмов),
- возможные рекламные каналы на основе СМИ, которые зрители используют для развлечения и получения информации.

Характеристика данного отчета

В данном отчете представлены результаты исследования зрителей кинотеатров «Галерея кино» города Сургут и киноvideоцентра Ханты-Мансийска. Опрос проходил здесь в период с 10 октября по 10 ноября

2016 года. В Сургуте было собрано всего 117 анкет (в том числе 84 контактных и 33 онлайн), в Ханты-Мансийске – 192 (30 контактных и 162 онлайн).

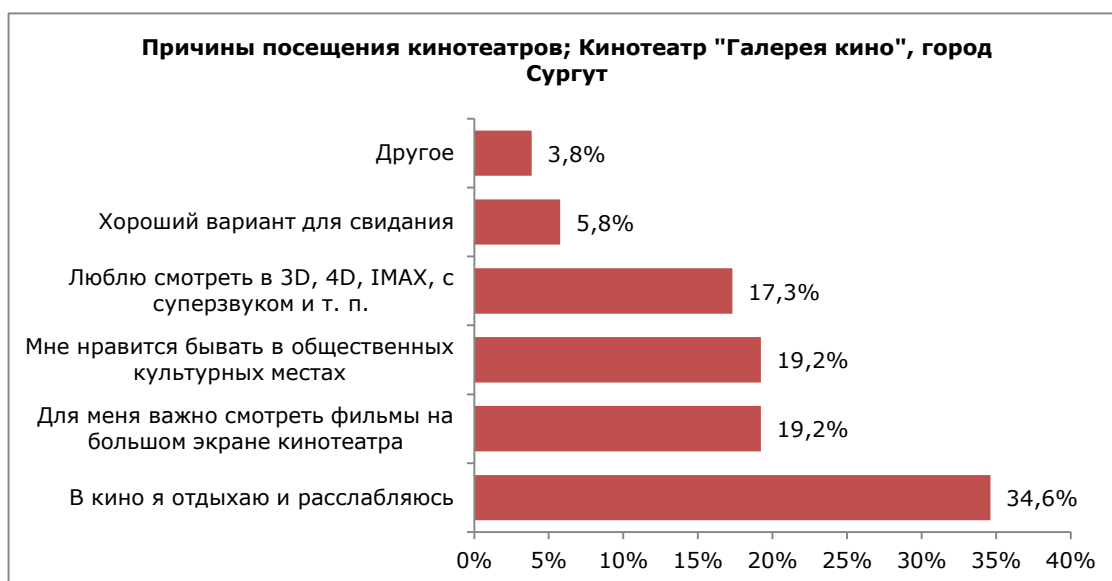
Для иллюстрации результатов опроса, мы предлагаем совершить виртуальный поход в кино с вашими зрителями, которые приняли участие в данном опросе. Все вопросы собраны в логические группы:

- первая часть отчета посвящена теме мотивации зрителя на поход в кино, факторы, влияющие на выбор кинотеатра и конкретного фильма для просмотра;
- далее мы узнаем, как зрители покупают билеты, где они ожидают своего сеанса и что покупают в кинобаре, чтобы взять с собой в зрительный зал;
- после этого, мы проследуем в зал и узнаем, как зрители относятся к рекламе, каковы их ожидания и требования к качеству просмотра и состоянию зала. Также мы разберемся, какие фильмы и программы приходят смотреть в кино, а что предпочитают смотреть дома;
- затем будет представлен так называемый «портрет зрителя», из которого можно будет увидеть, кто приходит в ваши кинотеатры;
- в конце мы узнаем пожелания зрителей и их оценку работы ваших кинотеатров.

Результаты исследования

Выбор кинотеатра

Итак, первое, с чего начинается поход в кино – это мотивация. Мы задали зрителям вопрос, зачем они ходят в кино, ответы распределились следующим образом¹:



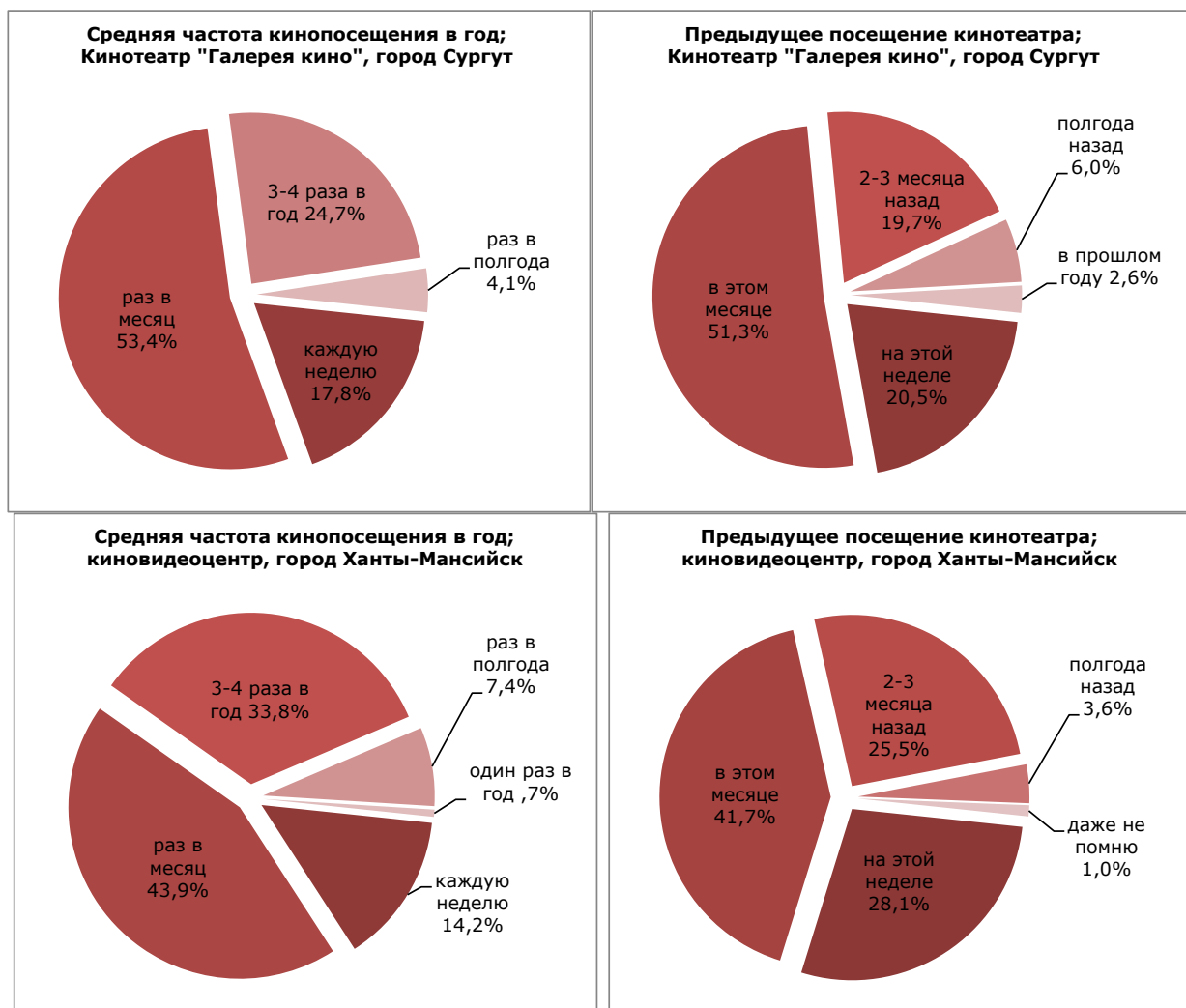
¹ «Люблю смотреть новинки; долго ждать качественную копию в Интернете/на DVD,Blu-ray» – наиболее частотный вариант «другого».



Таким образом, зритель Сургута приходит в кино отдохнуть (35% ответов), посмотреть кино на большом экране и побывать в общественных культурных местах (19%) или насладиться эффектами современных технологий (3D, 4D, IMAX – 17%). При этом посещение кинотеатра в качестве варианта для свидания рассматривают лишь 6% зрителей.

В свою очередь, жители Ханты-Мансийска также чаще всего выбирают просмотр кино на большом экране в качестве способа отдохнуть и расслабиться от трудовых будней (38%), большому числу зрителей важно смотреть фильмы на большом экране (21%), а также в высоком качестве с применением современных разработок (3D, 4D, IMAX – 18%). Так же, как и жители Сургута, хантымансийцы крайне редко устраивают романтические встречи в кинотеатре (5%).

Теперь узнаем, насколько активными кинозрителями являются наши респонденты. 53% жителей Сургута и 44% хантымансийцев утверждают, что ходят в кино по крайней мере раз в месяц, а каждую неделю – 18% и 14% соответственно. При этом в ответ на вопрос о предыдущем посещении кинотеатра респонденты отвечают иначе: 51% сургутян и 42% хантымансийцев были в кино в текущем месяце, 21% и 28% соответственно – на текущей неделе. Таким образом, можно говорить о достаточно высокой активности кинозрителей исследуемых городов.



Что касается выбора кинотеатра², то тут зрители Сургута и Ханты-Мансийска руководствуются, прежде всего, удобством расписания сеансов (34% и 39% ответов соответственно). Жители Сургута уделяют внимание расположению кинотеатра (21%) и подходящей ценовой политике (20%). Хантымансийцы же в большей степени ориентируются на цену билета (23%) и ставят сервис на третье место (15%).

² «По репертуару» – наиболее частотный вариант «другого».



Отметим, что уровень конкуренции в Сургуте гораздо выше: плотность экранов на 100 тыс. жителей составляет 7,9 (против 3,1 в Ханты-Мансийске), но имеет место, прежде всего, географическая и ценовая конкуренция, а не основанная на качестве обслуживания. При этом голоса респондентов относительно посещения всех действующих кинотеатров города распределились примерно поровну.

Кинотеатры-конкуренты; кинотеатр "Галерея кино", город Сургут

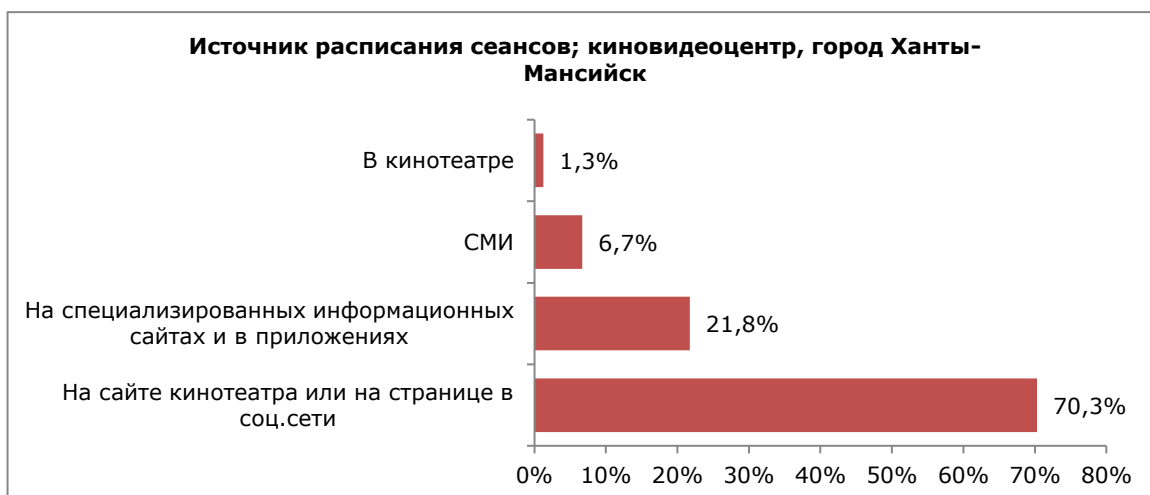
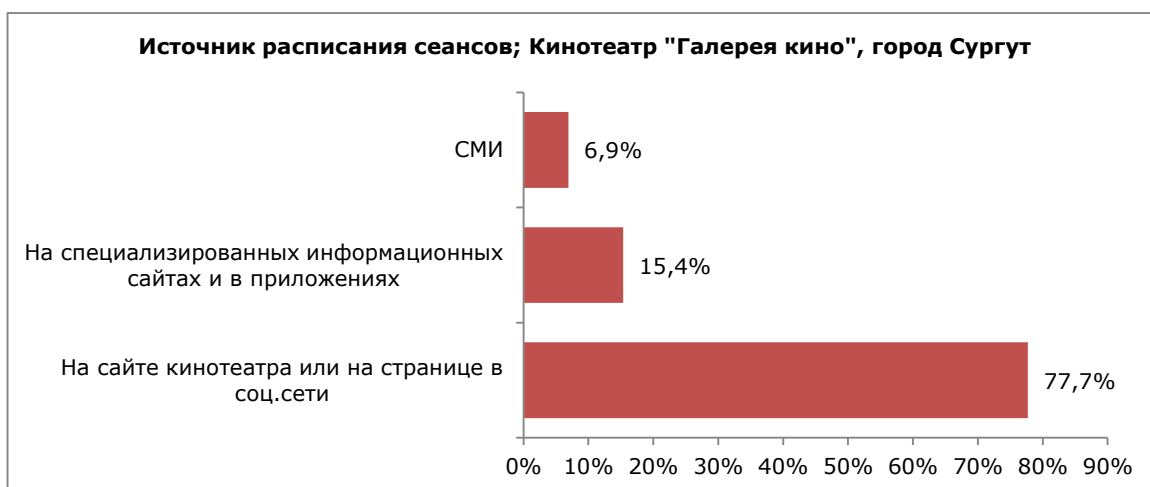
Название кинотеатра	Кол-во ответов	Доля респондентов
Синема Парк Сургут Сити Молл	32	27,4%
Каро 8 Аура	29	24,8%
Мир	29	24,8%
Киноцентр Галактика	28	23,9%
Вершина	25	21,4%

В Ханты-Мансийске же основным конкурентом киноvideоцентра является «Лангал», при этом жители города ходят в кино и в других регионах (от Нефтеюганска до Йошкар-Олы).

Кинотеатры-конкуренты; киноvideоцентр, город Ханты-Мансийск

Название кинотеатра	Кол-во ответов	Доля респондентов
Лангал (Ханты-Мансийск)	132	68,8%
Юган (Нефтеюганск)	2	1,0%
Синема де люкс (Нягань)	2	1,0%
Россия (Йошкар-Ола)	1	0,5%
Вавилон (Омск)	1	0,5%
Каро 8 Аура (Сургут)	1	0,5%
Синема Парк Сургут Сити Молл (Сургут)	1	0,5%
Синема парк - Гудвин (Тюмень)	1	0,5%
Планета (Нягань)	1	0,5%

Кстати, расписание сеансов в подавляющем большинстве зрители двух рассматриваемых городов предпочитают узнавать на сайте самого кинотеатра (78% ответов в Сургуте и 70% в Ханты-Мансийске):



Там же, на сайте кинотеатра, зрители Ханты-Мансийска берут информацию о текущих фильмах (20% ответов), в то время как сургутяне предпочитают пользоваться сайтами о кино и социальными сетями (17%). Интересно заметить, что зрители Ханты-Мансийска отметили рекламные трейлеры перед сеансом на втором месте (14,5%). Из источников за пределами кинотеатра наиболее популярны у сургутян афиши в городе (6%), в Ханты-Мансийске за пределами кинотеатра лидируют СМИ (10%) и афиши в городе (8%).

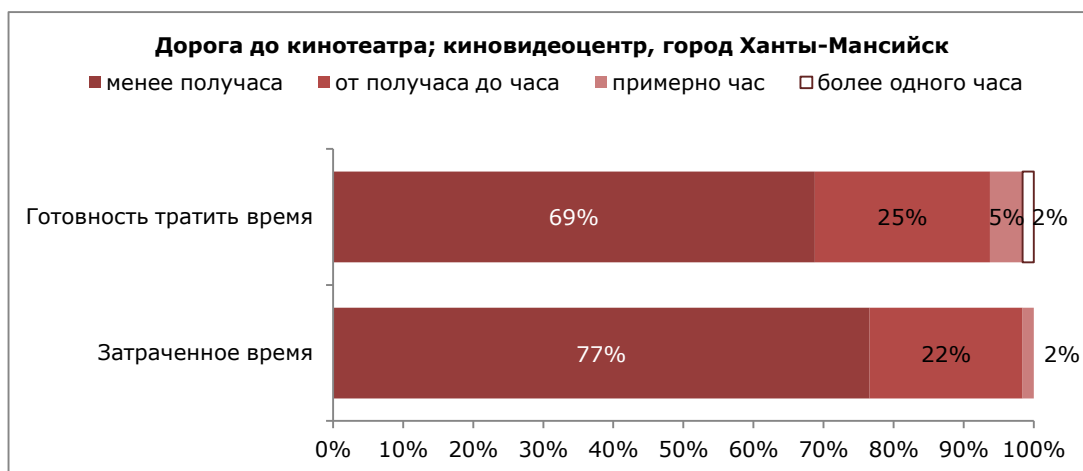
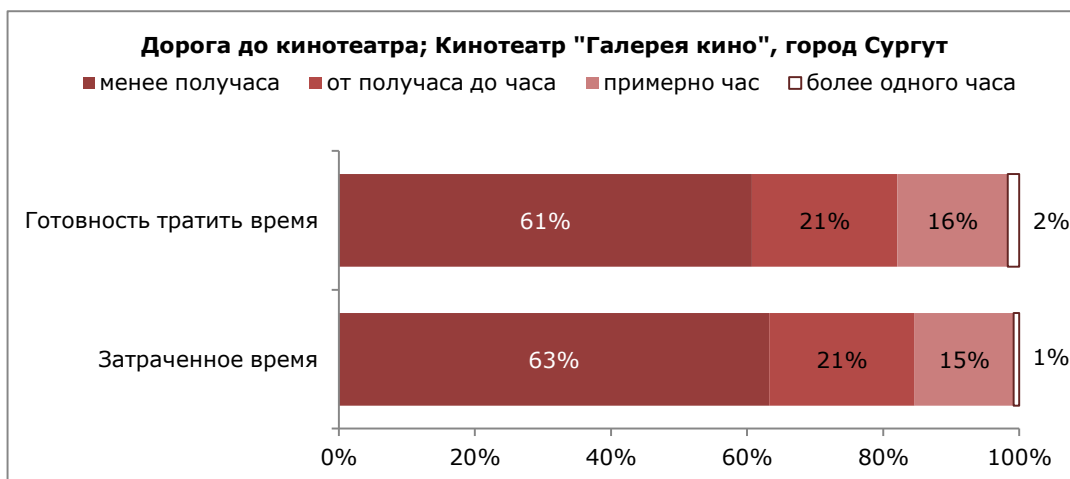


33% зрителей Сургута и 22% опрошенных хантымансийцев не считаются ни с чьими мнениями при выборе фильма, который собираются посмотреть.

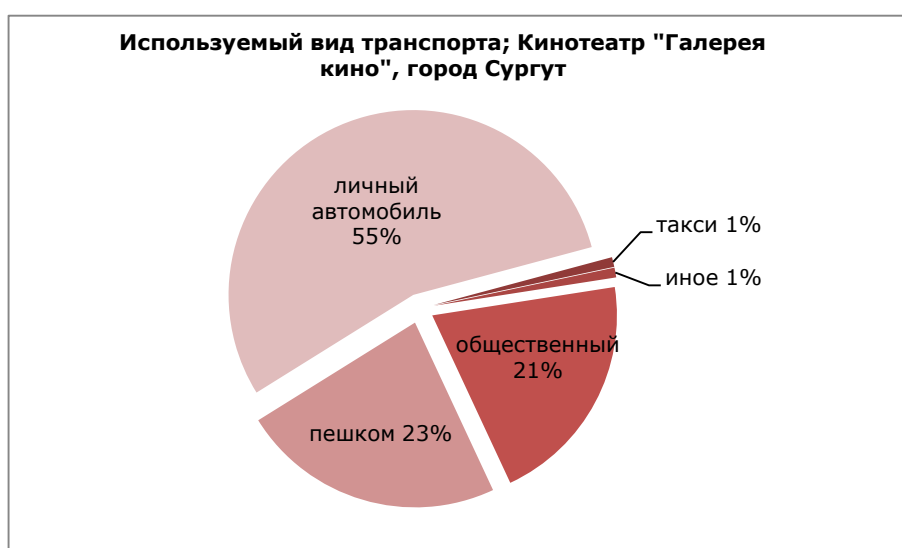
Среди остальных больше всего ориентирующихся на мнения друзей (27% ответов в Сургуте и 32% в Ханты-Мансийске) и на рейтинги на киносайтах (23% и 30% соответственно).



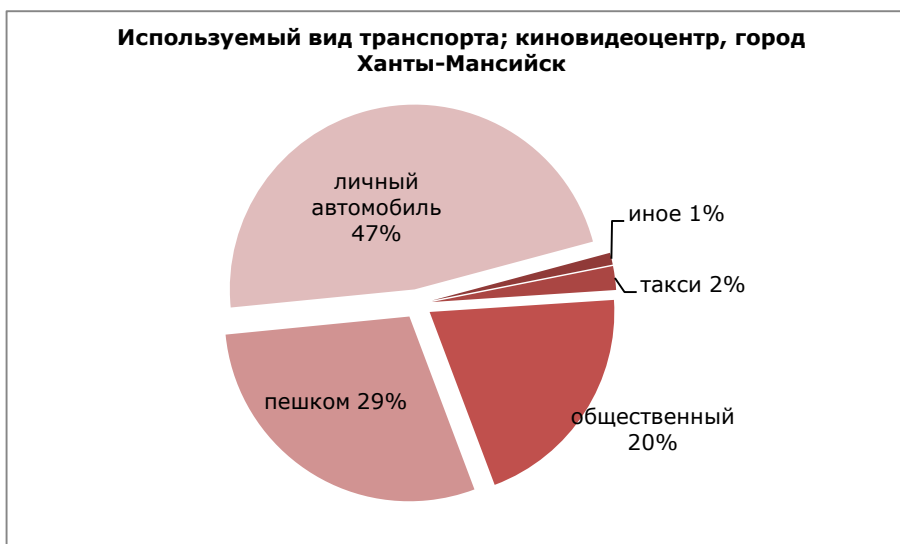
Теперь, когда с кинотеатром и фильмом зрители определились, им необходимо добраться до места событий. Дорога до кинотеатра для практически двух третей зрителей Сургута и Ханты-Мансийска (63% и 77% соответственно) занимает менее получаса. 21% сургутян и 22% зрителей Ханты-Мансийска добираются больше получаса, а 15% зрителей Сургута – час и более, в то время как такое количество времени затрачивают на дорогу всего лишь 2% хантымансийцев. При этом количество ответов о затраченном времени практически совпадает с готовностью тратить на дорогу указанное время, в обоих городах.



Сегодня около половины зрителей Сургута и Ханты-Мансийска добираются до кинотеатра на личном автомобиле. На втором месте пеший ход; немного от него отстает общественный транспорт в обоих городах.³



³ «Такси» - наиболее частотный вариант «другого».



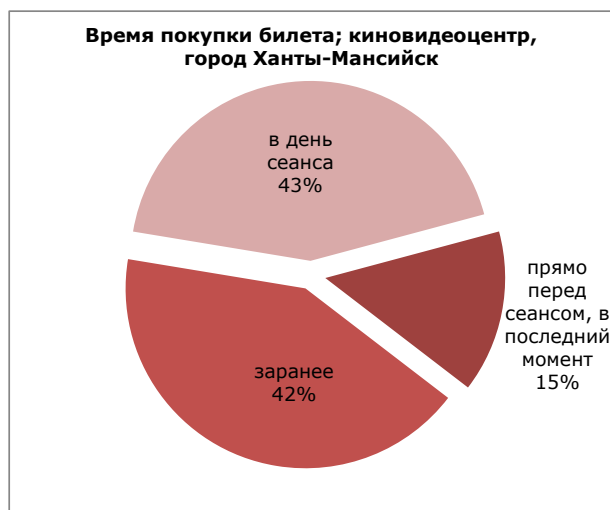
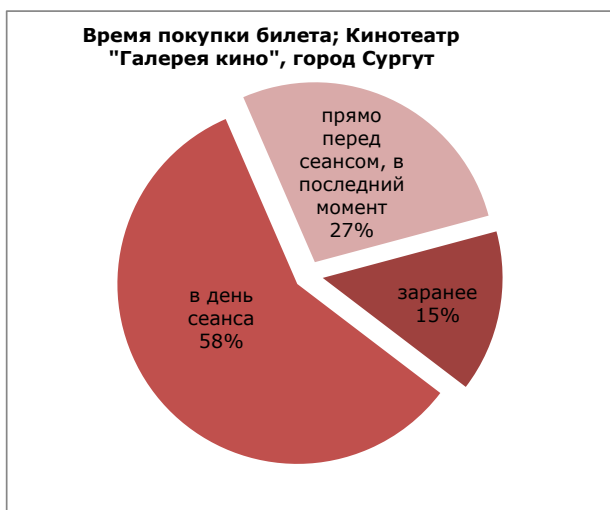
Теперь зрителям остается только определиться с компанией для посещения кинотеатра. Как показал опрос, сегодня поход в кино носит преимущественно характер дружеских встреч: 32% сургутян и 34% хантымансийцев выбирают приятелей в качестве компании для просмотра фильмов на широком экране. В то же время в Сургуте довольно большая доля зрителей посещает кинотеатр «Галерея кино» семьей (21% с супругом и 17% с детьми) или в одиночестве (13%), а в Ханты-Мансийске доминируют посещения с молодым человеком/девушкой (27%) и практически не развит одиночный просмотр.



В ожидании сеанса

Итак, наши зрители в кинотеатре, покупают билеты: лишь 15% сургутян заботятся об этом заранее; 27% приобретают билеты в последний момент прямо перед сеансом, а больше половины – в день, когда идут в кино.

В свою очередь, зрители кинотеатра Ханты-Мансийска в равной степени приобретают билеты как в день сеанса (43%), так и заранее (42%). В последний момент прямо перед сеансами о билетах заботятся только 15%.



Большинство сургутян (57%) и хантымансийцев (63%) обращаются за кинобилетом непосредственно в кассу кинотеатра. Онлайн-покупка на сайте кинотеатра достаточно популярна – 16% и 23% соответственно, еще в 4% («Галерея кино») и 3% (Киновидеоцентр Ханты-Мансийска) случаев зрители покупают онлайн на сторонних ресурсах⁴. При этом довольно высокий процент ответов пришелся на такую уходящую в прошлое форму покупки билета как телефонное бронирование (11% и 9% соответственно).



⁴ Напомним, что в 2014 году, по оценкам Невафильм Research и данным систем онлайн-продаж «Рамблер-касса» и «Киноход», в Сети покупалось 6,5% кинобилетов в стране. Данные по 2015 году озвучены не были, а ноябре 2016-го «Рамблер-касса» оценила онлайн-продажи в ключевых сетях на уровне 18% (см. интервью Алексея Васянина от 29.11.2016 на сайте [Синемаплекс](http://sinemaplex.ru)).



Популярность всех предлагаемых программ лояльности посетителями «Галереи кино» примерно одинакова: 30% ответов пришлось на скидочные карты, 24% на временные акции и 18% на накопительные баллы. В то время как 32% опрошенных (26% ответов) утверждают, что акций в посещаемых ими кинотеатрах нет.



Что касается кинотеатра в Ханты-Мансийске, большинство ответов (39%) пришлось на временные акции, 24% – на скидочные карты и лишь 4% – на накопительные баллы. Однако, 36% зрителей (33% ответов) не пользуются программами лояльности ввиду их отсутствия.

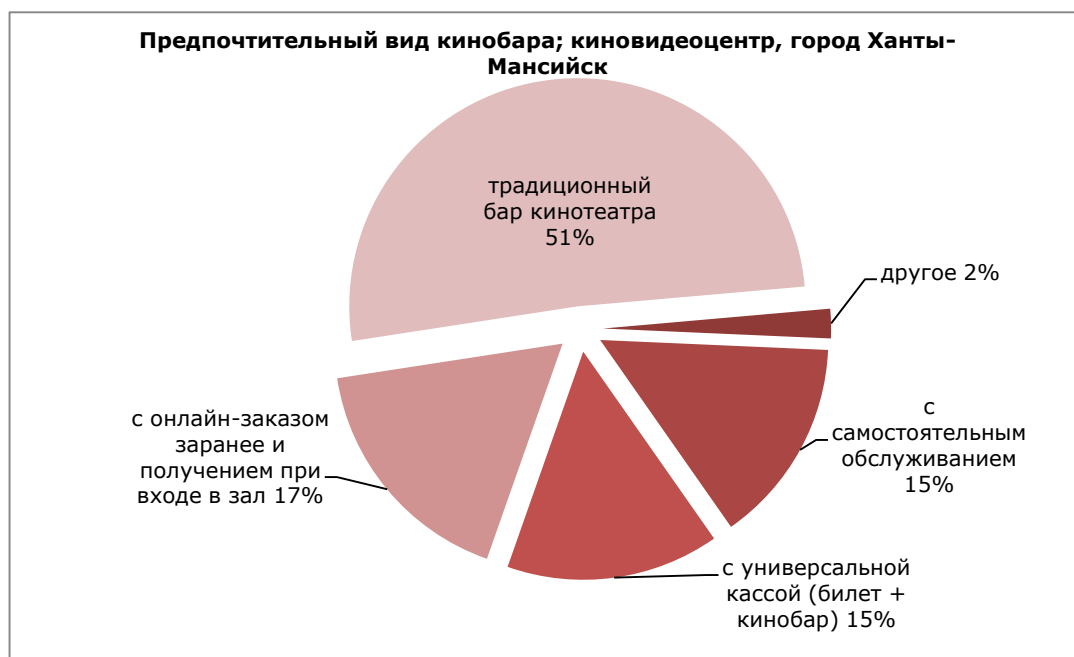
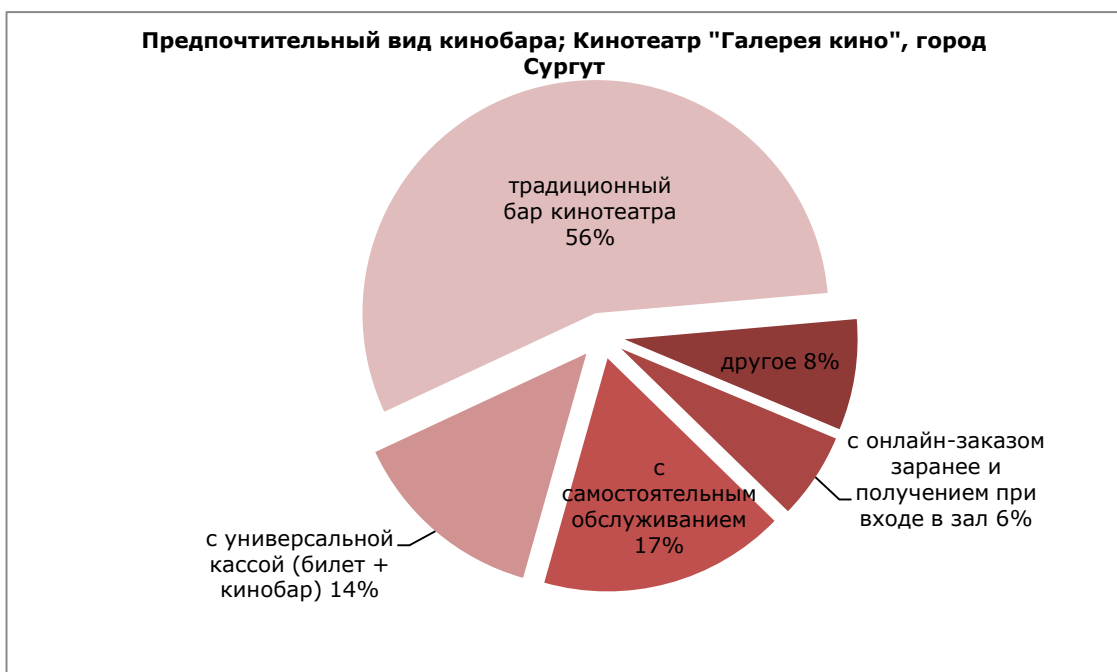


Купив билеты, зрители ожидают своего сеанса: в случае «Галереи кино» чаще всего в зоне отдыха кинотеатра (45%), в кинобаре (21%) или около зала (15%). Лишь 3% признались, что обычно опаздывают к началу сеанса.

Хантымансийцы в большинстве случаев ожидают сеанса около зала (40%), а также в зоне отдыха кинотеатра (31%). Лишь малая часть опрошенных (1%) приходит к началу сеанса или опаздывает, а 6% утверждают, что ждать показ фильма просто негде.



Более половины зрителей «Галереи кино» и киноvideоцентра консервативно настроены относительно кинобара: по их мнению, он должен быть традиционным, отдельным от кинокасс. В то же время 14% сургутян и 15% хантымансийцев готовы к универсальной кассе, в которой можно сразу купить и билет, и попкорн с напитком. Еще по 17% и 15% респондентов соответственно положительно относятся к самообслуживанию в баре. Мнения зрителей исследуемых городов кардинально разошлись насчет онлайн-заказа попкорна и напитков заранее: такой вид кинобара предпочитают лишь 6% сургутян, но 17% хантымансийцев.

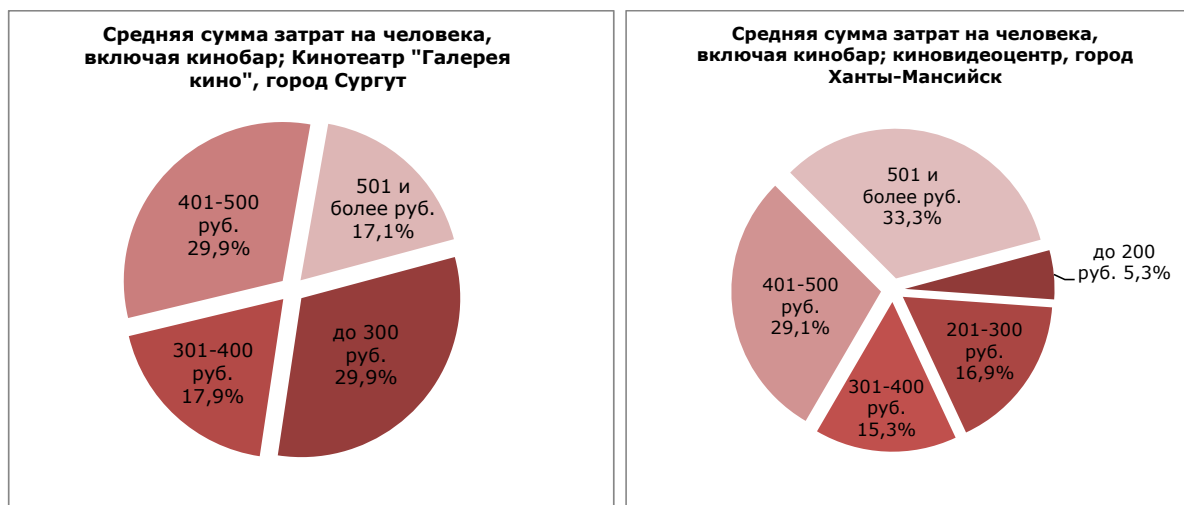


Теперь самое время узнать, что же чаще всего покупают зрители в кинобаре, чтобы взять с собой в зал на просмотр фильма. 19% респондентов «Галереи кино» Сургута и 20% Киновидеоцентра Ханты-Мансийска ничего не покупают перед посещением кинозала. Среди продуктов-лидеров холодные напитки (27% ответов в «Галерее кино» и 30% в Киновидеоцентре) и сладкий попкорн (21% и 27% соответственно); соленый попкорн сильно отстает от лидеров (11-13% ответов).



В среднем на одного человека, включая кинобилет и покупки в баре, посетители «Галереи кино» тратят 488,6 руб., при этом одинаковое число респондентов укладывается в сумму до 300 руб. и от 401 до 500 руб. (30%).

Посетители Киновидеоцентра в Ханты-Мансийске расходуют в среднем на человека 508,9 руб., при этом 29% респондентов укладываются в сумму от 401 до 500 руб. и 33% тратят больше.



Зрительный зал

Итак, билеты и попкорн куплены, самое время пройти в зрительный зал: для посетителей «Галереи кино» важными характеристиками кинозала являются удобные кресла, качественный звук, чистота и большой экран (16-11% ответов о приоритетах в зале). При этом мнения зрителей Сургута и Ханты-Мансийска совпадают (14%-10% ответов о приоритетах в зале для Киновидеоцентра).





При этом тех, кто не может определить качество кинопоказа оказалось немного: лишь 11% сургутян (5% ответов) и 3% хантымансийцев (1% ответов) не разбираются в этом вопросе.



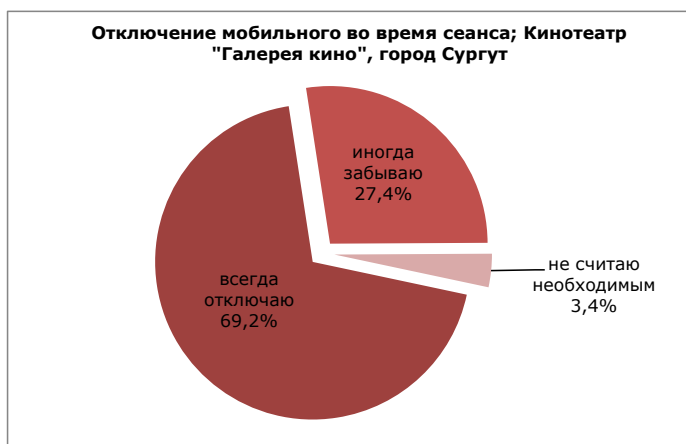


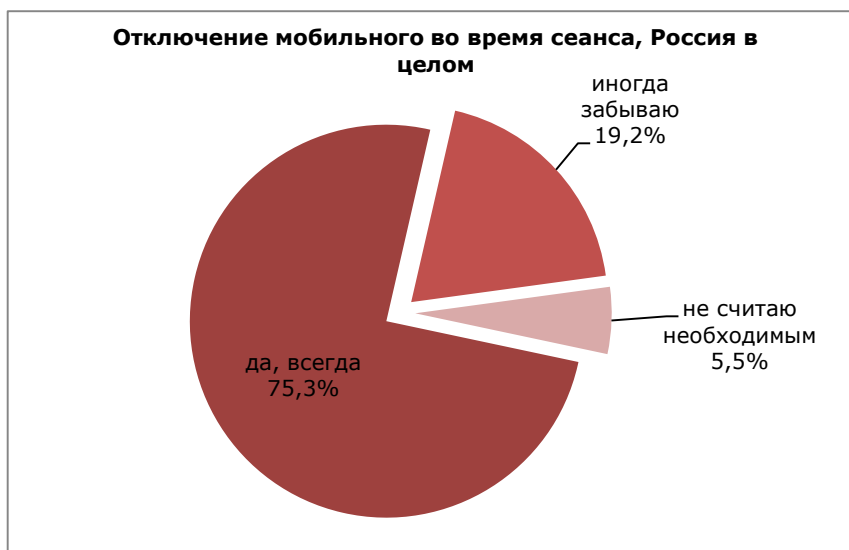
Зрители расселись в зале, начался рекламный блок: узнаем, кто и как к нему относится. Подавляющее большинство респондентов хорошо воспринимает анонсы фильмов, которые скоро выйдут в прокат, но при этом устали от коммерческой рекламы (54% - «Галерея кино» и 66% - Киновидеоцентр), хотя 13% сургутян и 20% хантымансийцев отметили, что рекламные ролики бывают все же интересными. Последние в целом более позитивно относятся к любой рекламе.



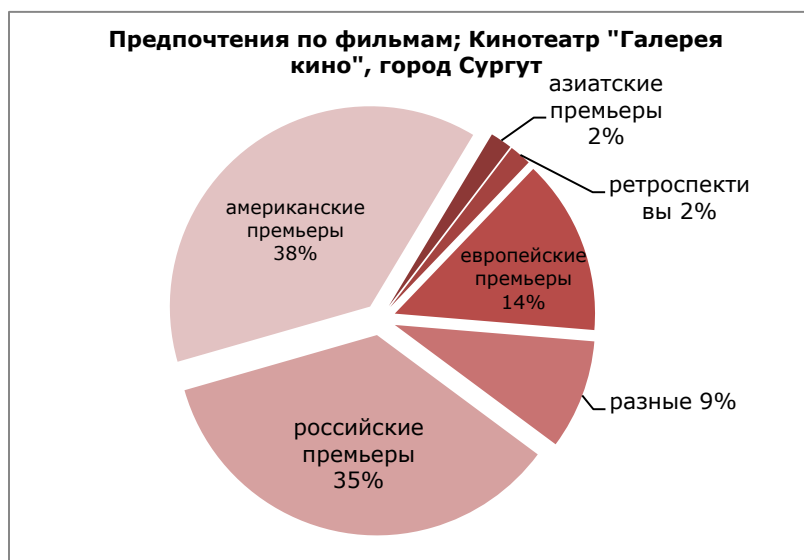


Мы не могли не задать вопрос, отключают ли зрители свои мобильные телефоны перед просмотром, чтобы не мешать окружающим: подавляющее большинство посетителей «Галереи кино» (69%) и Киновидеоцентра (86%) отметили, что всегда их отключают, а 3% зрителей в исследуемых городах не считает это необходимым. В этом смысле жители Ханты-Мансийска проявляют большую зрительскую культуру, чем жители страны в целом (см. результаты ответа на этот вопрос по стране в целом).

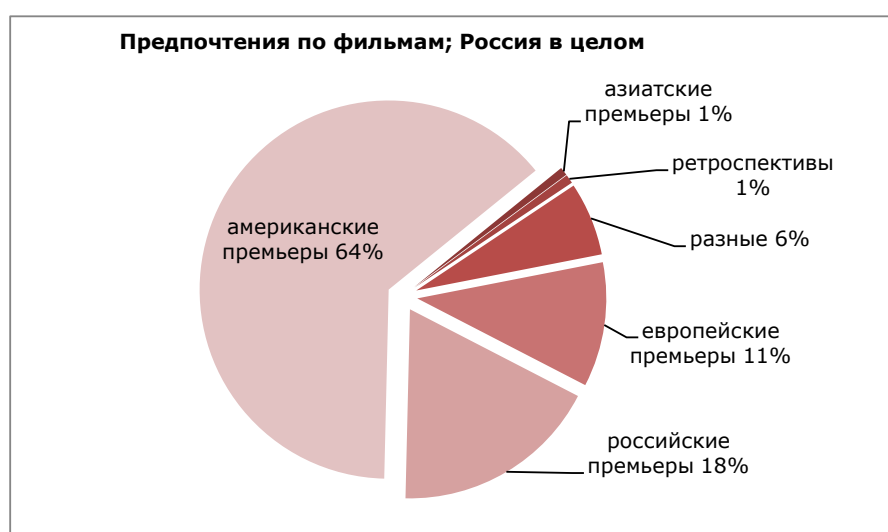
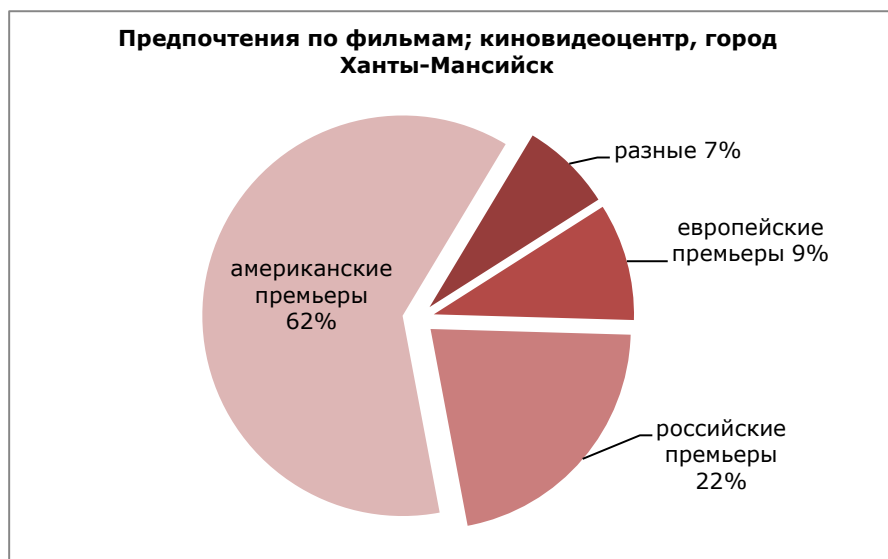




Когда рекламный блок закончился и мобильные телефоны отключены, начинается фильм. Кстати, а на что в основном ходят зрители в кино? Надо отметить разницу в ответе на этот вопрос зрителями из Сургута и Ханты-Мансийска: первые в равной мере предпочитают американские и российские премьеры (более 35%), тогда как во втором городе американские премьеры лидируют с большим отрывом (62% против 22%). Тем не менее, в обоих городах приверженность к отечественным картинам выше, чем по России в целом (18%). Интересы сургутян при этом более замысловаты: они больше любят европейские и азиатские картины, ретроспективы.⁵



⁵ «Разные» – наиболее частотный вариант «другого».



Что касается жанровых предпочтений, то для просмотра в кино, зрители выбирают комедии; при этом посетители «Галереи кино» нетипично высоко ценят драмы в качестве жанра для кинотеатра (16%). Отметим, что в анкете не было отдельно варианта ответа «ужасы» и мы выделили его уже после обработки варианта «другое» – отсюда только небольшой процент ответов, которые набрал этот жанр. Впрочем, данная характеристика фильмов в современном мире довольно условна, а потому относиться к ней нужно с определенной долей скепсиса: во-первых, кинокартин чистых жанров сейчас практически не производят, а во-вторых, зрители всегда предпочитают комедии, но при этом с большим энтузиазмом покупают билеты на драмы (так, «Экипаж» стал самым популярным отечественным фильмом 2016 года, «28 панфиловцев» занял 5-е место; прежде в топы попадали такие картины как «Батальонъ», «Битва за Севастополь», «Сталинград», «Духless» и др.).



Тем не менее, можно сравнить жанры фильмов, которые зрители выбирают в кинотеатре, с теми, которые они смотрят дома. Здесь интересы зрителей Сургута мало отличаются от кинотеатральных. Зато среди хантымансийцев заметен большой интерес к драмам (14% ответов дома против 9% в кино и детективов – 10% против 5%).



Помимо игровых фильмов зрители сегодня имеют возможность смотреть в кино так называемый альтернативный контент. Посетители «Галереи кино» чаще всего бывали на показах документальных фильмов (54% респондентов), короткометражных фильмов/альманахов (53%) и научно-популярного кино (27%). Аналогичная картина и в Ханты-Мансийске: 53%, 31% и 26% соответственно. Дефицитными можно считать в Сургуте рок-концерты и научно-популярные фильмы; в Ханты-Мансийске – те же рок-концерты, спортивные трансляции и оперу или балет.⁶

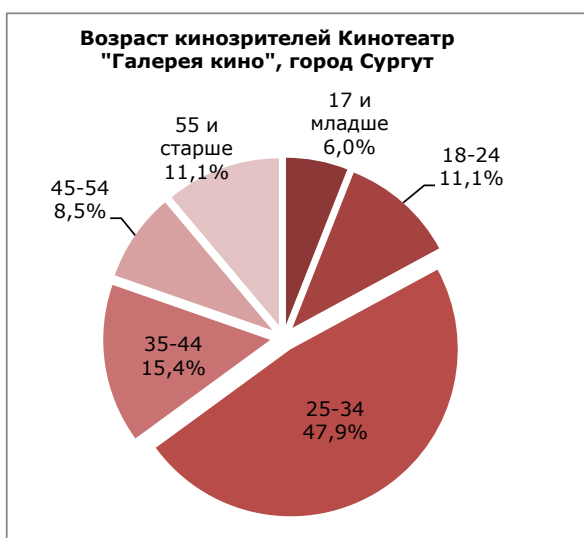
⁶ «Драматические постановки» и «шоу» – наиболее частотные варианты «другого».



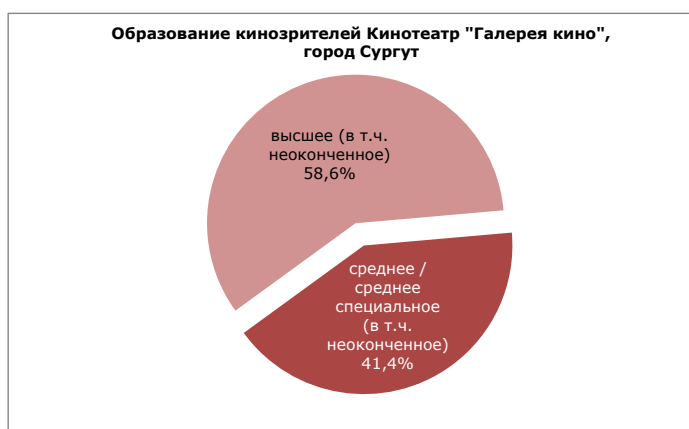
Зрительский портрет

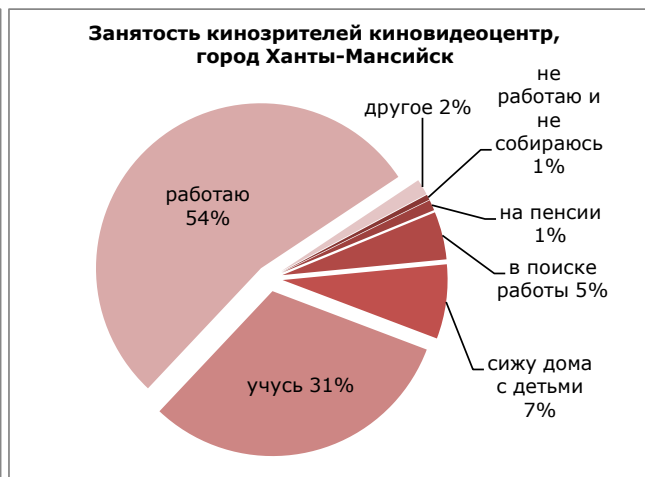
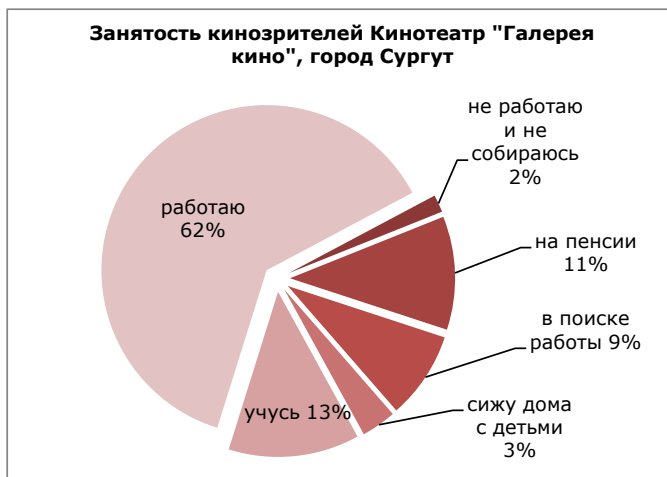
А пока зрители смотрят кино, мы проанализируем, кто же сидит в зале. Прежде всего, необходимо отметить, что доминирующее число зрителей – это женщины (60% в Сургуте и 73% в Ханты-Мансийске). Их средний возраст составляет 34,7 лет для Сургута и 28,3 для Ханты-Мансийска; доминирующая возрастная группа – 25-34 года (48% - Сургут и 34% - Ханты-Мансийск). Зрители кинотеатра в Сургуте более

зрелые, поэтому они ходят в кино чаще семьями (см. ответ на вопрос «С кем вы ходите в кино»).

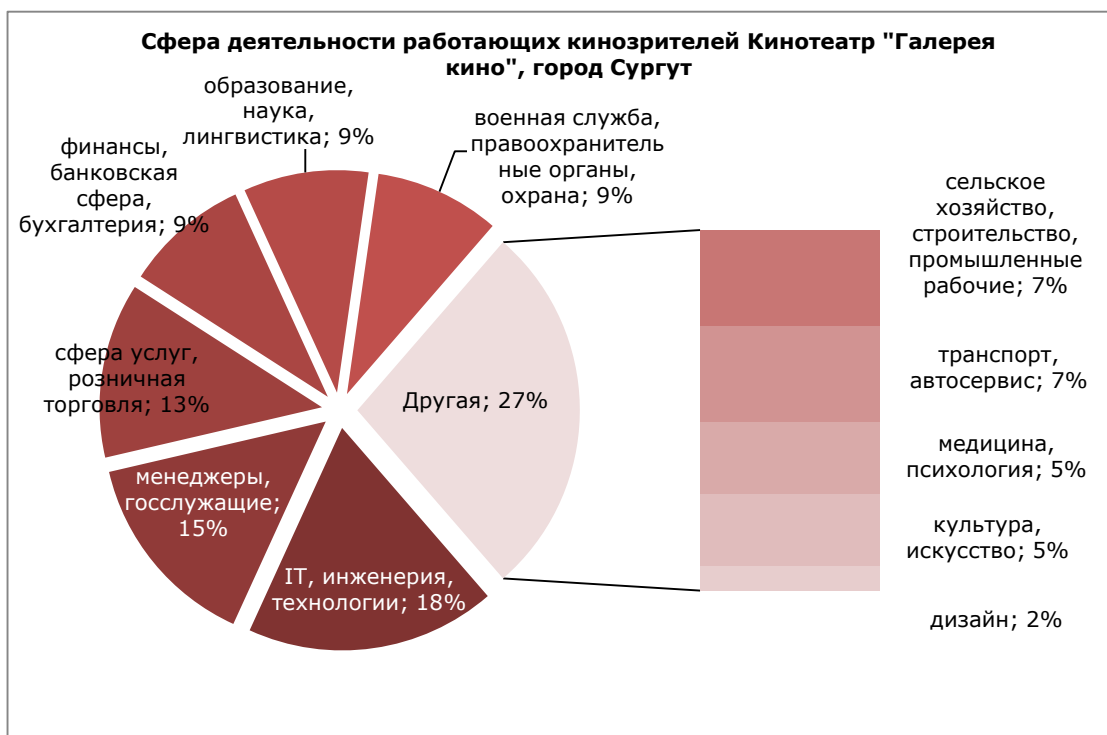


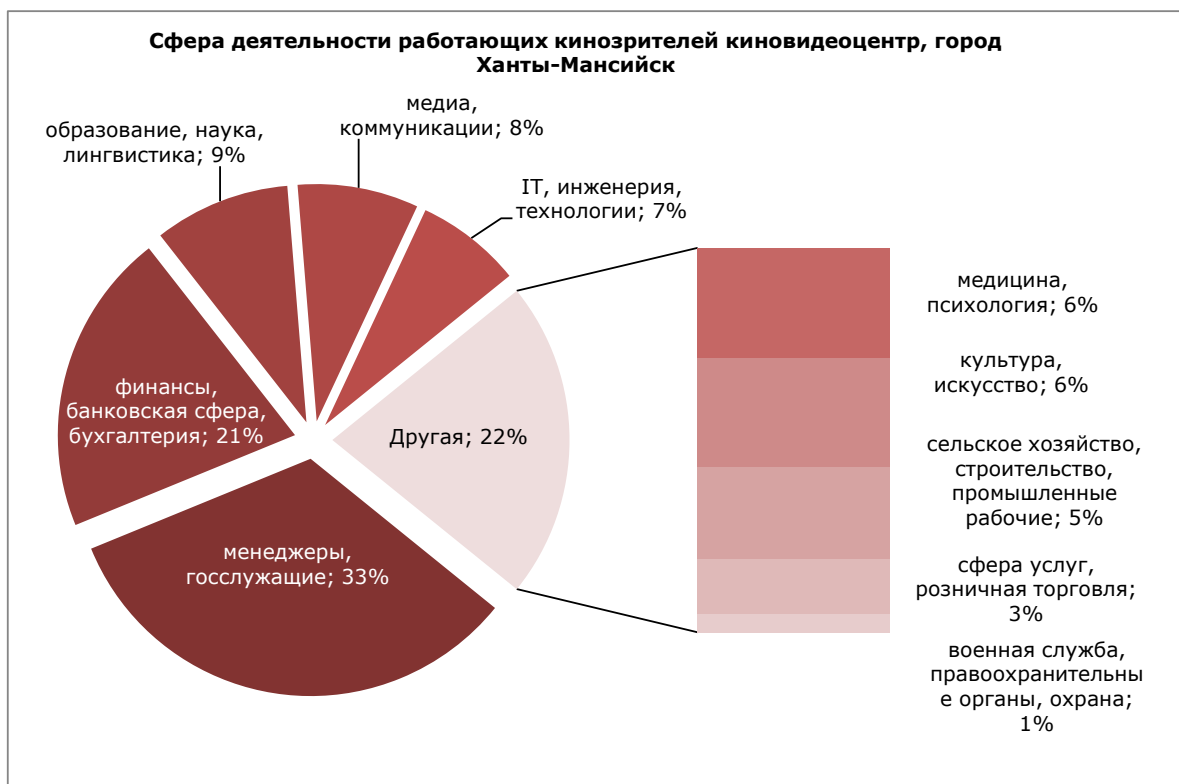
Основной зрительский контингент уже имеет высшее образование (или его получает: 59% - Сургут и 71% - Ханты-Мансийск) и работает (62% - Сургут и 54% - Ханты-Мансийск); 13% сургутян учатся и 11% находятся на пенсии, в то время как в Ханты-Мансийске 31% учатся и 7% находятся в отпуске по уходу за детьми.





Что же касается сферы деятельности работающих зрителей, то в Сургуте большую часть составляют высококвалифицированные технические работники (18%), близко к ним идут менеджеры и госслужащие (15%), а также представители сферы услуг и розницы (13%). В Ханты-Мансийске же львиная доля приходится на так называемые белые воротнички: менеджеры (33%), финансисты (21%) и представители сферы образования (9%) и медиа (8%).





Теперь узнаем, как зрители предпочитают проводить свое свободное время. Традиционно посетители кинотеатров ставят на первое место именно этот способ проведения досуга (19% в Сургуте и 21% в Ханты-Мансийске). Отдых дома с семьей также обычно занимает лидирующие позиции (15% и 16% соответственно). Времяпрепровождение на природе находится на третьем месте (14% и 15% соответственно). Отметим, что интерес к общественным культурным мероприятиям среди кинозрителей в Сургуте и Ханты-Мансийске достаточно высокий: выставки изобразительного искусства, драматические спектакли, опера/балет, концерты академической музыки и литературные чтения собрали по России в целом 15% ответов, тогда как в Сургуте 22%, а в Ханты-Мансийске – 17%.



Что касается просмотра кино вне кинотеатра, то чаще всего для этого используют телевизор или компьютер, причем в Ханты-Мансийске телевизор менее популярен, поскольку средний возраст респондентов здесь меньше.

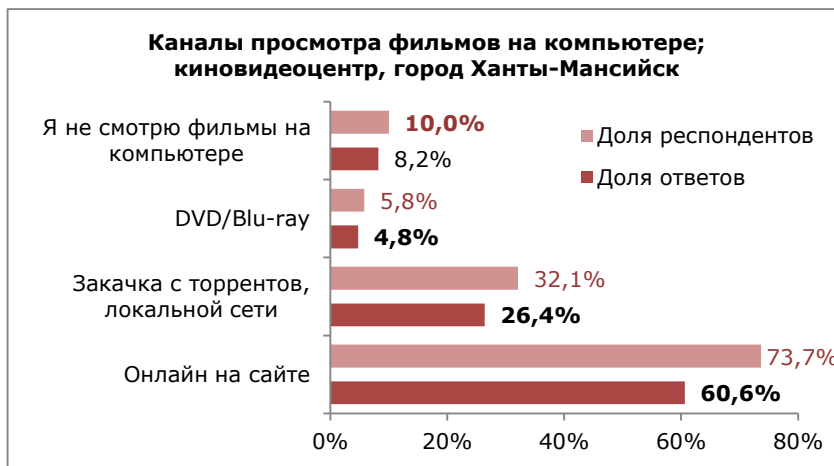


По телевизору зрители чаще всего смотрят бесплатные телеканалы (53% ответов в Сургуте и 40% в Ханты-Мансийске) или закачивают фильмы из Интернета (19% и 28% соответственно). Более тесные отношения с торрентами в Ханты-Мансийске объясняются их более молодым возрастом.





На компьютере лидирует просмотр онлайн (48% и 61% ответов соответственно).



В случае использования мобильного устройства (планшета или смартфона) посетители «Галереи кино» и кинотеатра закладывают в него фильмы с торрентов (44% и 52%). При этом хантымансийцы гораздо чаще используют для просмотра контента мобильные приложения.



При использовании приложений или просмотре фильмов или сериалов онлайн в подавляющем большинстве случаев зрители не платят за контент (78% и 77% ответов соответственно), а если платят, то в Сургуте чаще берут фильмы напрокат, а в Ханты-Мансийске покупают подписку.



Наиболее популярным сайтом является ivi.ru, однако число названных сайтов/приложений зрителями «Галереи кино» и Киновидеоцентра крайне незначительно.

Конкуренты кинотеатра: домашний просмотр на сайтах; кинотеатр «Галерея кино», город Сургут

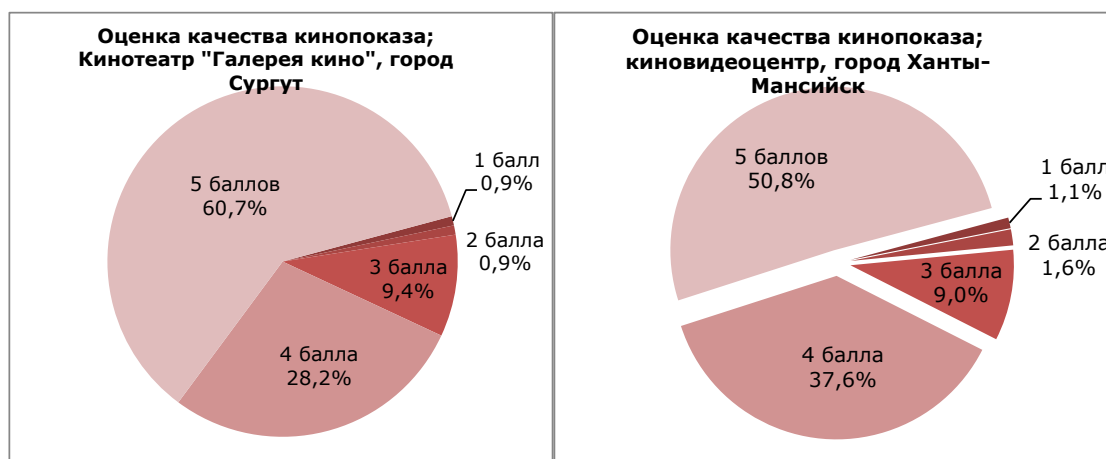
Сайт	Кол-во ответов	Доля респондентов
https://www.ivi.ru/	4	3,4%
http://www.utorrent.com/	1	0,9%
https://my-hit.org/	1	0,9%
https://www.youtube.com/	1	0,9%

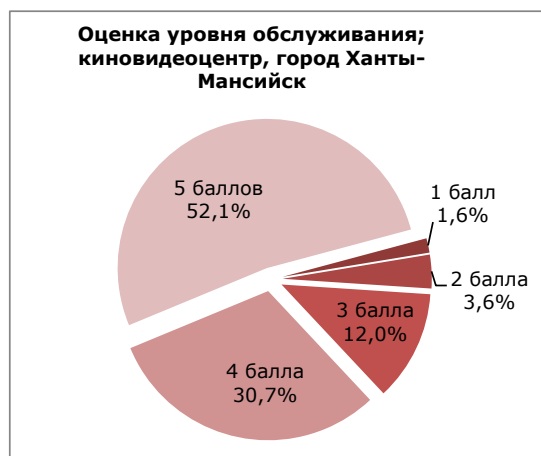
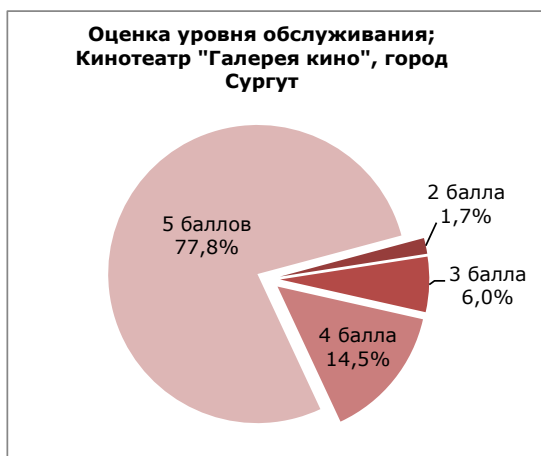
Конкуренты кинотеатра: домашний просмотр на сайтах; киновидеоцентр, город Ханты-Мансийск

Сайт	Кол-во ответов	Доля респондентов
https://www.ivi.ru/	10	5,2%
http://kinogo.club/	7	3,6%
https://vk.com/	4	2,1%
http://gidonline.club/	3	1,6%
http://bobfilm1.net/	1	0,5%
http://filmix.net/	1	0,5%
http://megogo.net/ru	1	0,5%
https://itv.rt.ru/	1	0,5%
https://www.youtube.com/	1	0,5%
http://ctc.ru/	1	0,5%
https://plus.kinopoisk.ru/	1	0,5%
https://www.lostfilm.tv/	1	0,5%
https://zona.mobi/	1	0,5%
https://www.amediateka.ru/	1	0,5%

Оценка работы кинотеатра

Фильм окончен, зрители выходят из зала, и самое время узнать, как они оценивают работу кинотеатра и каковы их пожелания. Больше 50% зрителей оценили качество показов и работу персонала кинотеатров, как отличную. Средние же оценки качеству показов и работе персонала «Галереи кино» составили 4,5 и 4,7 соответственно; Киновидеоцентру – 4,3 каждому.





Вместе с тем, на вопрос, чего не хватает в кинотеатрах города, зрители признались, что ждут большего числа скидков (35% ответов в Сургуте и 32% в Ханты-Мансийске) и большего разнообразия в репертуаре (31% и 23% соответственно). Хантымансийцам также не хватает кинотеатров в целом (22%).



В то же время скудный репертуар является основным препятствием в Сургуте для того, чтобы посещать кинотеатр чаще.



Что касается Ханты-Мансийска, то здесь сдерживающим фактором выступают высокие цены на билеты.⁷



Рекламные каналы

Мы спрашивали респондентов о том, какие ресурсы (информационные и развлекательные) они используют, включая телевидение, радио, прессу и Интернет.

СМИ, на которых зрители узнают новости и информацию, могут быть использованы для формальных объявлений (расписание сеансов, новости кинотеатра и т. п.). Среди них лидируют радио «DFM» в Сургуте (3% респондентов) и «Европа плюс» в Ханты-Мансийске (ее указали в качестве источника новостей 10% респондентов); телеканалы «Первый» (12% в исследуемых городах) и телеканал «Россия» (5% в Сургуте и 4% в Ханты-Мансийске). Безоговорочным лидером среди сайтов является vk.com (22% и 45% соответственно), читают также новости в Сургуте на

⁷ «Не устраивает время сеансов» – наиболее частотный вариант «другого».

областном ресурсе klops.ru (7%). Из прессы можно отметить лишь «CITY» в Ханты-Мансийске (4%).

**Новостные радиостанции, которыми пользуются зрители;
кинотеатр "Галерея кино", город Сургут**

Радиостанция	Кол-во ответов	Доля респондентов
DFM	3	2,6%
Авторadio	1	0,9%
Наше радио	1	0,9%
Радио Маяк	1	0,9%
Русское радио	6	5,1%
Серебряный дождь	5	4,3%
Хит FM	1	0,9%
Радио 7 На семи холмах	1	0,9%
Дорожное радио	1	0,9%

**Новостные радиостанции, которыми пользуются зрители;
киновидеоцентр, город Ханты-Мансийск**

Радиостанция	Кол-во ответов	Доля респондентов
Европа Плюс	20	10,4%
Русское радио	11	5,7%
Радио ЮГРА	4	2,1%
Наше радио	2	1,0%
Хит FM	2	1,0%
Love Radio	1	0,5%
Радио Милицейская Волна	1	0,5%

**Новостные телеканалы, которыми пользуются зрители; кинотеатр
«Галерея кино», город Сургут**

Телеканал	Кол-во ответов	Доля респондентов
Первый канал	14	12,0%
Россия	6	5,1%
ТНТ	2	1,7%
Культура	1	0,9%
РБК	1	0,9%
С1	1	0,9%
СТС	1	0,9%
Пятый канал	1	0,9%

**Новостные телеканалы, которыми пользуются зрители;
киновидеоцентр, город Ханты-Мансийск**

Телеканал	Кол-во ответов	Доля респондентов
Первый канал	23	12,0%
ТНТ	13	6,8%
Россия	8	4,2%
СТС	7	3,6%

Телеканал	Кол-во ответов	Доля респондентов
Россия 24	4	2,1%
Югра_ТВ	2	1,0%
Пятница	2	1,0%
Наше ТВ	1	0,5%
CNN	1	0,5%
MTV	1	0,5%

**Новостные сайты, которыми пользуются зрители; кинотеатра
"Галерея кино», город Сургут**

Сайт	Кол-во ответов	Доля респондентов
https://vk.com/	26	22,2%
https://klops.ru/	8	6,8%
https://www.kinopoisk.ru/	4	3,4%
Сайты/страницы кинотеатров	4	3,4%
http://surkino.ru/	2	1,7%
http://www.afisha.ru/	1	0,9%
https://news.yandex.ru/	1	0,9%
https://ok.ru/	1	0,9%
Новостные агрегаторы	1	0,9%
http://cinemaplex.ru/	1	0,9%
https://www.instagram.com/	1	0,9%
https://www.tumblr.com/	1	0,9%
https://www.youtube.com/	1	0,9%
https://meduza.io	1	0,9%
https://snob.ru/	1	0,9%
http://osurgut.com/	1	0,9%
https://mail.ru/	1	0,9%
https://www.newkaliningrad.ru/	1	0,9%

**Новостные сайты, которыми пользуются зрители;
киновидеоцентр, город Ханты-Мансийск**

Сайт	Кол-во ответов	Доля респондентов
https://vk.com/	87	45,3%
Сайты/страницы кинотеатров	17	8,9%
https://www.kinopoisk.ru/	13	6,8%
https://news.yandex.ru/	9	4,7%
https://www.instagram.com/	6	3,1%
http://gidonline.club/	4	2,1%
https://mail.ru/	4	2,1%
https://twitter.com/	3	1,6%
https://www.youtube.com/	3	1,6%

Сайт	Кол-во ответов	Доля респондентов
http://www.informugra.ru/	2	1,0%
http://www.kinomania.ru/	2	1,0%
https://lenta.ru/	2	1,0%
https://rg.ru/	2	1,0%
https://www.google.ru/	2	1,0%
Новостные агрегаторы	2	1,0%
https://ria.ru/	1	0,5%
https://www.facebook.com/	1	0,5%
http://kinogo.club/	1	0,5%
https://ok.ru/	1	0,5%
https://www.rambler.ru/	1	0,5%
https://2digma.ru/	1	0,5%
https://ugra-news.ru/	1	0,5%
http://ugranow.ru/	1	0,5%
http://ura.ru/	1	0,5%
https://vk.com/myugrahm	1	0,5%

**Печатные издания, которыми пользуются зрители; кинотеатр
«Галерея кино», город Сургут**

Издание	Кол-во ответов	Доля респондентов
Выбирай	1	0,9%

**Печатные издания, которыми пользуются зрители;
киновидеоцентр, город Ханты-Мансийск**

Издание	Кол-во ответов	Доля респондентов
CITY	7	3,6%
Бесплатные газеты	4	2,1%
Город	4	2,1%
В каждый дом	3	1,6%
Elle girl	1	0,5%
National Geographic	1	0,5%
Аргументы и факты	1	0,5%
Коммерсант	1	0,5%
Рекламные издания	1	0,5%
Новости Югры	1	0,5%

Развлекательные СМИ больше подходят для яркого, эмоционального рекламного посыла: размещения роликов фильмов, имиджевой рекламы кинотеатра. Среди них самыми популярными радиостанциями являются «Русское радио» и «Серебряный дождь» (их слушают по 4% респондентов в Сургуте), «Европа плюс» (14% хантымансийцев); телеканалом – ТНТ (7% в Сургуте и 23% в Ханты-Мансийске), сайтом vk.com (23% и 43% соответственно).

**Развлекательные радиостанции, которыми пользуются зрители;
кинотеатр "Галерея кино", город Сургут**

Радиостанция	Кол-во ответов	Доля респондентов
Русское радио	5	4,3%
Серебряный дождь	5	4,3%
DFM	3	2,6%
Хит FM	3	2,6%
Ретро FM	2	1,7%
Авторadio	1	0,9%
Европа Плюс	1	0,9%
Наше радио	1	0,9%
Радио 7 На семи холмах	1	0,9%

**Развлекательные радиостанции, которыми пользуются зрители;
киновидеоцентр, город Ханты-Мансийск**

Радиостанция	Кол-во ответов	Доля респондентов
Европа Плюс	26	13,5%
Русское радио	9	4,7%
Наше радио	5	2,6%
Радио ЮГРА	4	2,1%
Хит FM	4	2,1%
Love Radio	1	0,5%
Радио Energy	1	0,5%
Радио Милицейская Волна	1	0,5%
Серебряный дождь	1	0,5%
Юмор FM	1	0,5%
Радио для двоих	1	0,5%

**Развлекательные телеканалы, которыми пользуются зрители;
кинотеатр «Галерея кино», город Сургут**

Телеканал	Кол-во ответов	Доля респондентов
ТНТ	8	6,8%
СТС	7	6,0%
Первый канал	6	5,1%
Россия	5	4,3%
НТВ	3	2,6%
Русский роман	2	1,7%
2x2	1	0,9%
A-One	1	0,9%
Cartoon network	1	0,9%
Киномикс	1	0,9%
Disney	1	0,9%
MTV	1	0,9%
National Geographic	1	0,9%
Домашний	1	0,9%
Мульт	1	0,9%

Телеканал	Кол-во ответов	Доля респондентов
Рен-ТВ	1	0,9%
TV XXI	1	0,9%
Paramount Comedy	1	0,9%
Пятница	1	0,9%

**Развлекательные телеканалы, которыми пользуются зрители;
киновидеоцентр, город Ханты-Мансийск**

Телеканал	Кол-во ответов	Доля респондентов
ТНТ	44	22,9%
СТС	16	8,3%
Первый канал	12	6,3%
Пятница	12	6,3%
Россия	3	1,6%
Рен-ТВ	3	1,6%
Россия 24	2	1,0%
СТС love	2	1,0%
Disney	2	1,0%
RU TV	2	1,0%
Fashion TV	1	0,5%
MTV	1	0,5%
National Geographic	1	0,5%
Paramount Comedy	1	0,5%
TV 1000	1	0,5%
МАТЧ	1	0,5%
Наше ТВ	1	0,5%
FOX	1	0,5%
НТВ	1	0,5%
Пятый канал	1	0,5%
2x2	1	0,5%
ОТР	1	0,5%
ТВЗ	1	0,5%
Че	1	0,5%

**Развлекательные сайты, которыми пользуются зрители;
кинотеатр «Галерея кино», город Сургут**

Сайт	Кол-во ответов	Доля респондентов
https://vk.com/	29	24,8%
https://www.instagram.com/	4	3,4%
https://ok.ru/	3	2,6%
https://www.exler.ru/	1	0,9%
https://www.youtube.com/	1	0,9%
http://k-inform.com/	1	0,9%
Сайты/страницы кинотеатров	1	0,9%
http://surkino.ru/	1	0,9%

**Развлекательные сайты, которыми пользуются зрители;
киновидеоцентр, город Ханты-Мансийск**

Сайт	Кол-во ответов	Доля респондентов
https://vk.com/	82	42,7%
https://www.instagram.com/	15	7,8%
http://gidonline.club/	5	2,6%
https://www.kinopoisk.ru/	5	2,6%
https://www.youtube.com/	5	2,6%
https://twitter.com/	2	1,0%
https://www.adme.ru/	2	1,0%
https://www.facebook.com/	2	1,0%
https://ok.ru/	2	1,0%
Социальные сети	2	1,0%
http://4pda.ru/	1	0,5%
http://eva.ru/	1	0,5%
http://kinogo.club/	1	0,5%
http://www.ixbt.com/	1	0,5%
https://mail.ru/	1	0,5%
Сайты/страницы кинотеатров	1	0,5%
http://kanobu.ru/	1	0,5%
http://kg-portal.ru/	1	0,5%
https://tjournal.ru/	1	0,5%
https://www.tumblr.com/	1	0,5%
https://www.twitch.tv/	1	0,5%
http://seasonvar.ru/	1	0,5%
https://meduza.io	1	0,5%

**Печатные издания, которыми пользуются зрители; кинотеатр
«Галерея кино», город Сургут**

Издание	Кол-во ответов	Доля респондентов
Выбирай	2	1,7%
Моя семья	1	0,9%

**Печатные издания, которыми пользуются зрители;
киновидеоцентр, город Ханты-Мансийск**

Издание	Кол-во ответов	Доля респондентов
CITY	2	1,0%
Город	2	1,0%
Esquire	1	0,5%
GEO	1	0,5%
The Hollywood Reporter	1	0,5%
Бесплатные газеты	1	0,5%
Все звёзды	1	0,5%

Издание	Кол-во ответов	Доля респондентов
Рекламные издания	1	0,5%
Новости Югры	1	0,5%

© 2016, Невафильм Research

Полную версию отчета об исследовании можно приобрести в январе 2017 года. Его стоимость для сторонних покупателей составляет 46 500 руб. + НДС. Кинотеатры-участники опроса могут приобрести его по специальной цене – 30 000 руб. + НДС.