

Павлова Александра Николаевна

канд. экон. наук, доцент

Богданов Михаил Николаевич

студент

Гуманитарный институт (филиал)

ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный

университет им. М.В. Ломоносова»

г. Северодвинск, Архангельская область

**ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ РЕЗУЛЬТАТОВ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КИНОТЕАТРА НА ОСНОВЕ
ПОСТРОЕНИЯ ПРОГНОЗА СПРОСА НА УСЛУГИ**

Аннотация: в данной работе приведены рекомендации по повышению результатов деятельности кинотеатра, основанные на построении прогнозов спроса на предоставляемые им услуги.

Ключевые слова: сфера услуг, управление кинотеатром, прогнозирование спроса.

Сфера досуговых мероприятий является одной из самых молодых отраслей социально-культурной сферы и экономическая наука, изучающая эту отрасль, только начинает развиваться. Основные функции досуговых мероприятий – создание настроения, воспитание и развитие личности. Кроме того, как и другие отрасли народного хозяйства, они выполняют производственную и доходную функции, функцию занятости. Значительную роль в этой отрасли сферы услуг играют клубы, театры, кинотеатры, музеи. Число учреждений культуры в России с 2000 по 2016 годы уменьшилось на 20%. Сокращение числа кинотеатров было еще более существенным – почти в 4 раза, с 18 тыс. в 2000 году до 4,8 тыс. в 2016 году (рисунок 1).

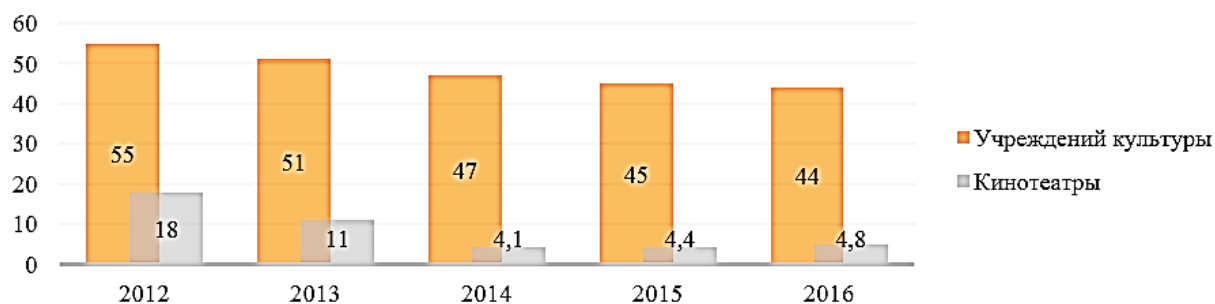


Рис. 1. Количество учреждений культуры и кинотеатров в России

На смену им приходят современные коммерческие предприятия, предлагающие услуги, отвечающие всем необходимым требованиям зрителей.

Несмотря на существенное сокращение кинотеатров, число их посещений увеличилось на 57%, а посещение музеев увеличилось почти на четверть, согласно данным представленным на рисунке 2.

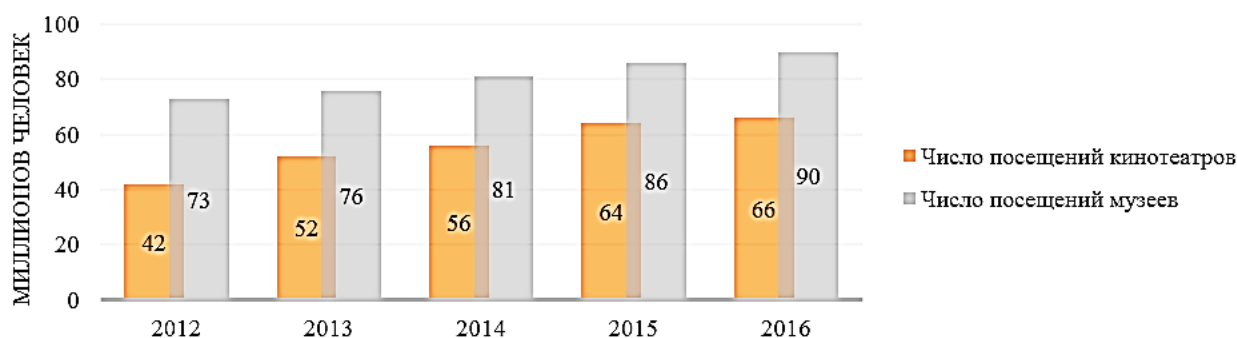


Рис. 2. Число посещений кинотеатров и музеев в РФ

Сокращение числа кинотеатров, с одновременным увеличением числа посещений кинотеатров, по мнению авторов, обуславливается переходом от количества к качеству предоставляемых услуг.

Кинотеатр ООО «Родина» в г. Северодвинске Архангельской области, являющийся объектом исследования, демонстрирует кинофильмы различных жанров. Кинопоказ производится с применением новейшего оборудования и технологий, высококачественной системы цифрового кино, которая позволит применять электронные форматы записи звука и изображения, такие как DVD диски, передача данных через спутник или Интернет.

Следует отметить, что согласно опросам, зритель изначально выбирает фильм, а затем решает какой посетить кинотеатр и только в 23% случаев сначала выбирается кинотеатр. Для кинотеатра крайне важно разработать грамотную репертуарную политику, которая в основном и будет влиять на привлечение потенциальных зрителей. Однако комфортабельность, техническая оснащенность и удобство расположения кинотеатра также имеют важное значение.

Говоря о посещаемости кинотеатра «Родина» можно привести разные статистические данные, которые зависят от разных факторов.

Статистика посещения кинотеатра по дням недели приведена на рисунке 3. Таким образом, можно говорить о том, что наиболее высоким спросом услуги кинотеатра пользуются в выходные дни, число посетителей значительно выше, чем в будни.

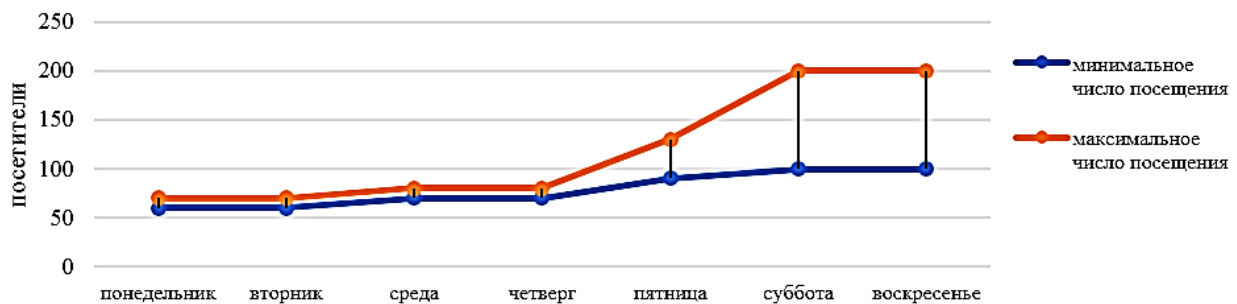


Рис. 3. Статистика посещений кинотеатра «Родина» по дням недели

Жанры фильмов также оказывают большое влияние на то, сколько людей приходит посещает кинотеатр. На рисунке 4а представлена статистика по соотношению количества посетителей, предпочитающих ходить на те или иные жанры фильмов. Большая часть посетителей кинотеатра предпочитает фильмы жанра фантастика.

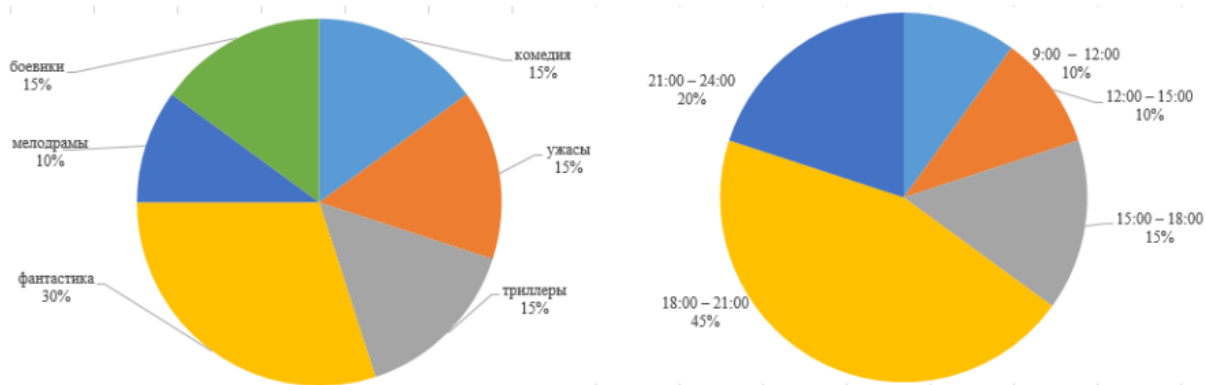


Рис. 4. Статистика посещений кинотеатра «Родина» 4а (слева) по жанрам и 4б (справа) по времени проведения сеанса

Многие зрители не могут посещать кинотеатр в утреннее или дневное время, так как находятся на работе. На рисунке 4б можно увидеть статистику посещения кинотеатра по времени сеанса. Большее количество посетителей приходит в вечернее время.

Проанализировав разные статистические данные, можно говорить о том, что на работу кинокомплекса и его клиентов влияют разные факторы. Автором предлагается разработать кинотеатру «Родина» программу мероприятий, чтобы увеличить число посетителей, которая повысит результаты деятельности кинотеатра, обеспечит зрителям доступность и высокий уровень комфорта предоставляемых услуг.

Мероприятие 1. Важнейшим направлением деятельности кинотеатра «Родина» может являться открытие небольших VIP – залов для посетителей. Рассмотрим подробно порядок действий для осуществления данного мероприятия:

А. Приобретение и расстановка диванов. Выбор сделан в пользу комфортных двухместных диванов из кожзаменителя (размеры (Ш × Г × В): 1150 × 700 × 850).

Обивка диванов выбрана из черного кожзаменителя, так как является доступным вариантом и имеет достаточно хорошие эксплуатационные характеристики. Расчет сумму на приобретения диванов:

1. Количество диванов в кинотеатр: 6 шт.

2. Цена первых трех диванов: 25 000,00 рублей.

3. Цена на четвертый, пятый и шестой по скидке: 24 000,00 рублей.

4. Общая сумма покупки:

$$25\,000,00 * 3 + 3 * 24\,000,00 = 75\,000,00 + 72\,000,0 = 147\,000,00 \text{ рублей.}$$

Б. Приобретение и расстановка столов. Для кинотеатра «Родина» были выбраны деревянные столы. Такой стол представляет особый предмет интерьера VIP – зала, и при сочетании с диваном будет выглядеть солидно и очень эффектно. Рассчитаем стоимость покупки деревянных столов:

1. Цена одного стола: 13 000,00 рублей.

2. Количество столов в кинозал 3 шт.

3. Общая сумма покупки: $13\,000,00 * 3 = 39\,000,00$ рублей.

В. Освобождение места для VIP-зала в кинотеатре. Для того, поместить диваны и столы в кинозале, необходимо произвести ряд работ для освобождения места в кинозале. Можно убрать из кинозала последние 4 ряда кресел, тем самым освободив небольшую площадку. Затем нам необходимо будет сделать ровную площадку и покрыть ее настилом. Для данного вида работы понадобится наем бригады рабочих и покупка стройматериалов. Рассчитаем стоимость работ и приобретение материалов для установки столов и диванов:

1. Стоимость работ бригады рабочих – 80 000,00 рублей.

2. Покупка фанеры. Стоимость одного листа составит 320,00 рублей за лист.

По примерным расчетам нам понадобится 50 листов, то есть сумма составит 16 000,00 рублей.

3. Покупка линолеума. Площадь покрытия составит примерно 200 кв. м. Стоимость 1 кв. м составит 250 рублей, таким образом понадобится сумма в размере 50 000,00 рублей.

В общей сложности, посчитав все расходы на материал и найм рабочих, получаем сумму, равную 146 000,00 рублей. Сведем все данные в таблицу 1.

Затраты на установку VIP-зала кинотеатра

Наименование	Цена за шт., руб.	Количество, ед.	Сумма, руб.
Двухместный диван	3 дивана – 25 000,00	3	75 000,00
	3 дивана – 24000,00	3	72 000,00
Деревянный стол	13 000,00	3	39 000,00
Бригада рабочих	80 000,00	1	80 000,00
Фанера	320,00	50	16 000,00
Линолеум	250,00	200	50 000,00
Итого:			332 000,00

Стоимость билета на эти места будет дороже, нежели на обычные места в кинотеатре. В среднем сумма билета будет составлять 1 000 рублей за один диван на двоих. Расчет выручки от внедрения VIP-залов указан в таблице 2.

Таблица 2

Выручка от внедрения VIP-зала за неделю

Стоимость в VIP-зал	Количество занятых мест	Выручка от продажи за VIP-зал
1000	1	1000
1000	3	3000
1000	2	2000
Итого:		6000

Из результатов таблицы 2 можно сделать вывод о том, что годовая прибыль от внедрения данного мероприятия составит 288 000,00 рублей. Учитывая затраты на установку VIP-зала, срок окупаемости мероприятия составит примерно 1,5 года.

Мероприятие 2. Изучив ценовую политику кинотеатра «Родина», удалось выяснить, что цены на билеты в кино находятся на одном уровне с конкурентами.

Система скидок в исследуемом кинотеатре действует только на групповые заявки (от 10 и более человек). Такие заявки бывают довольно редко, с большой периодичностью. Это могут классы, студенческие группы, группы учащихся ПТУ, или группы военнослужащих, проходящих срочную службу в частях г. Северодвинска. Иногда приходят в честь дня рождения детские компании. Однако такие заявки поступают не достаточно часто. Автор разработал систему индивидуальных скидок на билеты в кино на вторую (*) и третью (**) неделю

проката. На второй недели проката фильмы по индивидуальной скидке будут стоить 150 рублей, а в третью неделю 100 рублей.

Изучив статистику посещения кинотеатра в течении дня, можно сделать вывод, что на второй и третьей недели проката на утренние сеансы приходит всего два человека, на дневной в среднем около 5 человек, и на вечерний сеанс порядка 10 человек. Если будут внедрена система скидок, то по пессимистическому прогнозу количество посетителей увеличиться на 10 процентов, по оптимистическому прогнозу – на 50 процентов и по наиболее вероятностному прогнозу – на 30 процентов. Расчеты выручки представлены в таблице 3.

Таблица 3

Расчет выручки от введения системы скидок в зависимости
от вариантов прогноза

Тип скидки	Число сеансов	Стоимость билета со скидкой	Вид прогноза по посещению на сеансы со скидкой			стоимость билета без скидки	выручка за сеанс без предоставления скидки
			пессимистический	наиболее вероятностный	оптимистический		
			10%	30%	50%		
утренний сеанс			2	человек		200	400
*	7	150	210	630	1050		
**	5	100	100	300	500		
дневной сеанс			5	человек		270	1350
*	7	150	525	1575	2625		
**	5	100	250	750	1250		
вечерний сеанс			10	человек		320	3200
*	7	150	1050	3150	5250		
**	5	100	500	1500	2500		
<i>Итого</i>			2635	7905	13175		4950

Исходя из получившихся результатов, можно наблюдать значительный прирост выручки после внедрения скидок. При наиболее вероятном прогнозе она возрастет на 2 955 рублей за один день.

На рисунке 5 представлены варианты ожидаемой общей по всем сеансам в течении дня выручки в зависимости от вида прогноза на фильмы второй и третьей недели проката. Безусловно, к общей выручке следует добавить выручку от сеансов показов в день премьеры и т. д., но здесь она не рассмотрена.

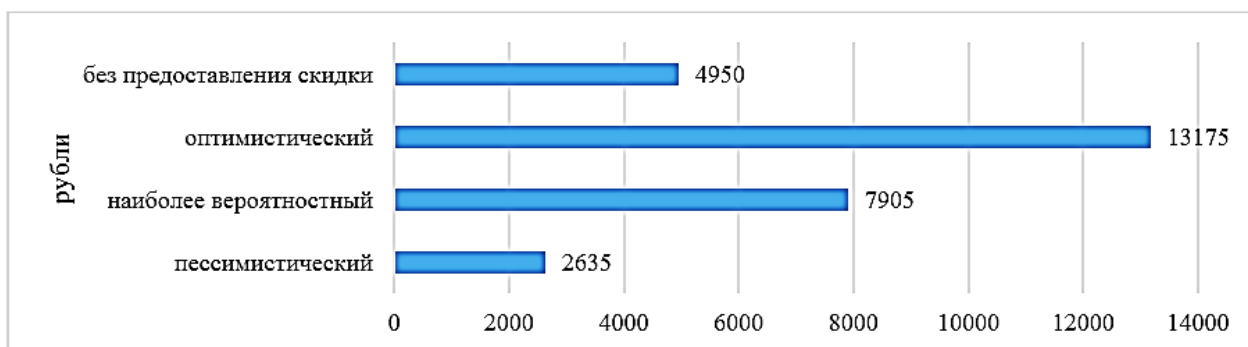


Рис. 5. Выручка по сеансам в зависимости от прогнозов скидки

Рассмотрев варианты внедрения скидок в кинотеатре, можно сделать вывод о том, что данные мероприятия будут положительно влиять на результаты деятельности кинотеатра, увеличивать поток клиентов и значительно увеличат выручку.

Список литературы

1. Березин О. Российские кинотеатры: вызовы рынка и стратегии развития // Материалы конференции «Стратегии развития бизнеса кинотеатров». – СПб.: НеваФильм, 2008.
2. Волынова Т.С. Управление развитием инфраструктуры кинопоказа в условиях внедрения регулирующего организационно-экономического механизма: монография. – СПб., 2014. – 185 с.
3. Данилов П.В. Анализ и прогнозирование развития кинотеатрального показа в мировом кинематографе // Вестник Чувашского университета. – 2013. – №1. – С. 262.