Автор: Гаврин О.С.
27.08.2020 15:44 -

219,4 млн зрителей посетили кинотеатры нашей страны в 2019году. Это на 9,5% больше, чем год назад. Сборы от просмотров составили 55,5 млрд рублей. На долю российского кино пришлось 12,3 млрд рублей – егопосмотрело более 50млн жителей России.

Каким станет кинозритель завтрашнего дня и чем он будет отличаться от посетителей кинотеатров сегодня? Как изменился отечественный кинорынок и почему важны данные статистики?

По итогам 2019 года российский рынок кинопроката стал крупнейшим среди стран Европы по числу проданных билетов. Такие данные содержатся в Единой федеральной автоматизированной информационной системе сведений о показах фильмов в кинозалах (ЕАИС). Судя по этим данным, совокупные кассовые сборы составили 55,5 млрд рублей – этомаксимальное значение в истории кинопроката России.

Как менялись среднегодовые потребительские цены на билеты в кинотеатры, можно узнать из статистики Росстата. Так, в 2000 году посещение кинозала в России стоило в среднем 18 рублей, в 2010 году – уже 162 рубля, в 2016 и 2017 годах – 258 рублей, а в 2018 году – 261 рубль.

Кто же предпочитает тратить сегодня деньги на поход в кино? По данным ЕАИС, киноаудитория России преимущественно женская (доля женщин – 55%). Средний возраст кинозрителя – 28 лет, а самая многочисленная возрастная группа – 25-34 года (32,5%, то есть каждый третий посетитель кинотеатров). Для сравнения: доля аудитории в возрасте 12-17 лет составляет 16,1%; 18-24 лет – 26,8%; 35-44 лет – 16,9%; старше 45 лет – 7,8%.

Впрочем, если посмотреть на статистику, можно раскрыть секрет популярности кинотеатров у аудитории 25-34 лет. Просто это наиболее многочисленная часть населения страны. Для сравнения: в 2017году в возрасте 19 лет в России было 666 тысяч мужчин и 646 тысяч женщин; в возрасте 29 лет – 1,3 млн мужчин и 1,2 млн женщин; в возрасте 49 лет – уже 824тысячи мужчин и 921 тысяча женщин.

По данным Нижегородстата, в Нижегородской области на 1 января 2020 года в возрасте 19 лет было 14445 мужчин и 13682 женщины; в возрасте 29 лет –25882мужчины и 24247 женщин; в возрасте 49 лет – уже 20262мужчины и 22795женщин.

С годами очертания возрастной пирамиды меняются, демографические «ямы» и «выступы» движутся вверх, что также может влиять на портрет зрительской аудитории. Таким образом, можно предположить, что основной кинозритель, который сегодня относится к группе 25-34 лет, будет взрослеть, а на смену ему придет не столь многочисленная зрительская аудитория.

Увидеть и спрогнозировать тенденцию изменений мы можем по результатам предыдущих переписей. К примеру, перепись 1989 года выявила 25,4млн жителей страны в возрасте 25-34 лет, перепись 2002 года – уже 20,4млн, а в 2010 году эту возрастную категорию представляло 22,9млн человек.

В Нижегородской области жителей в возрасте 25-34 лет было выявлено: на переписи 2002 года – 470,5 тысяч, на переписи 2010 года – 511,6 тысяч.

Более точные данные о половозрастном составе населения современной России и потенциальных посетителях кинотеатров разных возрастов мы сможем получить по результатам Всероссийской переписи населения, которая пройдет в апреле 2021 года.

Информация позволит сделать выводы и прогнозы, например, относительно изменений доли семейных зрителей кинотеатров.

Сегодня почти каждый третий (30,8%) посетитель кинотеатра приходит на сеанс в компании друзей. Чуть меньше зрителей (27,7%) предпочитают просмотр вдвоем, а 15,3% – в одиночестве. Доля семейной аудитории составляет 25%, а в праздничные выходные может достигать 48%. Преимущественно это зрители в возрасте 35-44 лет.

Примечательно, что аудитория российского кино в 2019 году была в среднем на 5 лет

старше, чем аудитория зарубежных фильмов: 32 года и 27лет соответственно. Также аудиторию российского кино отличает более высокая доля женщин: 59 против 54% зрительниц зарубежных фильмов.

«Нужно понимать, что в структуре кинопроизводства и продуктового предложения в сфере кино действуют классические законы маркетинга. Поэтому у нас имеется массовое кинопроизводство на широкую аудиторию и таргетированное – на определенные сегменты зрителей: кино для девочек, для взрослых, «не для всех» и т.д. Есть и концентрированное кинопроизводство, которое ориентируется на какие-то специфические узкие сегменты, например фестивальное кино, которое редко становится хитом кинопроката», – отмечает Николай Перепелкин, доцент кафедры маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова.

Статистические данные позволяют узнать и размеры финансовых вложений в кинематограф по сравнению с другими отраслями. Так, расходы консолидированного бюджета РФ на социально-культурные мероприятия в 2018 году составили 20,382 трлн рублей. Из них на культуру, кинематографию – 528,2 млрд рублей, или 2,6%. Для сравнения: на образование – 18%, на здравоохранение – 16,3%, на социальную политику – 60,8%, на физкультуру и спорт – 1,6%, на СМИ – 0,7%.

Отметим, что важность статистики подчеркивалась и в самом отечественном кинематографе. В сценарии фильма «Служебный роман» (по пьесе Эльдара Рязанова и Эмиля Брагинского «Сослуживцы») были такие слова: «Если бы не было статистики, мы бы даже не подозревали о том, как хорошо мы работаем».
Директор
Калугина отмечала: «Делом надо заниматься серьезно или не заниматься им вообще. Статистика – это наука, она не терпит приблизительности». Другой главный герой, Новосельцев, признавался:
«
Так я вообще люблю свою профессию. Я считаю, что без статистики вообще не жизнь».

Нижегородстат напоминает: Всероссийская перепись населения пройдет с 1 по 30 апреля 2021 года с применением цифровых технологий. Главным нововведением предстоящей переписи станет возможностьсамостоятельного заполнения электронного

переписного листа на портале Госуслуг.

Переписаться также можно будет на переписных участках, в том числе в помещениях многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг «Мои документы». Третий способ – обход жилых помещений переписчикамиНижегородстата. Они будут использовать планшеты со специальным программным обеспечением.