

АНАЛІЗ КІНОПРОКАТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ ТА НАПРЯМИ ЙОГО РОЗВИТКУ

<https://doi.org/10.23939/semi2019.03.057>

© Шеремета Б. О., 2019

У статті зроблено акцент на сучасному стані кінопрокатного ринку, зокрема розглянуто основні напрямки діяльності головних кінотеатральних мереж України: “Multiplex cinema”, “Планета Кіно”, “Київкінофільм”, “Кінопалац”. Визначено їхнє місце на кінопрокатному ринку України. Досліджено конкурентні переваги приватних кінотеатрів, а саме “Multiplex” та “Планета Кіно”. Проведено аналіз сучасного ринку кінопрокату України у період 2007–2018 рр. та визначено ступінь конкуренції цього ринку за допомогою розрахунку індексу Харфіндала-Хіршмана. Розроблено рекомендації щодо пріоритетних напрямків розвитку кінопрокатного ринку України.

Ключові слова: кінопрокат, ринок, конкуренція, маркетингова діяльність, аналіз, дистрибуція, просування.

B. Sheremeta

Lviv Polytechnic National University
Department of Management of Organizations

ANALYSIS OF UKRAINIAN MOVIE RENTAL MARKET AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

© Sheremeta B., 2019

The article focuses on the current state of the film market, in particular, the main directions of activity of the main cinematographic networks of Ukraine are considered: “Multiplex cinema”, “Planet Kino”, “Kievkinofilm”, “Kinopalats”. Their place in the film market of Ukraine is determined. The competitive advantages of private cinemas, namely “Multiplex” and “Planet Cinema”, are explored. The analysis of the Ukrainian market of cinema rental in the period of 2007-2018 has been analyzed and the degree of competition of this market is determined by calculating the Harfindal-Hirschman index. Recommendations on the priority directions of development of the Ukrainian film market have been developed. Today, the film-making market is the economic sector, which in the last decades clearly shows a tendency for positive growth.

Film rental is a powerful mechanism that enables the development and popularization of national cinema and is one of the forms of leisure activities for the population. Unlike in other developed countries of the world, cinematography is not currently a sector of the industry, a cash collection which is one of the main sources of financing for film production. Today, unresolved organizational, economic and legal issues create difficulties in the development of the Ukrainian film market. Enterprises are becoming more and more difficult to carry out their production and economic divisions in the face of growing uncertainty in the business environment. There is a problem of building a system of relations between the market, producers and distributors of films, on the one hand, and consumers of cinema products – on the other. Until now, there is no comprehensive study of the problems of modern cinema distribution and distribution, promising directions of the organization of film activities. The

article formulated the directions of development of enterprises of the cinema of the industrial branch.

Key words: film rental, market, competition, marketing activity, analysis, distribution, promotion.

Постановка проблеми

У світі кінопрокатний ринок є сектором економіки, який яскраво виражає тенденцію до позитивного зростання. Цей процес у багатьох передових країнах світу забезпечується завдяки впровадженню новітніх цифрових технологій, підвищенню рівня платоспроможності населення та підтриманням популярності багатозальних кінотеатрів, так званих “мультиплексів”.

Кінопрокат є важливим механізмом підтримки розвитку, промоції та популяризації національного кінематографу та позиціонує себе як одна з форм становлення світогляду населення. Дослідження функціонування вітчизняного кінопрокатного ринку сьогодні є важливим завданням. Ще у 1930-х роках Вальтер Бельямін написав: “Кіно – це найбільш розвинутий імперіалістичний засіб контролю над масами” [1]. Через кіно, зокрема інформаційні інститути, справді проводиться формування людини в тому напрямі, який потрібний владі. Кіно активно пропагує цінності країни-виробника (передусім США) і може завдати руйнівного впливу на всю культуру того народу, який готовий прийняти на себе чужі моральні принципи. В галузі масової культури, незважаючи на її крайню примітивність, США не мають собі рівних за попитом на кінопродукт, особливо серед молодого населення, які найлегше піддаються зовнішньому впливу.

Кінопрокат – потужна система, яка дає змогу розвивати кінематограф і є однією з форм організації дозвілля для населення. В Україні, на відміну від інших передових країн світу, кінопрокат не є сектором економіки, касові збори від якого є одним з основних джерел фінансування кіновиробництва. Досі залишаються невирішені організаційні, економічні та правові питання, які укорінилися та створюють труднощі в розвитку кінопрокатного ринку України. Підприємствам стає все складніше здійснювати виробничо-господарську діяльність в умовах щораз більшої невизначеності бізнес-середовища [2, с. 5]. Постає проблема побудови системи відносин між ринком, виробниками та дистрибуторами фільмів з одного боку, і споживачами кінопродукції – з іншого. Досі немає комплексного вивчення проблем сучасного кінопрокату і дистрибуції, перспективних напрямків організації кінодіяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У сфері розвитку культури та культурних індустрій слід згадати дослідників, які займалися згаданою проблематикою, зокрема: В. Бакальчук, який у своїх наукових працях висвітлює питання вітчизняної кіноіндустрії, як фактора, що забезпечує цілісність національно-культурного простору [3]; С. Безклубенко проводив аналіз численних нарисів, оповідань, сценаріїв та рецензій на кіно- й телефільми, що послугувало основою для створення наукової праці “Телевизионное кино. Очерк теории” [4]; О. Семашко вивчав соціологію художньої культури [5]; Г. Чміль окреслює філософське осмислення кіноекранної реальності як явища сучасної культури [6]; О. Верес запропонував модель подання знань інтелектуальної складової інформаційної системи кінопрокату та її практичну реалізацію у вигляді експертної системи надання консультації клієнту з вибору кінофільму [7]; Л. Гальків доводить, що ключовою віссю соціогуманістичної парадигми виступає креативна людина з високим культурно-моральним потенціалом, а деструктивні процеси на ринку послуг індустрії культури, сприяють формуванню втрат людського капіталу [8, с. 341].

Метою статті є аналіз сучасного стану розвитку кінопрокатного ринку в Україні і виявлення основних проблем та перспектив його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження

Основними мережами кінотеатрів, які провадять свою діяльність на кінопрокатному ринку України станом на 2018 рік є чотири підприємства: “Multiplex cinema”, “Київкінофільм”, “Кінопалац” та “Планета Кіно”.

“Multiplex cinema” або “Мультиплекс сінема” (ПАТ “Мультиплекс-Холдинг”) – найбільша мережа багатозальних кінотеатрів України, започаткована у 2003 році. Станом на 2018 рік кінотеатральна мережа компанії включає 131 екран у 24-ох кінотеатрах, у таких містах як Київ, Кривий Ріг, Миколаїв, Черкаси, Хмельницький, Житомир, Херсон, Чернігів тощо (плюс 15 екранів на тимчасово окупованих територіях). Усі кінотеатри розташовані в торгових центрах [9].

“Multiplex cinema” надає послуги з демонстрації кінофільмів, прокату відеозаписів чи дисків, а також розповсюдження кіно– та відеофільмів, телевізійних програм. Основною діяльністю ПАТ “Мультиплекс-Холдинг” є створення та облаштування кінотеатрів та надання їх в оренду, роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах, діяльність ресторанів (барів), рекламна діяльність. У період з 2010 по 2016 рік мережа багатозальних кінотеатрів “Multiplex” вийшла та утримує перше місце за об’ємом касових зборів в Україні (їй належить більше ніж 25 %), що значною мірою зумовило зростання обороту роздрібною торгівлі та рекламної діяльності.

Мережа кінотеатрів ПАТ “Мультиплекс-Холдинг” перша на ринку України обладнала свої зали найсучаснішою на сьогодні момент системою 3D XpanD. ПАТ “Мультиплекс-Холдинг” використовує екрани з підвищеною відбивальною здатністю від світового лідера Harkness Hall, які забезпечують найвищу якість зображення як у разі демонстрації з 35 мм плівки, так і у разі застосування цифрових проекторів у форматі 3D і 2D. Спеціальна конструкція рами екрана з автоматичними рухливими кашетами забезпечує ідеальну геометрію зображення на екрані незалежно від формату, в якому знятий фільм. На менеджерів збутової діяльності ПАТ “Мультиплекс-Холдинг” покладено завдання постійно здійснювати моніторинг новітніх технологій та розробок у галузі кіноіндустрії, які пов’язані з підвищенням якості роботи підприємства загалом.

Комунальне підприємство “Київкінофільм” було організовано в 2007 році шляхом злиття 7 спеціалізованих дитячих кінотеатрів – “Алмаз”, “Факел”, “Промінь”, “Пролісок”, “Старт”, “ім. Чапаєва” (“Ліра”) та “Салют”. У 2013 році до складу КП “Київкінофільм” приєднали інші муніципальні кінотеатри, а саме: “Лейпциг”, “Флоренція”, “Київська Русь”, “Ім. Т. Шевченка”, “Росія” (“Кіото”), “Ленінград” (“Дніпро”), “Загреб”, “Братислава”, “Краків” та “Молодіжний” [10]. Мета цієї кінотеатральної мережі – зробити похід в кіно доступнішим, комфортним, та популяризувати культурний сімейний відпочинок для мешканців Києва та гостей столиці. Станом на 2018 рік, до кіномережі Київкінофільм входять десять діючих кінотеатрів.

“Кінопалац” — перша мережа кінотеатрів заснована в Україні у 1998 році. В теперішній час мережа “Кінопалац” налічує 9 кінотеатрів по всій Україні, разом в яких розміщується 14 екранів [11].

“Планета Кіно” – мережа кінотеатрів, засновником і власником якої є ТОВ “Тріумф Медіа Груп”. У 2018 році мережа по всій Україні налічує 7 кінотеатрів, разом в яких розміщується 49 екранів [12]. “Планета Кіно” – ексклюзивний представник технології 4DX в Україні з червня 2013 року. Компанія також була представником корпорації IMAX в Україні з 2006 по 2016 роки. З 2017 року, кінотеатральна мережа є амбасадором канадської технології IMAX в Україні разом з кіномережею “Multiplex”. Сьогодні “Планета Кіно” активно впроваджує власні технології: CINETECH+ та RE’LUX.

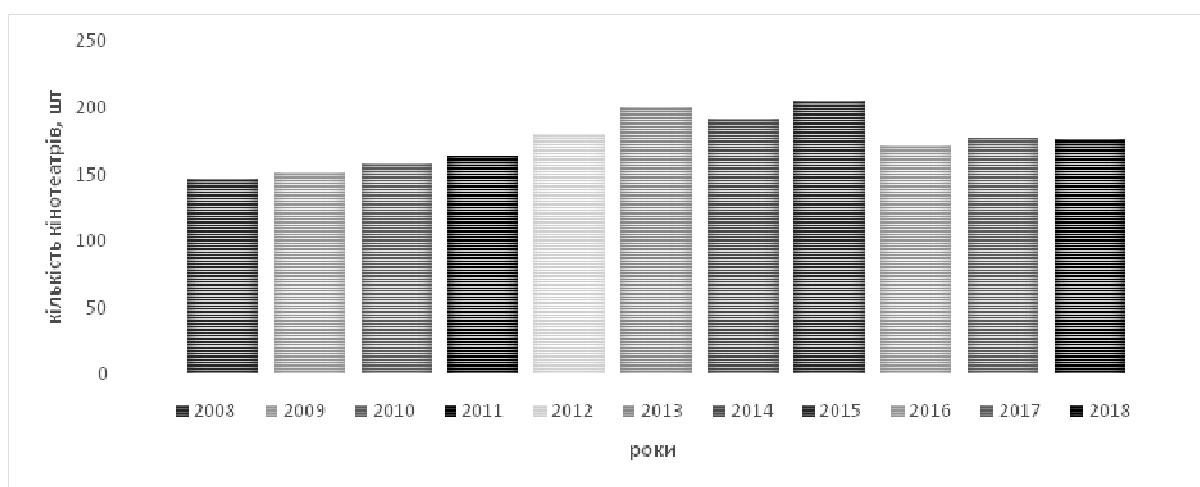
У 2011 році започаткували бонусну програму лояльності – Клуб Планета Кіно. Відтоді до Клубу приєдналося понад 700 тисяч глядачів, які мають можливість користуватись його перевагами: отримувати безкоштовні квитки у кіно і товари у попкорн-барі, одержувати квитки у подарунок до дня народження чи промокоди зі знижками, залучатись до участі в акціях і розіграшах. “Планета Кіно” реалізувала можливість продавати квитки онлайн через сайт та процедуру доступу у кінозал без друку квитка – його можна показати з екрана смартфона. У 2011 році запустили перший серед кінотеатрів країн східної Європи мобільний додаток. Він дає змогу купувати квитки онлайн, переглядати інформацію про фільми, сеанси, розклад. Має сповіщення про початок прокату фільмів та продажу квитків.

Проведемо огляд кінопрокатного ринку України та проаналізуємо статистичні дані його розвитку (таблиця; рис. 1; рис. 2).

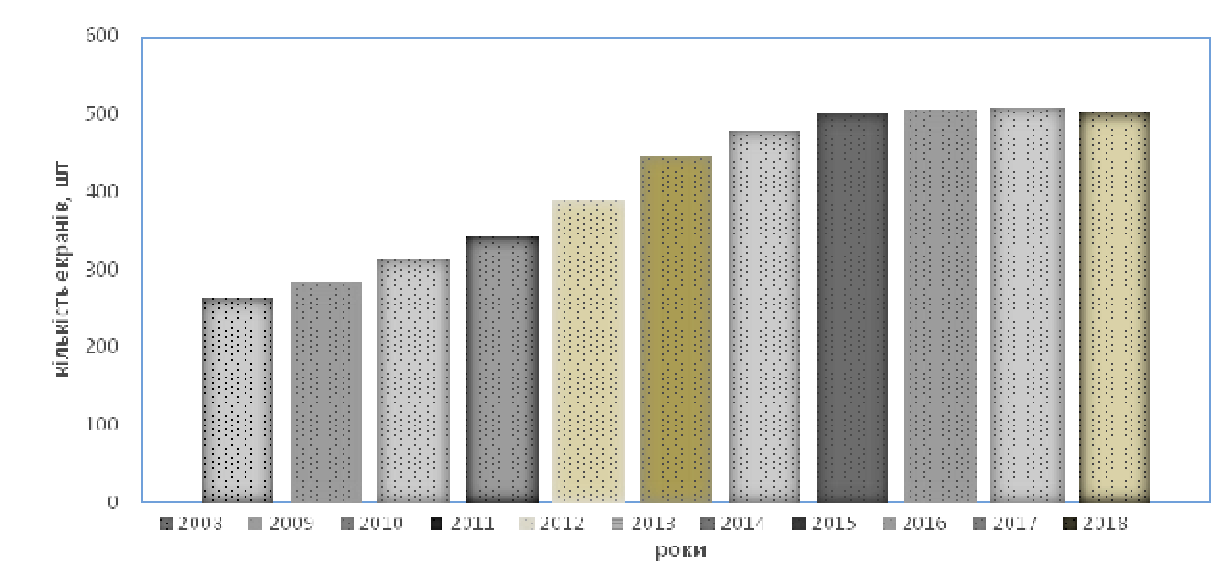
**Динаміка показників, що характеризують розвиток кінопрокатного ринку України
у I кв. 2017–2018 рр.**

Показник	I кв. 2017 р.	I кв. 2018 р.	Темп зростання, %
Загальний бокс-офіс, грн	586864146	660016198	+1,1
Кількість глядачів, осіб	7908351	8016324	+1
Середня вартість квитка, грн	74,21	82,33	+1,1
Кількість екранів, шт.	485	511	+1
Кількість кінотеатрів, шт.	170	176	+1
Середня кількість глядачів на добу, осіб	56891	79352	+1,4
Кількість фільмів у прокаті, шт.	257	298	+1,2

Джерело: сформовано автором на основі [13]



*Рис. 1. Динаміка розвитку кінотеатрів України в період з 2008 по 2018 рр.
Джерело: сформував автор на основі [13]*



*Рис. 2. Динаміка розвитку екранів у кінотеатрах України протягом 2008–2018 рр.
Джерело: сформував автор на основі [13]*

Порівнюючи 2008 та 2018 роки, ми бачимо позитивну тенденцію в розвитку кінопрокатного ринку України. У 2016 році відбулось зменшення кількості кінотеатрів на території України, це зумовлено закриттям державних, комунальних кінотеатрів, через те, що кінотеатри цих форм власності не володіють новітніми технологіями в сфері кінопрокату, не мають чіткої концепції своєї кінотеатральної мережі, а також у них відсутнє нормативно-правове регулювання, що забезпечило б підтримку у провадженні кінопрокатної діяльності. Зростання вартості квитка виступає стримувальним фактором відвідуваності населенням кінотеатральних мереж, тому що він не завжди відповідає платоспроможності відвідувача, проте суб'єкти кінопрокатного ринку не вдаються до введення змін у ціновій політиці на користь населення, а більше того, прагнуть підняти вартість квитка до європейської.

За кордоном кінопрокат дуже добре розвинений, функціонує велика кількість кінотеатрів (до прикладу, в Польщі станом на 2018 рік, працює більше 300 кінотеатрів, у Франції 2045 кінотеатрів, кількість екранів у Німеччині давно перевищує позначку 5000, в США та Китаї кількість кінотеатрів – понад 40000) тому, при населенні в 42 млн. Україні необхідно мати щонайменше тисячу сучасних екранів. Відкриття нових кінозалів давно перетворилось у вигідний бізнес, адже обсяг інвестицій, необхідних для відкриття кінотеатру в Україні, для учасників ринку перебуває в оптимальних нормах, умови роботи вигідні, а рентабельність може досягати 60 %. Розширення кінотеатральних мереж дасть змогу розвинути українську кінематографію, дасть їй змогу досягти високого рівня та вийти на закордонний ринок кінопрокату.

На сьогодні в Україні діє понад десяток кінотеатральних мереж різних форм власності, проте “Multiplex cinema” є найбільшою серед представлених та займає більше ніж 29 % ринку (рис. 3). Друга за величиною – мережа “Планета кіно” (загальна кількість екранів – 49) і позиціонується як головний конкурент Мультиплексу.

Це зумовлено тим, що дані мережі мають велику кількість переваг у порівнянні з іншими. До прикладу кінотеатри мереж Multiplex cinema та “Планета Кіно” дають можливість своїм відвідувачам:

- ознайомитись: з афішею кінофільмів, які перебувають у прокаті, акціями та знижками, а також іншими новинами на своїх офіційних сайтах;
- придбати квитки онлайн у будь-який зручний час;
- стати членом клубу відвідувачів кінотеатру та отримувати безкоштовні квитки, брати участь у розіграшах та ін.;
- проводити час у комфортних умовах під час покупки квитків, попкорну чи інших перекусок, а також очікуючи на сеанс та безпосередньо під час перегляду кінострічок;
- переглядати фільми у відмінній якості, завдяки унікальним технологіям (IMAX, 4DX, 3D, Xpand і т.д.), які були придбані у світових лідерів (до прикладу акустичні системи компанії Harman Kardon);
- використовувати мобільні додатки, де можна придбати квитки, і не роздруковуючи їх потрапити на сеанс просто відсканувавши штрих-код;
- придбати подарункові сертифікати номіналом 100, 200 та 500 гривень;
- побувати на цікавих заходах при введенні в прокат нових фільмів, де зазвичай облаштовують фотозони та проводять конкурси та розіграші призів;
- залишити відгук про кінотеатр та отримати feedback від керівників та власників компаній.

У системі індикаторів рівня монополізації ринку важливе місце посідає індекс Харфіндала-Хіршмана. Він оцінює рівномірність розподілу ринкових часток підприємств на ринку і розраховується за формулою:

$$H = \sum_{i=1}^N s_i^2, \quad (1)$$

де s_i – ринкова доля компанії i ; N – кількість усіх компаній.

Якщо значення індексу перевищує 1800 одиниць, ринок вважається неконкурентним. При значенні індексу 1000 одиниць, тобто у випадку, коли на ринку діє одне підприємство – ринок вважається повністю монополізованим. Ринки із значенням індексу, який дорівнює 1000 та менше, відносять до неконцентрованих. Вони вважаються конкурентними і їх пропозиція та виробництво швидко реагують на зміну ситуації [15, с. 86].

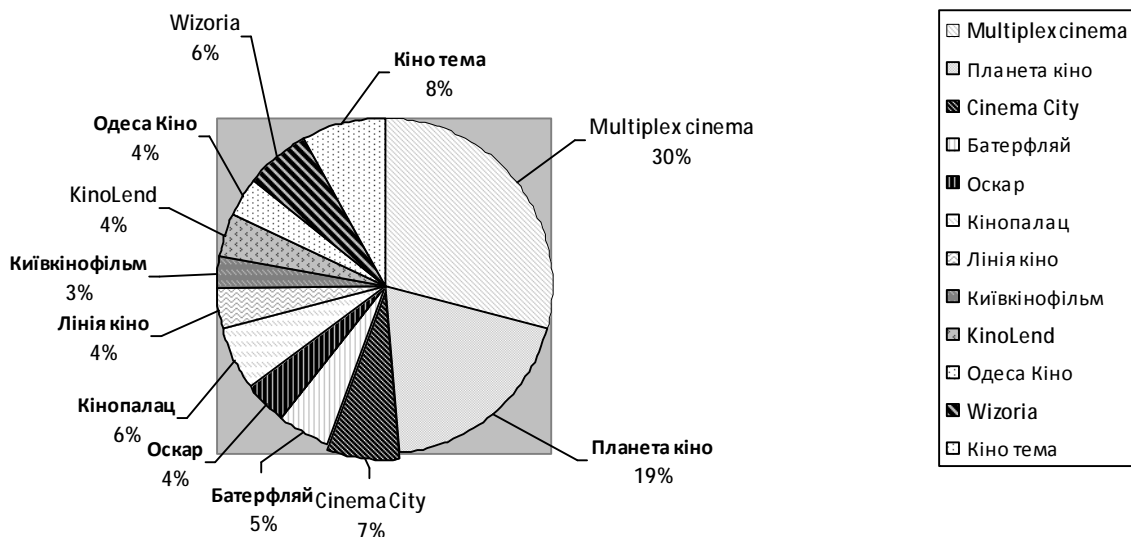


Рис. 3. Частки кінематографічних мереж, що діють на кінопрокатному ринку України
Джерело: сформував автор на основі [14]

На кінопрокатному ринку України діє 12 мереж кінотеатрів. Розрахунок індексу Харфіндала-Хіршмана наведено нижче:

$$HNI = 29^2 + 19^2 + 7^2 + 5^2 + 4^2 + 6^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2 + 4^2 + 6^2 + 8^2 = 1537$$

Значення індексу для вітчизняного кінопрокатного ринку свідчить про середню концентрацію підприємств на цьому ринку. Це означає, що на даному ринку присутній незначний ступінь монополізації та існують тенденції до подальшого зниження ринкового домінування окремих кінематографічних мереж (до прикладу “Кінопалац”).

Висновки

Зробивши аналіз кінопрокатного ринку України, можна запропонувати такі напрями розвитку компанії цієї галузі:

- 1) дотримання стандартів, які ставляться перед кінотеатрами (рівень шуму повинен бути безпечним для слуху глядача, необхідність впровадження європейської системи контролю якості за продуктами, переоснащення на нові технології і т.д.);
- 2) корегування цінової політики;
- 3) постійний моніторинг світових тенденцій на ринку кінопрокату, а також врахування їх у діяльності підприємства;
- 4) створити умови доступу населення до перегляду кінострічок (особливо це стосується районних центрів, селищ, невеликих міст);
- 5) продовжувати реформувати матеріально-технічну базу кіноіндустрії, орієнтуючись на закордонний досвід.

Перспективи подальших досліджень

Отже, після проведення дослідження стала зрозумілішою ситуація на сучасному ринку кінопрокату, визначено головні кінематографічні мережі та дистриб'юторів, які задають тенденції кінопрокату в Україні. Згодом планують окреслити стратегію розвитку вітчизняних кінематографічних мереж, надати рекомендації щодо проведення єдиної державної політики стосовно вирішення питань, пов'язаних з організацією діяльності кіноіндустрії.

1. Вальтер Б. (1997) Московский дневник, М.: Ad Marginem. 2. Фещур Р. В. (2016) Управління соціально-економічним розвитком підприємств: методологія та інструментарій : монографія, Львів: Вид-во “Растр-7”, 226 с. 3. Бакальчук В. (2019) Вітчизняна кіноіндустрія як фактор забезпечення цілісності національно-культурного простору, Available at: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/mart2009/12.htm> 4. Скаченко О. О., Маловська І. Л., Мальшакова А. В.,

Омельяненко О. Ф. (2012) Сергій Данилович Безклубенко : біобібліогр. покажч. (до 80-річчя від дня народження), К. : Вид. центр КНУКіМ, 280 с. 5. Семашко О.М. (2006) Соціологія мистецтва : навч. посіб. Львів : Магнолія плюс, 244с. 6. Чміль Г. (2015) Філософський дискус кіноекранної діяльності, Науковий журнал “Культурологічна думка”, №8, 19-25 7 Верес О.М. Інформаційна інтелектуальна система діяльності кінопрокату, Available at: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/3349/0494.pdf> 8. Гальків Л. І. (2011) Оцінка втрат людського капіталу: теорія, методологія, практика : монографія, Львів : ІРД НАН України, 444 с. 9. Сайт кінотеатральної мережі “Multiplex” Available at: <https://multiplex.ua/ua/about> 10. Сайт кінотеатральної мережі “Київкінофільм” Available at: <http://www.kinokiev.com/> 11. Сайт кінотеатральної мережі «Кінопалац» Available at: <http://kinopalace.lviv.ua/> 12. Сайт кінотеатральної мережі «Планета кіно». Available at: <https://planetakino.ua/about/> 13. Анастасьєва О. (2018) Монополія на кіно: кінопрокатники та державні органи обговорили розвиток кінопрокатного ринку, Українське інтернет-видання про медіа «Детектор медіа». Available at: <https://detector.media/rinok/article/138158/2018-06-04-monopoliya-na-kino-kinoprokatniki-ta-derzhavni-organi-obgovorili-rozvitok-kinoprokatnogo-rinku/> 14. Вільна енциклопедія «Вікіпедія», Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Кінотеатри_України 15. Крамченко Л. І. (2006) Статистика ринку товарів та послуг : навч. посібн. [друге видання, випр. і доповн.], Львів : «Новий світ» – 2000, 296 с.

1. Valter B. (1997) *Moskovskiyi dnevnyk* [Moscow diary]. M.: Ad Marginem [in Russian] 2. Feshchur R. V. (2016) *Upravlinnia sotsialno-ekonomichnym rozvytkom pidpriemstv: metodolohiia ta instrumentarii* [Management of socio-economic development of enterprises: methodology and tools]. Lviv: "Rastr-7" [in Ukrainian] 3. Bakalchuk V. *Vitchyzniana kinoindustriia yak faktor zabezpechennia tsilisnosti natsionalno-kulturnoho prostoru* [Bakalchuk V. Domestic film industry as a factor in ensuring the integrity of the national-cultural space]. (n.d.).<http://old.niss.gov.ua> Retrieved from <http://old.niss.gov.ua/Monitor/mart2009/12.htm> [in Ukrainian] 4. Serhii Danylovych Bezklubenko (2012) *biobibliohr. pokazhch. (do 80-richchia vid dnia narodzhennia)* [biobiographer pointer (to the 80th anniversary of birth)] – К. : Vyd. tsentr KNUKіM [in Ukrainian] 5. Semashko O.M. (2006) *Sotsiolohiia mystetstva* [Sociology of art]. Lviv : Mahnoliia plus [in Ukrainian] 6. Chmil H. (2015) *Filosofskiyi dyskus kinoekrannoi diialnosti* [Philosophical debate of film-screening activity] H. Chmil (Eds.) *Naukovyi zhurnal "Kulturolohichna dumka" - Scientific journal "Culturological Thought"* (pp. 19-25) [in Ukrainian] 7. Veres O. M. *Informatsiina intelektualna systema diialnosti kinoprokatu* [Veres O.M. Information intellectual system of cinema rental activity]. (n.d.). science.lpnu.ua Retrieved from <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/3349/0494.pdf> [in Ukrainian] 8. Halkiv L. I. (2011) *Otsinka vtrat liudskoho kapitalu: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Assessment of human capital losses: theory, methodology, practice] Lviv : IRD NAN Ukrainy [in Ukrainian] 9. Sait kinoteatralnoi merezhi “Multiplex” [Multiplex cinema network site]. <https://multiplex.ua/ua/> Retrieved from <https://multiplex.ua/ua/about> [in Ukrainian] 10. Sait kinoteatralnoi merezhi “Kyivkinofilm” [The site of the cinema network "Kyivkinofilm"] <http://www.kinokiev.com/> Retrieved from <http://www.kinokiev.com/> [in Ukrainian] 11. Sait kinoteatralnoi merezhi “Kinopalats” [Kinopalats movie theater network]. <http://kinopalace.lviv.ua/> Retrieved from <http://kinopalace.lviv.ua/> [in Ukrainian] 12. Sait kinoteatralnoi merezhi “Planeta kino” [The site of the cinematic network "Planeta Kino"] <https://planetakino.ua> Retrieved from <https://planetakino.ua/about/> [in Ukrainian] 13. Anastatieva O. (2018) *Monopoliia na kino: kinoprokatnyky ta derzhavni orhany obhovoryly rozvytok kinoprokatnogo rynku* [Monopoly on cinema: cinematographers and state authorities discussed the development of the film market] // *Ukrainske internet-vydannia pro media “Detektor Media”* [Ukrainian Internet Media “Detector Media”] <https://detector.media> Retrieved from <https://detector.media/rinok/article/138158/2018-06-04-monopoliya-na-kino-kinoprokatniki-ta-derzhavni-organi-obgovorili-rozvitok-kinoprokatnogo-rinku/> [in Ukrainian] 14. *Vilna entsyklopediia “Vikipediia”* [Free Encyclopedia "Wikipedia"] <https://uk.wikipedia.org> Retrieved from https://uk.wikipedia.org/wiki/Кінотеатри_України [in Ukrainian] 15. Kramchenko L. I. (2006) *Statystyka rynku tovariv ta posluh* [Market statistics of goods and services]. Lviv : «Novyi svit» [in Ukrainian]