

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
Уральский Государственный Университет Путей Сообщения
(ФГБОУ ВО «УрГУПС»)
Кафедра «Управление в социальных и экономических системах,
философия и история»

Тема 3. Маркетинговое исследование рынка кинотеатров города Екатеринбурга

Проверил:

Выполнили: Канд. эконм. наук ,
группы ЭКЭК-239

Каазнцев А.А.

Неганов Сергей Александрович

Студенты

Доцент кафедры

Буков Д.Е.

Екатеринбург
2020.

Целью исследования является разработка ВОЗМОЖНЫХ вариантов модификации, оказываемых кинотеатрами города услуг для привлечения потенциальных клиентов.

Для достижения поставленной цели будут решены следующие задачи:

- анализ вторичной маркетинговой информации о состоянии рынка кинотеатров г. Екатеринбурга
- анкетирование тридцати респондентов разных возрастных категорий о конкурентоспособности кинотеатра КАРО по сравнению с наиболее известными и посещаемыми кинотеатрами города, а также оценить позиции кинотеатра на местном рынке
- разработка модифицированного продукта и комплекса маркетинга

Актуальность данного исследования обоснована тем, что сложившаяся на сегодняшний день ситуация в кинотеатрах Екатеринбурга отличается высокой конкурентноспособностью ввиду действия его насыщенности кинотеатрами.

Объект исследования – рынок кинотеатров города Екатеринбург, преимущественно сеть кинотеатров КАМАЗ-КИНО.

Предмет исследования – методы, приемы и инструменты, формирующие комплекс маркетинга компаний рынка.

SWOT-анализ компании КАРО Фильм

Внутренняя среда

Сильные стороны

- большой объем выручки
- высокий уровень выручки от продукции F&V
- различные сегменты ЦА
- ведущая сеть кинотеатров в России
- современное цифровое проекционное оборудование
- гостемания с соблюдением стандартов
- территориальная расположенность
- выход на европейский рынок
- имеет инвестора

Слабые стороны

- высокий коэффициент текучести кадров
- количество конкурентов
- товары за дополнительную стоимость
- отсутствие производства новых товаров
- высокие затраты приобретение продукции
- небольшие затраты на рекламу

Внешняя среда

Возможности

- большое количество покупателей
- открытие новых кинотеатров от сети
- увеличение численности населения
- высокий объем доходов населения
- реализация маркетинговой кампании для привлечения новых посетителей

Угрозы

- значительная степень конкуренции на рынке
- эпидемиологические ситуации в мире
- увеличение объема и структуры налогов
- низкая цена товаров конкурентов

Средняя цена билета в кинотеатрах города Екатеринбурга – около 230–250 рублей. При этом разброс цен колеблется от 70 до 800 рублей. Самые дорогие билеты – в зале IMAX «Синема Парк Старлайт» и залах повышенной комфортности Prada 3D.

Таблица 1- Действующие кинотеатры г. Екатеринбурга

Название	Открыт	Залов	Мест
Континент синема КомсоМолл	2012	4	1040
КАРО ФИЛЬМ	2012	10	1312
Prada 3D Академический	2010	4	260
Киномакс 3D Мегаполис	2008	9	1262
Гринвич Синема	2017	12	1750
Пассаж Синема	2015	7	1300
Киноплекс Карнавал	2008	6	916
Синема Парк Алатырь	2009	9	1303
ККТ «Космос»	1967	3	2191
Премьер-зал «Юго-Западный»	2000	4	713
Премьер-зал «Дом кино»	1998	2	325
Премьер-зал «Парк Хаус»	2015	8	1450
Премьер-зал «Фан Фан»	2012	4	480
Премьер-зал «Гранат»	2012	7	562
Премьер-зал «Знамя»	2003	3	278
Премьер-зал «Заря»	2009	2	184
Салют	1912	6	922
Синема Парк Старлайт	2009	9	1303
5D кинотеатр «Респект»	2013	1	2
Киномакс Колизей	1912	2	313
Титатник Синема	2007	10	1176
ЦК «Урал»	2008	1	150

В рамках нашей работы:

использовать «Супербилет» в разных вариантах: начислять баллы, использовать только в дни, когда падает посещаемость, давать скидку на свой собственный кино-билет или давать скидку на цифровую копию. Контентом могут быть любые фильмы: жанровые объединения, тематические объединения, связанные внешним контекстом, а также франшизы.

СУПЕРБИЛЕТ ЭТО



Оценка эффективности данного проекта складывается из совокупной оценки четырех составляющих:

- количества посетителей, пришедших в кинотеатры;
- объема годовой выручки кинотеатров;
- количества положительных или отрицательных публикаций и эфиров в СМИ;
- количества положительных или отрицательных откликов на сайте кинотеатра относительно акции.

Компания, которая проводит исследование – кинотеатр КАРО

Цель исследования – модификация предоставляемых услуг

Способ стимулирования респондента – анонимность, малое количество затраченного времени на ответы (примерно 1-2 минуты), создание значимости респондента в улучшениях предоставляемых услуг

Механизм заполнения анкеты – ознакомиться с названием и условиями опроса, давать ответы искренне.

Исследование рынка кинотеатров города Екатеринбурга

Здравствуйте! Потратьте, пожалуйста, несколько минут своего времени на заполнение следующей анкеты.

Анонимный опрос с целью модификации предоставляемых услуг кинотеатра КАРО



Актив:
Чтобы а
раздел "

выявили степень осведомленности о кинотеатре КАРО, а также посещение данного кинотеатра и его факторы, где большее значение играет цена билета и расположенность кинотеатра, оценку услуг и приемлемость цен кинотеатра КАРО, а также других кинотеатров города Екатеринбурга.

-узнали о заинтересованности посетителей относительно прокатов фильмов, а также определили средний возраст кинозрителя и что для него необходимо изменить в оказании услуг для создания большей лояльности и тех областей, которые ожидают увидеть, ведь удовлетворенность гостей способствует повторному посещению кинотеатров и увеличивает продажи.

-выявили конкурентов на местном рынке кинотеатров – это сеть Премьер-зал, у которой ниже средняя стоимость билета, чем у КАРО фильм, а также Гринвич/Пассаж Синема, находящийся в центре города.

Вывод

В процессе проведения данного исследования, мы проанализировали вторичную маркетинговую информацию о состоянии рынка кинотеатров города Екатеринбурга; провели онлайн анкетирование респондентов разных возрастных категорий и провели анализ результатов анкетирования; разработали модифицированный маркетинговый продукт.

В результате проделанной работы, мы достигли своей главной цели - разработка возможных вариантов модификации, оказываемых кинотеатрами города услуг для привлечения потенциальных клиентов.

Спасибо за внимание!