

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

РОССИЙСКОГО РЫНКА ПАРКОВ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ 2021

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА (ВЫПУСК 8)

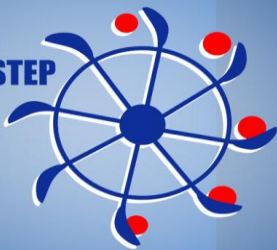
ДЕМОВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. ГК Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения ГК Step by Step.

**Дата выпуска отчета:
Июнь 2021г.**

г. Москва

STEP BY STEP





АННОТАЦИЯ

Описание типа исследования

Данный отчет написан по результатам кабинетного исследования. **Кабинетное исследование** представляет собой вид качественного маркетингового исследования, направленного на поиск и анализ данных, содержащихся в открытых источниках информации.

Объект исследования

Российский рынок парков отдыха и развлечений.

Цели и задачи исследования

Цель данного исследования – анализ текущей ситуации на Рынке.

Задачи:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке;
- Выделение основных сегментов Рынка;
- Определение основных количественных характеристик Рынка;
- Описание структуры Рынка;
- Выявление основных игроков на Рынке;
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок;
- Выявление основных тенденций Рынка;
- Описание потребителей на Рынке.

География исследования

Российская Федерация

Время проведения исследования

Апрель - июнь 2021 г.

Кол-во страниц: 125 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 72 диаграмму, 26 таблиц, 1 схему

**ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

<i>Введение</i>	5
<i>Методологическая часть</i>	6
<i>Описание типа исследования</i>	6
<i>Объект исследования</i>	6
<i>Цели и задачи исследования</i>	6
<i>География исследования</i>	6
<i>Время проведения исследования</i>	6
<i>Методы сбора данных</i>	7
<i>Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок</i>	8
<i>Общая экономическая ситуация</i>	8
<i>ВВП</i>	8
<i>Промышленное производство</i>	9
<i>Инвестиции</i>	11
<i>Инфляция</i>	12
<i>Розничная торговля</i>	13
<i>Уровень жизни населения</i>	13
<i>Резюме</i>	15
<i>Описание отрасли. Индустрия развлечений</i>	16
<i>Описание влияющих Рынков. Рынок гостиниц и заведений общественного питания РФ</i>	19
<i>Основные тенденции гостиничной отрасли</i>	23
<i>Основные тенденции сферы общественного питания</i>	25
<i>Основные определения. Сегментирование рынка</i>	27
<i>Основные определения</i>	27
<i>Общая классификация парков</i>	28
<i>Распределение парков по площади</i>	31
<i>Сегментирование по количеству досуговых объектов</i>	31
<i>Сегментирование по количеству механизированных аттракционов</i>	34
<i>Сегментирование по количеству аттракционов малых форм и игровых автоматов</i>	34
<i>Сегментирование по количеству спортивных объектов (залов, площадок)</i>	35
<i>Сегментирование парков по наличию услуги проката спортивного инвентаря</i>	38



Сегментирование парков по количеству концертных площадок и павильонов	40
Сегментирование парков по количеству игровых объектов на детских площадках в летний и зимний сезоны	41
Сегментирование парков по количеству посадочных мест в кафе и ресторанах в летний и зимний сезоны	42
Сегментирование парков по количеству малых павильонов быстрого питания в летний и зимний сезоны	44
Сегментирование парков по наличию доступа в интернет для посетителей	45
Основные принципы ценообразования	46
Основные количественные характеристики рынка	48
Количество парков культуры и развлечений в России	48
Количество парков культуры и развлечений по федеральным округам России	48
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг	52
Выручка от реализации услуг по величине предприятий	54
Долгосрочные инвестиции в объекты рынка	55
Коэффициент текущей ликвидности предприятий рынка	56
Количество мероприятий в парках	57
Численность посетителей на платных мероприятиях в парках	59
Численность специалистов культурнодосугового профиля в парках	62
Фактор сезонности на рынке	63
Тенденции рынка	64
Дайджест событий	65
Конкурентный анализ	68
Основные игроки рынка	68
Основные параметры конкуренции	74
Описание профилей крупнейших компаний, развивающих направление открытых парков отдыха и развлечений	74
«Сочи-Парк»	74
«Сказка»	76
"Парки Ижевска"	79
SKYPARK	81
Norway Park	83



<i>Описание профилей крупнейших компаний, развивающих направление крытых развлекательных парков</i>	85
<i>Замания</i>	85
<i>Кидзания</i>	88
<i>Высотный город</i>	89
<i>Сравнительная характеристика основных игроков рынка</i>	92
<i>Сопоставление финансовых показателей</i>	92
<i>Сопоставление цен на услуги</i>	96
<i>Сопоставление качественных характеристик</i>	97
<i>Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими игроками</i>	100
<i>Анализ потребителей</i>	101
<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>	116
<i>Обобщающие выводы по отчету</i>	117
<i>STEP-анализ Рынка</i>	117
<i>Основные итоги исследования</i>	120

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Индекс промышленного производства 2018 –2020 гг., % к соотв. периоду предыдущего года

Диаграмма 2. Динамика роста инвестиций в 2017 – 2020 (I- III кв.) гг., трлн. руб. и %

Диаграмма 3. Инфляция в 2011-2020 гг., %

Диаграмма 4. Реальные располагаемые денежные доходы населения РФ, 2014 – 2020гг., %

Диаграмма 5. Выручка российских культурных индустрий, 2016 – 2020 (оценка) гг., трлн. руб. и %

Диаграмма 6. Долгосрочные финансовые вложения, осуществленные организациями в сферу «Деятельность в области отдыха и развлечений», 2017 – 2019 гг., млн. руб. и %

Диаграмма 7. Количество вновь созданных организаций по ОКВЭД2 «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания», 2017 – 2021 (прогноз) гг., ед.



Диаграмма 8. Количество организаций по данным государственной регистрации по ОКВЭД2 «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания», на 1 января, 2018 – 2021 гг., тыс. ед.

Диаграмма 9. Количество организаций по данным государственной регистрации по ОКВЭД2 «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» по федеральным округам, на 1 января 2021г., %

Диаграмма 10. Объем выручки (с учетом налогов и аналогичных обязательных платежей) от продажи услуг по виду деятельности «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания», 2017 – 2020, гг., млрд. руб.

Диаграмма 11. Распределение выручки по виду деятельности «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания», 2020 г., %

Диаграмма 12. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по занимаемой площади, %

Диаграмма 13. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству досуговых объектов, %

Диаграмма 14. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству досуговых объектов, работающих круглогодично, %

Диаграмма 15. Соотношение парков с круглогодично работающими досуговыми объектами и с сезонными досуговыми объектами, %

Диаграмма 16. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству механизированных аттракционов, %

Диаграмма 17. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству аттракционов малых форм и игровых автоматов, %

Диаграмма 18. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству спортивных объектов в летний сезон, %

Диаграмма 19. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству спортивных объектов в зимний сезон, %

Диаграмма 20. Соотношение парков с круглогодично работающими спортивными объектами и с сезонными спортивными объектами, %

Диаграмма 21. Соотношение парков, предоставляющих услуги проката спортивного инвентаря в летний и зимний сезоны, %

Диаграмма 22. Соотношение парков, осуществляющих прокат спортивного инвентаря круглогодично или сезонно, % от предоставляющих услугу объектов



Диаграмма 23. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству концертных площадок, павильонов, %

Диаграмма 24. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству игровых объектов на детских площадках в летний сезон, %

Диаграмма 25. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству игровых объектов на детских площадках в зимний сезон, %

Диаграмма 26. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству посадочных мест в кафе и ресторанах в летний сезон, %

Диаграмма 27. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству посадочных мест в кафе и ресторанах в зимний сезон, %

Диаграмма 28. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству малых павильонов быстрого питания в летний сезон, %

Диаграмма 29. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству малых павильонов быстрого питания в зимний сезон, %

Диаграмма 30. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по наличию доступа в интернет для посетителей, %

Диаграмма 31. Число парков культуры и отдыха России, 2007-2020 гг., ед.

Диаграмма 32. Распределение федеральных округов России по количеству парков культуры и отдыха, 2020 г.(оценка), %

Диаграмма 33. Динамика числа парков культуры и отдыха по федеральным округам РФ, 2007 – 2020 (оценка), ед.

Диаграмма 34. ТОП-10 областей и городов федерального значения по количеству парков культуры и отдыха РФ, 2007 – 2020гг. (оценка), ед.

Диаграмма 35. Динамика числа парков культуры и отдыха по областям РФ и городам федерального значения, где их число наиболее велико, 2007 – 2020гг. (оценка), ед.

Диаграмма 36. Выручка (нетто) от продажи услуг по категории «Деятельность парков культуры и отдыха и тематических парков» (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и иных аналогичных обязательных платежей), 2017 – 2020 гг., млн. руб.



Диаграмма 37. Выручка (нетто) от продажи услуг по категории «Деятельность ярмарок и парков с аттракционами» (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и иных аналогичных обязательных платежей), 2010 – 2016 гг., млн. руб.

Диаграмма 38. Величина предприятий, предоставляющих услуги по категории «Деятельность парков культуры и отдыха и тематических парков» по общему объему выручки (нетто), %

Диаграмма 39. Долгосрочные инвестиции по видам деятельности «Деятельность парков культуры и отдыха и тематических парков», значение показателя за год, 2017 – 2020 (оценка)гг., млн. руб.

Диаграмма 40. Коэффициент текущей ликвидности, 2017 – 2020 гг., %

Диаграмма 41. Число мероприятий в парках культуры и отдыха, 2010 – 2019, тыс. ед.

Диаграмма 42. Соотношение федеральных округов РФ по количеству мероприятий в парка культуры, отдыха и развлечений, %

Диаграмма 43. Доля мероприятий в парках Москвы и Центрального федерального округа, %

Диаграмма 44. Доля мероприятий в парках Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа, %

Диаграмма 45. Численность посетителей на платных мероприятиях парков культуры, отдыха и развлечений, 2010 – 2019 гг., млн. чел.

Диаграмма 46. Соотношение федеральных округов РФ по численности посетителей на платных мероприятиях парков культуры, отдыха и развлечений, %

Диаграмма 47. Доля посетителей платных мероприятий в парках Москвы и Центрального федерального округа, %

Диаграмма 48. Доля посетителей платных мероприятий в парках Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа, %

Диаграмма 49. Численность специалистов культурнодосугового профиля в парках культуры, отдыха и развлечений, 2010 – 2019 гг., чел.

Диаграмма 50. Прирост выручки игроков рынка в сегменте открытых парков, 2020 к 2019 гг., %

Диаграмма 51. Прирост чистой прибыли игроков рынка в сегменте открытых парков, 2020 к 2019 гг., %

Диаграмма 52. Прирост выручки игроков рынка в сегменте крытых парков, 2020 к 2019 гг., %



Диаграмма 53. Прирост чистой прибыли игроков рынка в сегменте крытых парков, 2020 к 2019 гг., %

Диаграмма 54. Частота посещения парков, %

Диаграмма 55. На момент опроса: как изменилась частота посещения вами парков сейчас, по сравнению с «допандемийным» периодом?, %

Диаграмма 56. Где расположен парк, который вы посещаете чаще всего?, %

Диаграмма 57. Удовлетворены ли вы посещением парка?, %

Диаграмма 58. Каковы причины выбора вами парка?

Диаграмма 59. Рекомендуете ли Вы посещение данного парка друзьям?, %

Диаграмма 60. Что не устраивает вас при посещении парка?, %

Диаграмма 61. Посещали ли вы аналогичные парки за границей?, %

Диаграмма 62. Сколько денег вы готовы потратить при посещении парка отдыха?, %

Диаграмма 63. Как изменились ваши траты при посещении парков в текущем календарном году по сравнению с прошлым позапрошлым годами?, %

Диаграмма 64. Какова ваша основная цель прогулки в парке?, %

Диаграмма 65. Наиболее интересные виды развлечений в парках, %

Диаграмма 66. С кем вы посещаете парк чаще всего?, %

ДИАГРАММА 67. Какие аттракционы вы бы выбрали в парке?

Диаграмма 68. Интересно ли вам приобрести абонемент на посещение аттракционов в парке?, %

Диаграмма 69. Как часто вы посещаете пункты питания парке?, %

Диаграмма 70. Что именно вы покупаете в пунктах питания в парке?, %

Диаграмма 71. Сколько денег вы готовы потратить на питание в парке?, %

Диаграмма 72. Как изменились ваши траты при покупке еды в парке в текущем календарном году по сравнению с прошлым и позапрошлым годами?, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Ежегодный рост ВВП 2017-2020 гг., %

Таблица 2. Реальные располагаемые денежные доходы населения РФ поквартально, 2018 – 2020 гг., %

Таблица 3. ТОП-15 компаний по ОКВЭД2 «Деятельность парков культуры и отдыха и тематических парков» по выручке 2020г. Сайт, выручка, активы

Таблица 4. Крупные игроки рынка, декларирующие иной основной вид деятельности по ОКВЭД2 по итогам 2020г. Сайт, выручка, активы



- Таблица 5. Тарифы на услуги Сочи Парка
- Таблица 6. Выручка и чистая прибыль АО "СОЧИ-ПАРК" 2011-2020 гг., тыс. руб.
- Таблица 7. Тарифы на услуги парка «Сказка» («безлимит» на 1 чел.)
- Таблица 8. Выручка и чистая прибыль ООО «ПАРК СКАЗКА» 2017-2020 гг., тыс. руб.
- Таблица 9. Выручка и чистая прибыль ООО «Огарден» 2017-2020 гг., тыс. руб.
- Таблица 10. Выручка и чистая прибыль АО «Парки Ижевска» 2011-2020 гг., тыс. руб.
- Таблица 11. Выручка и чистая прибыль ООО «СКАЙПАРК» 2014-2018 гг., тыс. руб.
- Таблица 12. Выручка и чистая прибыль ООО «НОРВЕЖСКИЙ ПАРК ОРЕХ» 2011-2020 гг., тыс. руб.
- Таблица 13. Тарифы на услуги парков Замания в г. Москве
- Таблица 14. Выручка и чистая прибыль ООО «Замания» 2017-2020 гг., тыс. руб.
- Таблица 15. Тарифы на услуги парка Кидзания
- Таблица 16. Выручка и чистая прибыль ООО «Мечтариум» 2013-2020 гг., тыс. руб.
- Таблица 17. Тарифы на услуги объектов «Высотный город» в Питерлэнде и Гранд Каньоне, руб.
- Таблица 18. Тарифы на услуги Батутного центра ZebraTut
- Таблица 19. Выручка и чистая прибыль ООО «Высотный город» 2016-2020 гг., тыс. руб.
- Таблица 20. Динамика чистой прибыли игроков рынка в 2019 – 2020 гг., млн. руб.
- Таблица 21. Динамика чистой прибыли игроков рынка в 2017 – 2018 гг., млн. руб.
- Таблица 22. Сравнительный анализ цен на посещение открытых парков «Сочи-парк» и «Сказка»
- Таблица 23. Сравнительный анализ цен на посещение крытых парков Замания, «высотный город», «Кидзания», ZebraTut
- Таблица 24. Сравнительная характеристика основных игроков сегмента открытых парков по качественным показателям
- Таблица 25. Сравнительная характеристика основных игроков сегмента крытых парков по качественным показателям



Таблица 26. STEP-анализ российского рынка парков отдыха и развлечений

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Классификация парков культуры, отдыха и развлечений



ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОБЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ

Российский рынок солода, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных экономических показателей.

На развитие экономики в целом, и отдельных рынков в частности, влияют в первую очередь следующие макроэкономические факторы:

- ВВП
- Промышленное производство
- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Инвестиции
- Розничная торговля.

ВВП

Снижение валового внутреннего продукта (ВВП) России в 2020 году составило

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ТАБЛИЦА 1. ЕЖЕГОДНЫЙ РОСТ ВВП 2017-2020 гг., %

Показатель	2017	2018	2019	2020

Источник: ГК Step by Step на основании данных МЭРТ РФ

Ранее правительство России одобрило

.....

.....

.....

.....



.....
.....
ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Промышленное производство в России по итогам 2020 года снизилось на

.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 1. ИНДЕКС ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА 2018 –2020 гг., % к соотв. периоду предыдущего года

*Источник: ГК Step by Step на основании данных ******

Снижение выпуска промышленной продукции в России произошло впервые с 2009 года, когда промышленность упала на

.....
.....

В феврале 2021 г. промышленное производство снизилось на -

.....
.....
.....
.....

В отраслевом разрезе продолжился рост в химическом комплексе

.....
.....
.....
.....

ИНВЕСТИЦИИ

Инвестиции в основной капитал в РФ за январь-сентябрь 2020 года упали на

.....
.....



ДИАГРАММА 2. ДИНАМИКА РОСТА ИНВЕСТИЦИЙ В 2017 – 2020 (I- III кв.) ГГ., ТРЛН. РУБ. И %

*Источник: ГК Step by Step на основании данных ******

В 2020 году экономисты прогнозируют падение инвестиций на
.....
.....
.....
.....

Инфляция

В целом за 2020 год инфляция в России составила
.....
.....¹

ДИАГРАММА 3. Инфляция в 2011-2020 гг., %

Источник: ГК Step by Step на основании данных МЭРТ РФ

Годовая инфляция в России в январе 2021 года составила
.....
.....

В феврале 2021 г. потребительские цены выросли на
.....
.....
.....
.....

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

Оборот розничной торговли в РФ в 2020 году снизился на
.....
.....

Розничный товароборот продовольственных товаров упал на.....

¹ <https://www.rosbalt.ru/business/2021/01/12/1881728.html>



.....
.....
.....

Значительно изменилось и потребительское поведение:

.....
.....
.....

УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

В 2020 году рынок труда отреагировал на ухудшение экономической ситуации увеличением безработицы. Численность занятых снизилась на

.....
.....
.....

ДИАГРАММА 4. РЕАЛЬНЫЕ РАСПОЛАГАЕМЫЕ ДЕНЕЖНЫЕ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ РФ, 2014 – 2020гг., %

Источник: ГК Step by Step на основании данных *****

Общая численность безработных (по методологии Международной организации труда) увеличилась на

.....
.....

Реальные располагаемые доходы россиян в четвертом квартале 2020 года

.....
.....

ТАБЛИЦА 2. РЕАЛЬНЫЕ РАСПОЛАГАЕМЫЕ ДЕНЕЖНЫЕ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ РФ ПОКВАРТАЛЬНО, 2018 – 2020 ГГ., %

Период	в % к	
	соответствующему периоду прошлого года	предыдущему периоду
2018		



Период	В % к	
	соответствующему периоду прошлого года	предыдущему периоду
2019		
2020		

Источник: ГК Step by Step на основании данных *****

Минэкономразвития рассчитывает, что в 2021 году реальные располагаемые доходы

.....

РЕЗЮМЕ

Экономическая ситуация в стране остается актуальным и наболевшим вопросом для каждого жителя, ведь ее благополучие означает улучшение уровня жизни граждан.

.....
.....
.....
.....
.....



ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ. ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Рынок парков отдыха и развлечений входит в обширную отрасль развлечений, куда помимо парков и мероприятий в них входят:

.....
.....
.....
.....

По предварительным итогам выручка российских культурных индустрий в 2020 г. упала с

.....
.....
.

ДИАГРАММА 5. ВЫРУЧКА РОССИЙСКИХ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ, 2016 – 2020 (ОЦЕНКА) ГГ., ТРЛН. РУБ. И %

Источник: ГК Step by Step на основании материалов «Коммерсантъ» и InterMedia

Российская индустрия развлечений и медиа оценивалась как одна из самых динамично развивающихся в Европе. Положительное

.....
.....
.....
.....

Приведем показатели величины долгосрочных финансовых вложений в сферу отдыха и развлечений России.

ДИАГРАММА 6. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ВЛОЖЕНИЯ, ОСУЩЕСТВЛЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ В СФЕРУ «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ», 2017 – 2019 ГГ., МЛН. РУБ. И %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

Согласно предварительной оценке, общие доходы музеев, включая госфинансирование,



.....
.....

Ощутимым оказалось падение в тех сферах, где

.....
.....
.....
.....

Аналитики проанализировали онлайн-продажи сферы развлечений

.....
.....

Очевидно, что влияние пандемии коронавируса на индустрию крайне велико. Предприятия отрасли

.....
.....
.....
.....

ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ. РЫНОК ГОСТИНИЦ И ЗАВЕДЕНИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РФ

В качестве смежного рынка по отношению к рынку парков отдыха и развлечений следует рассмотреть рынок гостиниц и заведений общественного питания. В ряде парков действуют кафе, рестораны, заведения фаст-фуда. В тематических парках также функционируют гостиницы для посетителей, приехавших на несколько дней. Таким образом, данные услуги близки и имеют частично общую целевую аудиторию.

.....
.....
.....
.....



В 2020 году снижение показателя составило

.....
.....

По итогам января – февраля 2021 года число вновь созданных организаций составило

.....
.....

ДИАГРАММА 7. КОЛИЧЕСТВО ВНОВЬ СОЗДАНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ОКВЭД2 «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ», 2017 – 2021 (ПРОГНОЗ) ГГ., ЕД.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

Общее количество предприятий за последние четыре года сокращается, так если на 1 января 2018 года их количество составляло

.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 8. КОЛИЧЕСТВО ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ДАННЫМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИСТРАЦИИ ПО ОКВЭД2 «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ», НА 1 ЯНВАРЯ, 2018 – 2021 ГГ., ТЫС. ЕД.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

ДИАГРАММА 9. КОЛИЧЕСТВО ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ДАННЫМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИСТРАЦИИ ПО ОКВЭД2 «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ» ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ, НА 1 ЯНВАРЯ 2021Г., %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

Наибольшее количество предприятий изучаемой сферы деятельности зарегистрировано в Центральном федеральном округе

.....
.....
.....
.....



ДИАГРАММА 10. ОБЪЕМ ВЫРУЧКИ (С УЧЕТОМ НАЛОГОВ И АНАЛОГИЧНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ) ОТ ПРОДАЖИ УСЛУГ ПО ВИДУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ», 2017 – 2020, ГГ., МЛРД. РУБ.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

Выручка предприятий по виду деятельности «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» по итогам 2020 года

.....
.....
.....

ДИАГРАММА 11. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЫРУЧКИ ПО ВИДУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ», 2020 Г., %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

Более половины всей выручки от деятельности гостиниц и предприятий общественного питания приходится на Центральный федеральный округ

.....
.....
.....

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ГОСТИНИЧНОЙ ОТРАСЛИ

Гостиничная отрасль пострадала от пандемии больше других: ограничения на перемещения и резкий спад спроса привели к тому, что по итогам 2020 года объем рынка услуг гостиниц и аналогичных услуг по предоставлению временного жилья в России резко сократился. Тем не менее

.....
.....
.....
.....
.....
.....



.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Кризис, вызванный пандемией covid-19, не помешал операторам рынка общепита открывать новые заведения. По итогам 2020 года в городах-миллионниках общее количество точек увеличилось на

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА

ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Парк развлечений

.....
.....
.....
.....
.....

Согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД 2) деятельность парков отдыха и развлечений попадает в категорию раздела «Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений»:

.....
.....
.....
.....
.....

Также согласно Общероссийскому классификатору продукции по видам экономической деятельности ОК 034-2014 (ОКПД 2) объекты, предлагающие изучаемую услугу, попадают в раздел «Услуги в области искусства, развлечений, отдыха и спорта»:

.....
.....
.....
.....
.....

ОБЩАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ПАРКОВ

Существуют различные типы классификации парков:

- По функциональному назначению:

.....
.....
.....



.....
.....
СХЕМА 1. КЛАССИФИКАЦИЯ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ, ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Источник: ГК Step by Step

Приведем некоторые определения основных видов парков.

Многофункциональные **парки** —

.....
.....

Детские **парки**

.....
.....

Выставочные **парки**

.....
.....
.....
.....
.....

Статистические органы РФ оперируют данными, на основании которых можно сегментировать парки:

.....
.....
.....
.....
.....



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ ПО ПЛОЩАДИ

Согласно данным Министерства культуры РФ, ...% всех парков культуры и развлечений составляют объекты с общей площадью до

.....
.....
.....

ДИАГРАММА 12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО ЗАНИМАЕМОЙ ПЛОЩАДИ, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

.....
.....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО КОЛИЧЕСТВУ ДОСУГОВЫХ ОБЪЕКТОВ

К досуговым объектам относятся

.....
.....

Практически

.....
.....

ДИАГРАММА 13. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ ДОСУГОВЫХ ОБЪЕКТОВ, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

Также велика доля парков, которые имеют до 10 включительно объектов досуга

.....
.....



Досуговые объекты, работающие на территориях парков, работают как круглогодично, так и в определенный период года, чаще летом. Согласно статистическим данным,

.....
.....
.....

ДИАГРАММА 14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ ДОСУГОВЫХ ОБЪЕКТОВ, РАБОТАЮЩИХ КРУГЛОГОДИЧНО, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

ДИАГРАММА 15. СООТНОШЕНИЕ ПАРКОВ С КРУГЛОГОДИЧНО РАБОТАЮЩИМИ ДОСУГОВЫМИ ОБЪЕКТАМИ И С СЕЗОННЫМИ ДОСУГОВЫМИ ОБЪЕКТАМИ, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

Важно отметить, что количество парков, не имеющих круглогодично работающих досуговых объектов, не высоко,

.....
.....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО КОЛИЧЕСТВУ МЕХАНИЗИРОВАННЫХ АТТРАКЦИОНОВ

Более половины всех парков имеют до

.....
.....

ДИАГРАММА 16. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ МЕХАНИЗИРОВАННЫХ АТТРАКЦИОНОВ, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России



СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО КОЛИЧЕСТВУ АТТРАКЦИОНОВ МАЛЫХ ФОРМ И ИГРОВЫХ АВТОМАТОВ

.....
.....
.....

ДИАГРАММА 17. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ АТТРАКЦИОНОВ МАЛЫХ ФОРМ И ИГРОВЫХ АВТОМАТОВ, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО КОЛИЧЕСТВУ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ (ЗАЛОВ, ПЛОЩАДОК)

...% всех парков отдыха и развлечений имеют до
.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 18. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ В ЛЕТНИЙ СЕЗОН, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

Соотношение парков по числу спортивных объектов, работающих в зимний сезон, примерно такое же,
Т.....
.....
.....
.....



ДИАГРАММА 19. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ В ЗИМНИЙ СЕЗОН, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

Стоит отметить, что

.....
.....

Доля парков, в которых спортивные объекты открыты только в летний сезон, составляет

.....
.....

ДИАГРАММА 20. СООТНОШЕНИЕ ПАРКОВ С КРУГЛОГОДИЧНО РАБОТАЮЩИМИ СПОРТИВНЫМИ ОБЪЕКТАМИ И С СЕЗОННЫМИ СПОРТИВНЫМИ ОБЪЕКТАМИ, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПАРКОВ ПО НАЛИЧИЮ УСЛУГИ ПРОКАТА СПОРТИВНОГО ИНВЕНТАРЯ

.....
.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 21. СООТНОШЕНИЕ ПАРКОВ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ УСЛУГИ ПРОКАТА СПОРТИВНОГО ИНВЕНТАРЯ В ЛЕТНИЙ И ЗИМНИЙ СЕЗОНЫ, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

ДИАГРАММА 22. СООТНОШЕНИЕ ПАРКОВ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ПРОКАТ СПОРТИВНОГО ИНВЕНТАРЯ КРУГЛОГОДИЧНО ИЛИ СЕЗОННО, % ОТ ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ УСЛУГУ ОБЪЕКТОВ

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России



При
.....
.....
.....

Сегментирование парков по количеству концертных площадок и павильонов

В% парков располагается
.....
.....
.....

Диаграмма 23. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству концертных площадок, павильонов, %
Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

....% объектов не имеют на своей территории концертных площадок.

Сегментирование парков по количеству игровых объектов на детских площадках в летний и зимний сезоны

В% парках задекларировано 10
.....
.....

Диаграмма 24. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству игровых объектов на детских площадках в летний сезон, %
Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России



В

.....
.....
.....

ДИАГРАММА 25. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ ИГРОВЫХ ОБЪЕКТОВ НА ДЕТСКИХ ПЛОЩАДКАХ В ЗИМНИЙ СЕЗОН, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПАРКОВ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПОСАДОЧНЫХ МЕСТ В КАФЕ И РЕСТОРАНАХ В ЛЕТНИЙ И ЗИМНИЙ СЕЗОНЫ

В летний период

.....
.....
.....

В зимний период

.....
.....
.....

ДИАГРАММА 26. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПОСАДОЧНЫХ МЕСТ В КАФЕ И РЕСТОРАНАХ В ЛЕТНИЙ СЕЗОН, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

ДИАГРАММА 27. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПОСАДОЧНЫХ МЕСТ В КАФЕ И РЕСТОРАНАХ В ЗИМНИЙ СЕЗОН, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России



СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПАРКОВ ПО КОЛИЧЕСТВУ МАЛЫХ ПАВИЛЬОНОВ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ В ЛЕТНИЙ И ЗИМНИЙ СЕЗОНЫ

.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 28. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ МАЛЫХ ПАВИЛЬОНОВ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ В ЛЕТНИЙ СЕЗОН, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 29. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ МАЛЫХ ПАВИЛЬОНОВ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ В ЗИМНИЙ СЕЗОН, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПАРКОВ ПО НАЛИЧИЮ ДОСТУПА В ИНТЕРНЕТ ДЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

В% парков предоставляется доступ в интернет для посетителей. В остальных объектах доступа в интернет для посетителей не предусмотрен.

ДИАГРАММА 30. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РФ ПО НАЛИЧИЮ ДОСТУПА В ИНТЕРНЕТ ДЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ, %

Источник: ГК Step by Step на основании открытых данных Министерства культуры России



ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Парки развлечений на российском рынке бывают разными. Билеты в них могут быть платными и бесплатными, в цену билета может включаться несколько услуг, оплата может производиться непосредственно за использование аттракциона, а может и не взиматься вовсе.

Стоимость билетов в парки развлечений зависят от нескольких факторов:

.....
.....

В праздничные дни и в выходные в большинстве парков стоимость на отдельные аттракционы увеличивается на 10-20%.

.....
.....

Взрослые билеты дороже детских. Разница в стоимости в среднем составляет 50%.

.....
.....
.....



КОЛИЧЕСТВО ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЙ В РОССИИ

Согласно данным Министерства культуры РФ количество зарегистрированных парков культуры и отдыха в России ежегодно сокращается. В

.....
.....
.....

ДИАГРАММА 31. Число парков культуры и отдыха России, 2007-2020 гг., ед.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Министерства культуры и Росстата

КОЛИЧЕСТВО ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЙ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ РОССИИ

Наибольшая доля парков культуры и отдыха находится в

.....
.....
.....

ДИАГРАММА 32. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГОВ РОССИИ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА, 2020 г.(ОЦЕНКА), %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Министерства культуры и Росстата

На третьем месте в данном распределении находится

.....
.....

Приведем также данные по числу объектов по федеральным округам в динамике за несколько лет.

.....
.....
.....



ДИАГРАММА 33. ДИНАМИКА ЧИСЛА ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ РФ, 2007 – 2020 (ОЦЕНКА), ЕД.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Министерства культуры и Росстата

Небольшой прирост числа объектов наблюдался в
.....
.....

Представляют интерес данные по областям страны и городам федерального значения с наибольшим числом парков культуры и отдыха.

ДИАГРАММА 34. ТОП-10 ОБЛАСТЕЙ И ГОРОДОВ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА РФ, 2007 – 2020ГГ. (ОЦЕНКА), ЕД.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Министерства культуры и Росстата

На первом месте находится
.....
.....

ДИАГРАММА 35. ДИНАМИКА ЧИСЛА ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА ПО ОБЛАСТЯМ РФ И ГОРОДАМ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ, ГДЕ ИХ ЧИСЛО НАИБОЛЕЕ ВЕЛИКО, 2007 – 2020ГГ. (ОЦЕНКА), ЕД.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Министерства культуры и Росстата

ВЫРУЧКА ОТ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ, ПРОДУКЦИИ, РАБОТ, УСЛУГ

Выручка от продажи услуг компаний, работающих в категории «Деятельность парков культуры и отдыха и тематических парков» в 2020 году составила
.....
.....



Данный показатель можно рассматривать как объем рынка в денежном выражении.

ДИАГРАММА 36. ВЫРУЧКА (НЕТТО) ОТ ПРОДАЖИ УСЛУГ ПО КАТЕГОРИИ «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ» (ЗА МИНУСОМ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ, АКЦИЗОВ И ИНЫХ АНАЛОГИЧНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ), 2017 – 2020 ГГ., МЛН. РУБ.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Министерства культуры и Росстата

Так как с 2017 года произошло изменение системы учета статистических показателей (ОКВЭД2 вместо ОКВЭД), данные по изучаемому рынку на период с 2016 года и ранее приводятся информативно по укрупненному по показателю «Деятельность ярмарок и парков с аттракционами», которым статистические организации оперировали ранее.

ДИАГРАММА 37. ВЫРУЧКА (НЕТТО) ОТ ПРОДАЖИ УСЛУГ ПО КАТЕГОРИИ «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЯРМАРОК И ПАРКОВ С АТТРАКЦИОНАМИ» (ЗА МИНУСОМ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ, АКЦИЗОВ И ИНЫХ АНАЛОГИЧНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ), 2010 – 2016 ГГ., МЛН. РУБ.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Министерства культуры и Росстата

Ретроспективно можно отметить падение показателя в
.....
.....
.....
.....

ВЫРУЧКА ОТ РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ ПО ВЕЛИЧИНЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

Представляют интерес данные о том, какой вклад в общий объем выручки приходится на организации разных размеров.

Так, по итогам
.....
.....
.....





ДИАГРАММА 38. ВЕЛИЧИНА ПРЕДПРИЯТИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ УСЛУГИ ПО КАТЕГОРИИ «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ» ПО ОБЩЕМУ ОБЪЕМУ ВЫРУЧКИ (НЕТТО), %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Министерства культуры и Росстата

ДОЛГОСРОЧНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ОБЪЕКТЫ РЫНКА

На момент написания отчета аналитики оперируют данными по объему долгосрочных инвестиций в объекты рынка за 2017 – 2019 гг. Исходя из показателя выручки предприятий (см. выше) сделана оценка возможной величины инвестиций в 2020 году, которая составляет

.....
.....

ДИАГРАММА 39. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ ПО ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ», ЗНАЧЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ ЗА ГОД, 2017 – 2020 (ОЦЕНКА)ГГ., МЛН. РУБ.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

КОЭФФИЦИЕНТ ТЕКУЩЕЙ ЛИКВИДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЫНКА

Коэффициент текущей ликвидности показывает способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счет только оборотных активов.

ДИАГРАММА 40. КОЭФФИЦИЕНТ ТЕКУЩЕЙ ЛИКВИДНОСТИ, 2017 – 2020 ГГ., %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

В 2020 году (по итогам года) коэффициент текущей ликвидности предприятий рынка составил

.....
.....



КОЛИЧЕСТВО МЕРОПРИЯТИЙ В ПАРКАХ

Общее количество мероприятий в парках по итогам 2019 года составляет

.....
.....

ДИАГРАММА 41. ЧИСЛО МЕРОПРИЯТИЙ В ПАРКАХ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА, 2010 – 2019, ТЫС. ЕД.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

Показатель по результатам 2020 года может снизиться на

.....

(осторожный прогноз аналитиков ГК Step by Step) из-за закрытия развлекательных объектов весной 2020 года и необходимости россиянам экономить денежные средства путем снижения расходов на развлечения. Отчетных данных по прошедшему году на момент написания отчета нет.

ДИАГРАММА 42. СООТНОШЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГОВ РФ ПО КОЛИЧЕСТВУ МЕРОПРИЯТИЙ В ПАРКА КУЛЬТУРЫ, ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ, %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

Отметим, что в Центральном федеральном округе

.....
.....

ДИАГРАММА 43. ДОЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ В ПАРКАХ МОСКВЫ И ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА, %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

В Северо-Западном федеральном округе

.....
.....

ДИАГРАММА 44. ДОЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ В ПАРКАХ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА, %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата



ЧИСЛЕННОСТЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ НА ПЛАТНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ В ПАРКАХ

На момент написания отчета аналитики обладают информацией о численности посетителей на платных мероприятиях в парках культуры, отдыха и развлечений РФ по итогам 2019 года. Данный показатель составляет

.....
.....

ДИАГРАММА 45. ЧИСЛЕННОСТЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ НА ПЛАТНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ, ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ, 2010 – 2019 гг., млн. чел.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

По предварительным оценкам число посетителей платных мероприятий в парках в 2020 году сократилось на

.....
.....

Наибольшая доля посетителей платных мероприятий в парках приходится на

.....
.....

ДИАГРАММА 46. СООТНОШЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГОВ РФ ПО ЧИСЛЕННОСТИ ПОСЕТИТЕЛЕЙ НА ПЛАТНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ, ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ, %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

Важно отметить, что в Центральном федеральном округе более половины всех посетителей платных мероприятий в парках зафиксированы в

.....
.....

ДИАГРАММА 47. ДОЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПЛАТНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ПАРКАХ МОСКВЫ И ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА, %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата



Ситуация по «Северной столице» страны несколько иная, так на долю
.....
.....

ДИАГРАММА 48. ДОЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПЛАТНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ПАРКАХ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА, %

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

ЧИСЛЕННОСТЬ СПЕЦИАЛИСТОВ КУЛЬТУРНОДОСУГОВОГО ПРОФИЛЯ В ПАРКАХ

После сильнейшего всплеска численности персонала культурнодосугового профиля в парках отдыха и развлечений
.....
.....
.....

Оценка численности персонала в парках по итогам 2019 года составляет
.....
.....

ДИАГРАММА 49. ЧИСЛЕННОСТЬ СПЕЦИАЛИСТОВ КУЛЬТУРНОДОСУГОВОГО ПРОФИЛЯ В ПАРКАХ КУЛЬТУРЫ, ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ, 2010 – 2019 ГГ., ЧЕЛ.

Источник: ГК Step by Step на основании данных Росстата

Эксперты не исключают резкого снижения численности работников парков по итогам 2020 года из-за роста безработицы в пострадавшем секторе экономики.

ФАКТОР СЕЗОННОСТИ НА РЫНКЕ

На парки отдыха и развлечений сезонность оказывает очень сильное влияние. Большинство открытых парков работает весной-летом и частично осенью.

В большинстве регионов России летний сезон развлечений длится с.....
.....



.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

Основными тенденциями рынка парков культуры, отдыха и развлечений являются:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ДАЙДЖЕСТ СОБЫТИЙ

В 2021 году парки во всех регионах страны стабильно работает, в настоящее время начался летний сезон.

Дайджест последних событий

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

В _____ ряде _____ регионов _____ планируют

.....



.....
Дайджест событий

.....
.....
.....
.....

А также

.....
.....
.....
.....
.....



КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА

Приведем данные по крупнейшим игрокам рынка на основании выручки предприятий, для которых основным видом деятельности согласно ОКВЭД2 является 93.21 «Деятельность парков культуры и отдыха и тематических парков».



ТАБЛИЦА 3. ТОП-15 КОМПАНИЙ ПО ОКВЭД2 «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ» ПО ВЫРУЧКЕ 2020Г. САЙТ, ВЫРУЧКА, АКТИВЫ



Источник: ГК Step by Step на основании данных©Audit-it.ru



При поиске статистических данных по крупным игрокам рынка было отмечено, что не все из них в качестве основного вида деятельности декларируют указанный выше. Приведем сведения о некоторых знаковых компаниях / парках России, имеющих иной основной вид деятельности.



Таблица 4. Крупные игроки рынка, декларирующие иной основной вид деятельности по ОКВЭД2 по итогам 2020г. Сайт, выручка, активы

Источник: ГК Step by Step на основании данных©Audit-it.ru



ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Основным параметром сравнения игроков рынка являются величины их выручки от реализации изучаемых услуг.

Представляют интерес и другие показатели:

.....
.....
.....

В данном отчете рассмотрены профили пяти компаний, развивающих направление открытых парков отдыха и развлечений:

.....
.....
.....

и трех компаний, предоставляющих услуги крытых парков развлечений:

.....
.....
.....

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ, РАЗВИВАЮЩИХ НАПРАВЛЕНИЕ ОТКРЫТЫХ ПАРКОВ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ

«Сочи-ПАРК»

Краткая информация о компании

.....
.....
.....

Инфраструктура

.....
.....
.....
.....



Тарифы и цены

ТАБЛИЦА 5. ТАРИФЫ НА УСЛУГИ СОЧИ ПАРКА

Наименование тарифов	Категория граждан	Стоимость, руб.	Особые условия

Источник: <https://www.sochipark.ru/article/tarify-na-uslugi-sochi-parka>

Регистрационные данные

- Наименование
- ИНН
- КПП
- ОГРН
- ОКПО
- Адрес
- зарегистрировано
-
.....
- Уставный капитал компании по состоянию на руб.
- Тип собственности
-
.....
- Форма собственности
-
.....
- Основной вид деятельности
-
.....
- дополнительные виды деятельности
-
.....

Экономические и финансовые показатели

ТАБЛИЦА 6. ВЫРУЧКА И ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ АО "СОЧИ-ПАРК" 2011-2020 ГГ., ТЫС. РУБ.

Год	Выручка	Чистая прибыль
2011		
2012		



Год	Выручка	Чистая прибыль
2013		
2014		
2015		
2016		
2017		
2018		
2019		
2020		

Источник: © "Инфо-РЛ"; © Rusprofile.ru

«СКАЗКА»

Краткая информация о компании

.....
.....

Инфраструктура

.....
.....
.....

Тарифы и цены

ТАБЛИЦА 7. ТАРИФЫ НА УСЛУГИ ПАРКА «СКАЗКА» («БЕЗЛИМИТ» НА 1 ЧЕЛ.)

Наименование тарифов	Категория граждан	Стоимость, руб.

Источник: <https://parksказка.com/prices/>

Регистрационные данные ООО «Парк Сказка»

- Наименование
- ИНН
- КПП
- ОГРН



- ОКПО
- Адрес
- зарегистрировано
.....
- Уставный капитал компании по состоянию на
..... руб.
- Тип собственности
.....
- Форма собственности
.....

- Основной вид деятельности
.....
.....
- дополнительные виды деятельности
.....
.....

Экономические и финансовые показатели ООО «Парк Сказка»

ТАБЛИЦА 8. ВЫРУЧКА И ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ ООО «ПАРК СКАЗКА» 2017-2020 гг.,
ТЫС. РУБ.

Год	Выручка	Чистая прибыль
2017		
2018		
2019		
2020		

Источник: © "Инфо-РЛ"; © Rusprofile.ru

Регистрационные данные ООО «Огарден»

- Наименование
- ИНН
- КПП
- ОГРН
- ОКПО
- Адрес
- зарегистрировано
.....



- Уставный капитал компании по состоянию на руб.
- Тип собственности
- Форма собственности
- Основной вид деятельности
.....
.....
- дополнительные виды деятельности
.....
.....

Экономические и финансовые показатели ООО «Огарден»

ТАБЛИЦА 9. ВЫРУЧКА И ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ ООО «ОГАРДЕН» 2017-2020 ГГ., ТЫС.

РУБ.

Год	Выручка	Чистая прибыль
2017		
2018		
2019		
2020		

Источник: © "Инфо-РЛ"; © Rusprofile.ru

"ПАРКИ ИЖЕВСКА"

Краткая информация о компании

.....
.....
.....
.....

Инфраструктура

.....
.....
.....

Регистрационные данные АО «Парки Ижевска»



- Наименование
- ИНН
- КПП
- ОГРН
- ОКПО
- Адрес
- зарегистрировано
.....
- Уставный капитал компании по состоянию на
..... руб.
- Тип собственности
.....
- Форма собственности
.....
- Основной вид деятельности
.....
.....
- дополнительные виды деятельности
.....
.....

Экономические и финансовые показатели АО «Парки Ижевска»

Таблица 10. Выручка и чистая прибыль АО «Парки Ижевска» 2011-2020 гг., тыс. руб.

Год	Выручка	Чистая прибыль
2011		
2012		
2013		
2014		
2015		
2016		
2017		
2018		
2019		
2020		

Источник: © "Инфо-РЛ"; <https://www.list-org.com/>



SKYPARK

Краткая информация о компании

.....
.....
.....

Инфраструктура

.....
.....
.....
.....
.....

Регистрационные данные

- Наименование
- ИНН
- КПП
- ОГРН
- ОКПО
- Адрес
- зарегистрировано
- Уставный капитал компании по состоянию на руб.
- Тип собственности
- Форма собственности
-
.....
.....
- Основной вид деятельности
.....
.....
- дополнительные виды деятельности
.....
.....

**Экономические и финансовые показатели ООО "СКАЙПАРК"****ТАБЛИЦА 11. Выручка и чистая прибыль ООО «СКАЙПАРК» 2014-2020 гг.,**
ТЫС. РУБ.

Год	Выручка	Чистая прибыль
2014		
2015		
2016		
2017		
2018		
2019		
2020		

*Источник: © "Инфо-РЛ"***NORWAY PARK****Краткая информация о компании**

.....

.....

.....

.....

Инфраструктура

.....

.....

.....

.....

.....

Регистрационные данные

- Наименование
- ИНН
- КПП
- ОГРН
- ОКПО
- Адрес
- зарегистрировано
-



- Уставный капитал компании по состоянию на руб.
- Тип собственности
- Форма собственности
- Основной вид деятельности
.....
.....
- дополнительные виды деятельности
.....
.....

Экономические и финансовые показатели

**ТАБЛИЦА 12. ВЫРУЧКА И ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ ООО «НОРВЕЖСКИЙ ПАРК ОРЕХ»
2011-2020 гг., тыс. руб.**

Год	Выручка	Чистая прибыль
2011		
2012		
2013		
2014		
2015		
2016		
2017		
2018		
2019		
2020		

Источник: © "Инфо-РЛ"

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ, РАЗВИВАЮЩИХ НАПРАВЛЕНИЕ КРЫТЫХ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПАРКОВ

ЗАМАНИЯ

Краткая информация о компании



.....
.....
.....
.....
.....
.....

Инфраструктура

.....
.....
.....
.....
.....

Тарифы и цены

ТАБЛИЦА 13. ТАРИФЫ НА УСЛУГИ ПАРКОВ ЗАМАНИЯ В Г. МОСКВЕ

Будни	Выходные	Объект

Источник: <https://zamania.ru/ceny-v-moskva>

Регистрационные данные

- Наименование
- ИНН
- КПП
- ОГРН
- ОКПО
- Адрес
- зарегистрировано
.....
- Уставный капитал компании по состоянию на
..... руб.
- Тип собственности
.....
- Форма собственности
.....



- Основной вид деятельности

.....
.....

- дополнительные виды деятельности

.....
.....

Экономические и финансовые показатели

ТАБЛИЦА 14. ВЫРУЧКА И ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ ООО «ЗАМАНИЯ» 2017-2020 ГГ., ТЫС.

РУБ.

Год	Выручка	Чистая прибыль
2017		
2018		
2019		
2020		

Источник: © "Инфо-РЛ"; <https://www.list-org.com/>

Кидзания

Краткая информация о компании

.....
.....
.....
.....

Инфраструктура

.....
.....
.....

Тарифы и цены

ТАБЛИЦА 15. ТАРИФЫ НА УСЛУГИ ПАРКА Кидзания

Возраст посетителя	Стоимость, руб.

Источник: <https://kidzaniamoscow.ru/individualnoe>



Регистрационные данные

- Наименование
- ИНН
- КПП
- ОГРН
- ОКПО
- Адрес
- зарегистрировано
.....
- Уставный капитал компании по состоянию на
..... руб.
- Тип собственности
.....
- Форма собственности
.....
- Основной вид деятельности
.....
.....
- дополнительные виды деятельности
.....
.....

Экономические и финансовые показатели

ТАБЛИЦА 16. ВЫРУЧКА И ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ ООО «МЕЧТАРИУМ» 2013-2020 ГГ., ТЫС. РУБ.

Год	Выручка	Чистая прибыль
2013		
2014		
2015		
2016		
2017		
2018		
2019		
2020		

Источник: © "Инфо-РЛ"; <https://www.list-org.com/>

**ВЫСОТНЫЙ ГОРОД****Краткая информация о компании**

.....

.....

.....

.....

Инфраструктура

.....

.....

.....

.....

Тарифы и цены**Таблица 17. ТАРИФЫ НА УСЛУГИ ОБЪЕКТОВ «ВЫСОТНЫЙ ГОРОД» В ПИТЕРЛЭНДЕ И ГРАНД КАНЬОНЕ, РУБ.**

Тариф	Длительность пребывания	Питерлэнд		Гранд Каньон	
		Выходные	Будни	Выходные	Будни

*Источник: <https://vysotnygorod.ru/service/>***Таблица 18. ТАРИФЫ НА УСЛУГИ БАТУТНОГО ЦЕНТРА ZEBRA TUT, РУБ.**

Тариф	Длительность пребывания	ZebraTut	
		Выходные	Будни



Тариф	Длительность пребывания	ZebraTut	
		Выходные	Будни

Источник: <https://vyсотnygorod.ru/service/>

Регистрационные данные

- Наименование
- ИНН
- КПП
- ОГРН
- ОКПО
- Адрес
- зарегистрировано
.....
- Уставный капитал компании по состоянию на
..... руб.
- Тип собственности
.....
- Форма собственности
.....
- Основной вид деятельности
.....
.....
- дополнительные виды деятельности
.....
.....

Экономические и финансовые показатели

ТАБЛИЦА 19. Выручка и чистая прибыль ООО «Высотный город» 2016-2020

ГГ., ТЫС. РУБ.

Год	Выручка	Чистая прибыль
2016		
2017		
2018		



Год	Выручка	Чистая прибыль
2019		
2020		

Источник: © "Инфо-РЛ"; <https://www.list-org.com/>

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ РЫНКА

СОПОСТАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Не все крупные игроки рынка демонстрируют рост выручки.

.....
.....
.....

ДИАГРАММА 50. ПРИРОСТ ВЫРУЧКИ ИГРОКОВ РЫНКА В СЕГМЕНТЕ ОТКРЫТЫХ ПАРКОВ, 2020 к 2019 гг., %

Источник: ГК Step by Step на основании данных бухгалтерской отчетности предприятий

Аналогичная картина – по показателю «чистая прибыль». Положительный прирост

– у
.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 51. ПРИРОСТ ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ ИГРОКОВ РЫНКА В СЕГМЕНТЕ ОТКРЫТЫХ ПАРКОВ, 2020 к 2019 гг., %

Источник: ГК Step by Step на основании данных бухгалтерской отчетности предприятий

ТАБЛИЦА 20. ДИНАМИКА ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ ИГРОКОВ РЫНКА В 2019 – 2020 гг., МЛН. РУБ.

Компания	2019		2020	
	Выручка	Чистая прибыль	Выручка	Чистая прибыль



Компания	2019		2020	
	Выручка	Чистая прибыль	Выручка	Чистая прибыль

Источник: ГК Step by Step на основании данных бухгалтерской отчетности предприятий

В сегменте крытых развлекательных парков у всех трех крупнейших игроков отмечен

.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 52. ПРИРОСТ ВЫРУЧКИ ИГРОКОВ РЫНКА В СЕГМЕНТЕ КРЫТЫХ ПАРКОВ, 2020 к 2019 гг., %

Источник: ГК Step by Step на основании данных бухгалтерской отчетности предприятий

Положительный прирост чистой прибыли – у компаний

.....
.....

ДИАГРАММА 53. ПРИРОСТ ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ ИГРОКОВ РЫНКА В СЕГМЕНТЕ КРЫТЫХ ПАРКОВ, 2020 к 2019 гг., %

Источник: ГК Step by Step на основании данных бухгалтерской отчетности предприятий

ТАБЛИЦА 21. ДИНАМИКА ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ ИГРОКОВ РЫНКА В 2017 – 2018 гг., МЛН. РУБ.

Компания	2019		2020	
	Выручка	Чистая прибыль	Выручка	Чистая прибыль



Компания	2019		2020	
	Выручка	Чистая прибыль	Выручка	Чистая прибыль

Источник: ГК Step by Step на основании данных бухгалтерской отчетности предприятий

В целом можно говорить о нестабильном финансовом положении крупных игроков рынка в обоих сегментах: при положительных показателях выручки величина чистой прибыли отрицательна, или выручка сокращается.

Для верификации данных желательно в динамике отслеживать показатели 2021 года, как только они будут доступны.

СОПОСТАВЛЕНИЕ ЦЕН НА УСЛУГИ

Диапазон цен на посещение парка на весь день у крупных игроков сегмента открытых парков сопоставимы:

ТАБЛИЦА 22. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЦЕН НА ПОСЕЩЕНИЕ ОТКРЫТЫХ ПАРКОВ «СОЧИ-ПАРК» И «СКАЗКА»

Парк	Взрослый	Цена, руб.
Сочи-Парк		
Сказка		

Источник: ГК Step by Step по материалам игроков рынка

Сопоставить цены игроков закрытого сегмента не представляется возможным из-за того, что услуги объектов могут существенно различаться. Тем не менее, можно говорить о примерно сопоставимом порядке цен в объектах Замания, «Высотный город» и «Кидзания» (в сегменте детей 4-16 лет)

ТАБЛИЦА 23. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЦЕН НА ПОСЕЩЕНИЕ КРЫТЫХ ПАРКОВ ЗАМАНИЯ, «ВЫСОТНЫЙ ГОРОД», «КИДЗАНИЯ», ZEBRA TUT

Объект / Тариф	Будни, руб.	Выходные, руб.
Замания		



Объект / Тариф	Будни, руб.	Выходные, руб.
«Высотный город» в Питерлэнде		
Кидзания		
Батутный центр ZebraTut		

Источник: ГК Step by Step по материалам игроков рынка

СОПОСТАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК

Ниже сопоставлены некоторые качественные показатели работы парков.

**ТАБЛИЦА 24. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ СЕКТОРА ОТКРЫТЫХ ПАРКОВ ПО КАЧЕСТВЕННЫМ ПОКАЗАТЕЛЯМ**

Компании	Регион присутствия	Число объектов	Площадь объектов	Количество аттракционов	Дополнительные услуги
«Сочи-Парк»					
«Сказка»					
«Парки Ижевска»					
SKYPARK					
Norway Park Opex					

Источник: ГК Step by Step



Таблица 25. Сравнительная характеристика основных игроков сегмента крытых парков по качественным показателям

Компании	Регион присутствия	Число объектов	Аттракционы и активности	Дополнительные услуги
Замания				
Кидзания				
«Высотный город»				

Источник: ГК Step by Step



**ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ
КРУПНЕЙШИМИ ИГРОКАМИ**

Полученная картина позволяет говорить, что крупные игроки рынка развиваются по нескольким сценариям:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Согласно статистическим наблюдениям посетителями парков отдыха и развлечений являются люди всех возрастов. По результатам онлайн-опроса жителей Москвы, проведенного аналитиками ГК Step by Step в апреле - мае 2021 года, почти 50% опрошенных посещают

.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 54. ЧАСТОТА ПОСЕЩЕНИЯ ПАРКОВ, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 55. НА МОМЕНТ ОПРОСА: КАК ИЗМЕНИЛАСЬ ЧАСТОТА ПОСЕЩЕНИЯ ВАМИ ПАРКОВ СЕЙЧАС, ПО СРАВНЕНИЮ С «ДОПАНДЕМИЙНЫМ» ПЕРИОДОМ?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

Примерно сопоставимые доли респондентов посещают парки, которые находятся около дома, в пределах

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



ДИАГРАММА 56. ГДЕ РАСПОЛОЖЕН ПАРК, КОТОРЫЙ ВЫ ПОСЕЩАЕТЕ ЧАЩЕ ВСЕГО?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 57. УДОВЛЕТВОРЕННЫ ЛИ ВЫ ПОСЕЩЕНИЕМ ПАРКА?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

Основной причиной выбора парка является

.....
.....
.....
.....

Также важным критерием стали чистота и порядок в парке.

ДИАГРАММА 58. КАКОВЫ ПРИЧИНЫ ВЫБОРА ВАМИ ПАРКА?

*Суммарное число ответов превышает 100%, так как каждый респондент мог указать несколько вариантов ответов.

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

Чуть более половины опрошенных однозначно порекомендует «свой» парк для посещения.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



ДИАГРАММА 59. РЕКОМЕНДУЕТЕ ЛИ ВЫ ПОСЕЩЕНИЕ ДАННОГО ПАРКА ДРУЗЬЯМ?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

Основными параметрами, которые не устраивают посетителей парков в
данных объектах, являются:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 60. ЧТО НЕ УСТРАИВАЕТ ВАС ПРИ ПОСЕЩЕНИИ ПАРКА?, %

*Суммарное число ответов превышает 100%, так как каждый респондент мог
указать несколько вариантов ответов.

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

Среди опрошенных

.....
.....
.....
.....

за рубежом.

ДИАГРАММА 61. ПОСЕЩАЛИ ЛИ ВЫ АНАЛОГИЧНЫЕ ПАРКИ ЗА ГРАНИЦЕЙ?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

Максимальная доля опрошенных

.....
.....
.....
.....



ДИАГРАММА 62. СКОЛЬКО ДЕНЕГ ВЫ ГОТОВЫ ПОТРАТИТЬ ПРИ ПОСЕЩЕНИИ ПАРКА ОТДЫХА?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

Более половины респондентов сообщили, что величина их трат на посещение парков не изменилась.

ДИАГРАММА 63. КАК ИЗМЕНИЛИСЬ ВАШИ ТРАТЫ ПРИ ПОСЕЩЕНИИ ПАРКОВ В ТЕКУЩЕМ КАЛЕНДАРНОМ ГОДУ ПО СРАВНЕНИЮ С ПРОШЛЫМ ПОЗАПРОШЛЫМ ГОДАМИ?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

Основная цель посещения парка – обычная
.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 64. КАКОВА ВАША ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ ПРОГУЛКИ В ПАРКЕ?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.
Также 29% респондентов указали причину «пообщаться с друзьями».

Наиболее интересным видом развлечений в парке является – посещение катка
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 65. НАИБОЛЕЕ ИНТЕРЕСНЫЕ ВИДЫ РАЗВЛЕЧЕНИЙ В ПАРКАХ, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

В основном респонденты посещают парк с членами семьи
.....
.....
.....
.....



ДИАГРАММА 66. С КЕМ ВЫ ПОСЕЩАЕТЕ ПАРК ЧАЩЕ ВСЕГО?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 67. КАКИЕ АТТРАКЦИОНЫ ВЫ БЫ ВЫБРАЛИ В ПАРКЕ?

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

Лишь

.....
.....
.....

ДИАГРАММА 68. ИНТЕРЕСНО ЛИ ВАМ ПРИОБРЕСТИ АБОНЕМЕНТ НА ПОСЕЩЕНИЕ АТТРАКЦИОНОВ В ПАРКЕ?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 69. КАК ЧАСТО ВЫ ПОСЕЩАЕТЕ ПУНКТЫ ПИТАНИЯ ПАРКЕ?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

При	посещении	парков	респонденты
.....
.....
.....



ДИАГРАММА 70. ЧТО ИМЕННО ВЫ ПОКУПАЕТЕ В ПУНКТАХ ПИТАНИЯ В ПАРКЕ?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

Респонденты в основном тратят до 300 рублей

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 71. СКОЛЬКО ДЕНЕГ ВЫ ГОТОВЫ ПОТРАТИТЬ НА ПИТАНИЕ В ПАРКЕ?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

.....
.....
.....
.....

ДИАГРАММА 72. КАК ИЗМЕНИЛИСЬ ВАШИ ТРАТЫ ПРИ ПОКУПКЕ ЕДЫ В ПАРКЕ В ТЕКУЩЕМ КАЛЕНДАРНОМ ГОДУ ПО СРАВНЕНИЮ С ПРОШЛЫМ И ПОЗАПРОШЛЫМ ГОДАМИ?, %

Источник: ГК Step by Step, онлайн опрос апрель – май 2021г.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ СЕГМЕНТЕ

.....
.....
.....
.....



ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

STEP-АНАЛИЗ РЫНКА

Для анализа факторов внешней среды, оказывающих влияние на развитие Рынка целесообразно воспользоваться методикой STEP-анализа. STEP – это аббревиатура названия факторов: социальных (**S** - social), технологических (**T** - technological), экономических (**E** - economic), политических (**P** - political). Эта методика анализа помогает сформулировать целостную, системную картину внешнего окружения при поэтапном движении от одного класса факторов к другому.



ТАБЛИЦА 26. STEP-АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПАРКОВ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Факторы внешней среды	Степень влияния факторов
	Социальные
•	
	Технологические
•	
	Экономические
•	
	Политические
•	

Источник: ГК Step by Step



ОСНОВНЫЕ ИТОГИ ИССЛЕДОВАНИЯ

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

С предложениями по темам и содержанию готовых аналитических отчетов ГК Step by Step обращайтесь по тел.: 8 (495) 109 - 07 - 79 или e-mail: info@step-by-step.ru.