



Название отчета	Маркетинговое исследование российского рынка парков отдыха и развлечений 2021. Тенденции развития рынка (Выпуск 8)
Название компании-исполнителя	<i>Маркетинговое Агентство Степ бай Степ</i>
Дата выхода отчета	<i>07.06.2021г.</i>
Количество страниц	<i>125 стр.</i>
Язык отчета	<i>русский</i>
Стоимость (руб.)	<i>70 000 руб.</i>
Полное описание отчета	<p><i>Цель данного исследования</i> – анализ текущей ситуации на Рынке.</p> <p><i>Задачи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Описание макроэкономической ситуации на Рынке;</i> ▪ <i>Выделение основных сегментов Рынка;</i> ▪ <i>Определение основных количественных характеристик Рынка;</i> ▪ <i>Описание структуры Рынка;</i> ▪ <i>Выявление основных игроков на Рынке;</i> ▪ <i>Выявление основных факторов, влияющих на Рынок;</i> ▪ <i>Выявление основных тенденций Рынка;</i> ▪ <i>Описание потребителей на Рынке.</i> <p><i>География исследования:</i> <i>Российская Федерация</i></p> <p><i>Выдержки из исследования:</i></p> <p><i>Посещение парков отдыха и развлечений – один из способов проведения досуга, который интересен людям разного возраста, разных взглядов и убеждений, разного уровня дохода, различного семейного положения, - так как позволяет интересно провести свободное время, повеселиться или же напротив помедитировать на природе, встретиться с друзьями или необычно организовать выходной своей семьи.</i></p> <p><i>В России парки отдыха и развлечений есть во всех крупных городах, они являются центрами притяжения как местного населения, так и туристов. Именно поэтому бизнес по развитию парков всегда считался и считается как выгодный, рентабельный, дающий возможность получить быструю отдачу.</i></p>



	<p><i>В последние годы российский рынок парков отдыха и развлечений активно развивался, и он продолжил бы свой рост, если бы в 2020 году не началась мировая пандемия вируса covid-10, в связи с чем были приостановлена работа всех объектов отдыха и развлечений.</i></p> <p><i>По оценкам игроков и экспертов рынка данная ситуация привела рынок в состояние рецессии, которое может продлиться два-три года, однако, в перспективе игроки рынка ожидают его восстановления. По информации, приведенной в отчете, можно увидеть полную картину рынка на конец 2020 года, а также на начало 2021 года.</i></p> <p><i>Аналитики выделили и описали крупных игроков рынка, оценили их конкурентные преимущества. Также в отчете приводятся количественные показатели как по рынку в целом, так и по его лидерам.</i></p> <p><i>В отчете приведены данные онлайн-опроса, проведенного весной 2021 года среди жителей Москвы по изучаемой услуге.</i></p>
<p>Подробное оглавление/содержание отчета</p>	<p><i>Введение 5</i></p> <p><i>Методологическая часть 6</i></p> <p><i>Описание типа исследования 6</i></p> <p><i>Объект исследования 6</i></p> <p><i>Цели и задачи исследования 6</i></p> <p><i>География исследования 6</i></p> <p><i>Время проведения исследования 6</i></p> <p><i>Методы сбора данных 7</i></p> <p><i>Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок 8</i></p> <p><i>Общая экономическая ситуация 8</i></p> <p><i>ВВП 8</i></p> <p><i>Промышленное производство 9</i></p> <p><i>Инвестиции 11</i></p> <p><i>Инфляция 12</i></p> <p><i>Розничная торговля 13</i></p> <p><i>Уровень жизни населения 13</i></p> <p><i>Резюме 15</i></p> <p><i>Описание отрасли. Индустрия развлечений 16</i></p> <p><i>Описание влияющих Рынков. Рынок гостиниц и заведений общественного питания РФ 19</i></p> <p><i>Основные тенденции гостиничной отрасли 23</i></p> <p><i>Основные тенденции сферы общественного питания 25</i></p>



	<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
	<i>Сегментирование парков по количеству концертных площадок и павильонов</i> 40
	<i>Сегментирование парков по количеству игровых объектов на детских площадках в летний и зимний сезоны</i> 41
	<i>Сегментирование парков по количеству посадочных мест в кафе и ресторанах в летний и зимний сезоны</i> 42
	<i>Сегментирование парков по количеству малых павильонов быстрого питания в летний и зимний сезоны</i> 44
	<i>Сегментирование парков по наличию доступа в интернет для посетителей</i> 45
	<i>Основные принципы ценообразования</i> 46
	<i>Основные количественные характеристики рынка</i> 48
	<i>Количество парков культуры и развлечений в России</i> 48
	<i>Количество парков культуры и развлечений по федеральным округам России</i> 48
	<i>Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг</i> 52
	<i>Выручка от реализации услуг по величине предприятий</i> 54
	<i>Долгосрочные инвестиции в объекты рынка</i> 55
	<i>Коэффициент текущей ликвидности предприятий рынка</i> 56
	<i>Количество мероприятий в парках</i> 57
	<i>Численность посетителей на платных мероприятиях в парках</i> 59
	<i>Численность специалистов культурнодосугового профиля в парках</i> 62
	<i>Фактор сезонности на рынке</i> 63
	<i>Тенденции рынка</i> 64
	<i>Дайджест событий</i> 65
	<i>Конкурентный анализ</i> 68



	<p><i>Основные игроки рынка</i> 68</p> <p><i>Основные параметры конкуренции</i> 74</p> <p><i>Описание профилей крупнейших компаний, развивающих направление открытых парков отдыха и развлечений</i> 74</p> <p><i>«Сочи-Парк»</i> 74</p> <p><i>«Сказка»</i> 76</p> <p><i>"Парки Ижевска"</i> 79</p> <p><i>SKYPARK</i> 81</p> <p><i>Norway Park</i> 83</p> <p><i>Описание профилей крупнейших компаний, развивающих направление крытых развлекательных парков</i> 85</p> <p><i>Замания</i> 85</p> <p><i>Кидзания</i> 88</p> <p><i>Высотный город</i> 89</p> <p><i>Сравнительная характеристика основных игроков рынка</i> 92</p> <p><i>Сопоставление финансовых показателей</i> 92</p> <p><i>Сопоставление цен на услуги</i> 96</p> <p><i>Сопоставление качественных характеристик</i> 97</p> <p><i>Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими игроками</i> 100</p> <p><i>Анализ потребителей</i> 101</p> <p><i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i> 116</p> <p><i>Обобщающие выводы по отчету</i> 117</p> <p><i>STEP-анализ Рынка</i> 117</p> <p><i>Основные итоги исследования</i> 120</p>
<p>Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков</p>	<p><i>Диаграмма 1. Индекс промышленного производства 2018 –2020 гг., % к соотв. периоду предыдущего года</i></p> <p><i>Диаграмма 2. Динамика роста инвестиций в 2017 – 2020 (I- III кв.) гг., трлн. руб. и %</i></p> <p><i>Диаграмма 3. Инфляция в 2011-2020 гг., %</i></p> <p><i>Диаграмма 4. Реальные располагаемые денежные доходы населения РФ, 2014 – 2020гг., %</i></p> <p><i>Диаграмма 5. Выручка российских культурных индустрий, 2016 – 2020 (оценка) гг., трлн. руб. и %</i></p> <p><i>Диаграмма 6. Долгосрочные финансовые вложения, осуществленные организациями в сферу «Деятельность в области отдыха и развлечений», 2017 – 2019 гг., млн. руб. и %</i></p> <p><i>Диаграмма 7. Количество вновь созданных организаций по ОКВЭД2 «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания», 2017 – 2021 (прогноз) гг., ед.</i></p>



	<p>Диаграмма 8. Количество организаций по данным государственной регистрации по ОКВЭД2 «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания», на 1 января, 2018 – 2021 гг., тыс. ед.</p> <p>Диаграмма 9. Количество организаций по данным государственной регистрации по ОКВЭД2 «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» по федеральным округам, на 1 января 2021г., %</p> <p>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.</p> <p>Диаграмма 11. Распределение выручки по виду деятельности «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания», 2020 г., %</p> <p>Диаграмма 12. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по занимаемой площади, %</p> <p>Диаграмма 13. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству досуговых объектов, %</p> <p>Диаграмма 14. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству досуговых объектов, работающих круглогодично, %</p> <p>Диаграмма 15. Соотношение парков с круглогодично работающими досуговыми объектами и с сезонными досуговыми объектами, %</p> <p>Диаграмма 16. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству механизированных аттракционов, %</p> <p>Диаграмма 17. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству аттракционов малых форм и игровых автоматов, %</p> <p>Диаграмма 18. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству спортивных объектов в летний сезон, %</p> <p>Диаграмма 19. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству спортивных объектов в зимний сезон, %</p> <p>Диаграмма 20. Соотношение парков с круглогодично работающими спортивными объектами и с сезонными спортивными объектами, %</p> <p>Диаграмма 21. Соотношение парков, предоставляющих услуги проката спортивного инвентаря в летний и зимний сезоны, %</p> <p>Диаграмма 22. Соотношение парков, осуществляющих прокат спортивного инвентаря круглогодично или сезонно, % от предоставляющих услугу объектов</p> <p>Диаграмма 23. Распределение парков культуры и отдыха и тематических парков РФ по количеству концертных площадок, павильонов, %</p>
--	--



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.



	<p>Диаграмма 38. Величина предприятий, предоставляющих услуги по категории «Деятельность парков культуры и отдыха и тематических парков» по общему объему выручки (нетто), %</p> <p>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.</p> <p>Диаграмма 40. Коэффициент текущей ликвидности, 2017 – 2020 гг., %</p> <p>Диаграмма 41. Число мероприятий в парках культуры и отдыха, 2010 – 2019, тыс. ед.</p> <p>Диаграмма 42. Соотношение федеральных округов РФ по количеству мероприятий в парка культуры, отдыха и развлечений, %</p> <p>Диаграмма 43. Доля мероприятий в парках Москвы и Центрального федерального округа, %</p> <p>Диаграмма 44. Доля мероприятий в парках Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа, %</p> <p>Диаграмма 45. Численность посетителей на платных мероприятиях парков культуры, отдыха и развлечений, 2010 – 2019 гг., млн. чел.</p> <p>Диаграмма 46. Соотношение федеральных округов РФ по численности посетителей на платных мероприятиях парков культуры, отдыха и развлечений, %</p> <p>Диаграмма 47. Доля посетителей платных мероприятий в парках Москвы и Центрального федерального округа, %</p> <p>Диаграмма 48. Доля посетителей платных мероприятий в парках Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа, %</p> <p>Диаграмма 49. Численность специалистов культурнодосугового профиля в парках культуры, отдыха и развлечений, 2010 – 2019 гг., чел.</p> <p>Диаграмма 50. Прирост выручки игроков рынка в сегменте открытых парков, 2020 к 2019 гг., %</p> <p>Диаграмма 51. Прирост чистой прибыли игроков рынка в сегменте открытых парков, 2020 к 2019 гг., %</p> <p>Диаграмма 52. Прирост выручки игроков рынка в сегменте крытых парков, 2020 к 2019 гг., %</p> <p>Диаграмма 53. Прирост чистой прибыли игроков рынка в сегменте крытых парков, 2020 к 2019 гг., %</p> <p>Диаграмма 54. Частота посещения парков, %</p> <p>Диаграмма 55. На момент опроса: как изменилась частота посещения вами парков сейчас, по сравнению с «допандемийным» периодом?, %</p> <p>Диаграмма 56. Где расположен парк, который вы посещаете чаще всего?, %</p> <p>Диаграмма 57. Удовлетворены ли вы посещением парка?, %</p>
--	--



	<p>Диаграмма 58. Каковы причины выбора вами парка?</p> <p>Диаграмма 59. Рекомендуете ли Вы посещение данного парка друзьям?, %</p> <p>Диаграмма 60. Что не устраивает вас при посещении парка?, %</p> <p>Диаграмма 61. Посещали ли вы аналогичные парки за границей?, %</p> <p>Диаграмма 62. Сколько денег вы готовы потратить при посещении парка отдыха?, %</p> <p>Диаграмма 63. Как изменились ваши траты при посещении парков в текущем календарном году по сравнению с прошлым позапрошлым годами?, %</p> <p>Диаграмма 64. Какова ваша основная цель прогулки в парке?, %</p> <p>Диаграмма 65. Наиболее интересные виды развлечений в парках, %</p> <p>Диаграмма 66. С кем вы посещаете парк чаще всего?, %</p> <p>ДИАГРАММА 67. Какие аттракционы вы бы выбрали в парке?</p> <p>Диаграмма 68. Интересно ли вам приобрести абонемент на посещение аттракционов в парке?, %</p> <p>Диаграмма 69. Как часто вы посещаете пункты питания парке?, %</p> <p>Диаграмма 70. Что именно вы покупаете в пунктах питания в парке?, %</p> <p>Диаграмма 71. Сколько денег вы готовы потратить на питание в парке?, %</p> <p>Диаграмма 72. Как изменились ваши траты при покупке еды в парке в текущем календарном году по сравнению с прошлым и позапрошлым годами?, %</p> <p>Таблица 1. Ежегодный рост ВВП 2017-2020 гг., %</p> <p>Таблица 2. Реальные располагаемые денежные доходы населения РФ поквартально, 2018 – 2020 гг., %</p> <p>Таблица 3. ТОП-15 компаний по ОКВЭД2 «Деятельность парков культуры и отдыха и тематических парков» по выручке 2020г. Сайт, выручка, активы</p> <p>Таблица 4. Крупные игроки рынка, декларирующие иной основной вид деятельности по ОКВЭД2 по итогам 2020г. Сайт, выручка, активы</p> <p>Таблица 5. Тарифы на услуги Сочи Парка</p> <p>Таблица 6. Выручка и чистая прибыль АО "СОЧИ-ПАРК" 2011-2020 гг., тыс. руб.</p> <p>Таблица 7. Тарифы на услуги парка «Сказка» («безлимит» на 1 чел.)</p> <p>Таблица 8. Выручка и чистая прибыль ООО «ПАРК СКАЗКА» 2017-2020 гг., тыс. руб.</p> <p>Таблица 9. Выручка и чистая прибыль ООО «Огарден» 2017-2020 гг., тыс. руб.</p>
--	---



	<p><i>Таблица 10. Выручка и чистая прибыль АО «Парки Ижевска» 2011-2020 гг., тыс. руб.</i></p> <p><i>Таблица 11. Выручка и чистая прибыль ООО «СКАЙПАРК» 2014-2018 гг., тыс. руб.</i></p> <p><i>Таблица 12. Выручка и чистая прибыль ООО «НОРВЕЖСКИЙ ПАРК ОРЕХ» 2011-2020 гг., тыс. руб.</i></p> <p><i>Таблица 13. Тарифы на услуги парков Замания в г. Москве</i></p> <p><i>Таблица 14. Выручка и чистая прибыль ООО «Замания» 2017-2020 гг., тыс. руб.</i></p> <p><i>Таблица 15. Тарифы на услуги парка Кидзания</i></p> <p><i>Таблица 16. Выручка и чистая прибыль ООО «Мечтариум» 2013-2020 гг., тыс. руб.</i></p> <p><i>Таблица 17. Тарифы на услуги объектов «Высотный город» в Питерлэнде и Гранд Каньоне, руб.</i></p> <p><i>Таблица 18. Тарифы на услуги Батутного центра ZebraTut</i></p> <p><i>Таблица 19. Выручка и чистая прибыль ООО «Высотный город» 2016-2020 гг., тыс. руб.</i></p> <p><i>Таблица 20. Динамика чистой прибыли игроков рынка в 2019 – 2020 гг., млн. руб.</i></p> <p><i>Таблица 21. Динамика чистой прибыли игроков рынка в 2017 – 2018 гг., млн. руб.</i></p> <p><i>Таблица 22. Сравнительный анализ цен на посещение открытых парков «Сочи-парк» и «Сказка»</i></p> <p><i>Таблица 23. Сравнительный анализ цен на посещение крытых парков Замания, «высотный город», «Кидзания», ZebraTut</i></p> <p><i>Таблица 24. Сравнительная характеристика основных игроков сегмента открытых парков по качественным показателям</i></p> <p><i>Таблица 25. Сравнительная характеристика основных игроков сегмента крытых парков по качественным показателям</i></p> <p><i>Таблица 26. STEP-анализ российского рынка парков отдыха и развлечений</i></p> <p><i>Схема 1. Классификация парков культуры, отдыха и развлечений</i></p>
<p>Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)</p>	<p>В печатном/ электронном формате</p>
<p>Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)</p>	<p>SbS_ГИ_парки_2021.pdf</p>

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае



недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

[Маркетинговое Агентство Step by Step](#) объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

[Маркетинговое Агентство Step by Step](#) специализируется на следующих сегментах рынка:

- Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
- ИТТ – рынок
- Рынок торгово-розничных предприятий
- Рынок отдыха и развлечений
- Рынок предприятий малого бизнеса

[Маркетинговое Агентство Step by Step](#) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов, Международной ассоциации ESOMAR.**