

## АНАЛИЗ РЫНКА ПАРКОВ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### ANALYSIS OF THE MARKET OF PARKS OF CULTURE AND RECREATION OF THE MOSCOW REGION

**P. Abakarova  
A. Zaitseva**

*Summary.* The article examines the market of parks of culture and recreation of the Moscow region. The importance of forest park zones for residents of the Moscow region is substantiated. A large place in the work is occupied by the consideration of barriers to the development of the market of parks of culture and recreation. The analysis is conducted through consideration of such factors as: location, nature in the park, prices for services, the presence of a reservoir, safety, entertainment for children, etc. The paper considers the directions for the development of parks of culture and recreation of the Moscow region. Based on the analysis, the forecast of the development of this industry is presented.

*Keywords:* recreation park, market, services, entertainment, population, residents, ecology.

**Абакарова Патимат Магомедовна**

К.э.н., Московский региональный социально-экономический институт, г. Видное  
patimat.abakarova@mail.ru

**Зайцева Анастасия Владимировна**

Преподаватель, Московский региональный социально-экономический институт, г. Видное  
zaitsewa99@mail.ru

*Аннотация.* В статье исследуется рынок парков культуры и отдыха Московской области. Обоснована важность лесопарковых зон для жителей Московской области. Большое место в работе занимает рассмотрение барьеров развития рынка парков культуры и отдыха. Анализ ведется через рассмотрение таких факторов, как: расположение, природа в парке, цены на услуги, присутствие водоема, безопасность, развлечения для детей и т.д. В работе рассмотрены направления для развития парков культуры и отдыха Московской области. На основании анализа представлен прогноз развития данной отрасли.

*Ключевые слова:* парк культуры и отдыха, рынок, услуги, развлечения, население, жители, экология.

**П**арк — объект ландшафтной архитектуры рекреационного назначения, с развитой системой благоустройства, предназначенный для отдыха населения.

Рынок парков культуры и отдыха Московской области (ПКиО МО) представлен преимущественно муниципальными (городскими) парками культуры и отдыха, также на рынке присутствуют коммерческие парки отдыха и развлечений, крупные тематические парки с гостиницами, куда люди приезжают отдохнуть на несколько дней.

Тренд настоящего времени таков, что общественные пространства, в том числе парки играют важную роль в повышении привлекательности городов в целом и отдельных городских кварталов в частности. Они напрямую влияют на качество жизни. Кроме того, потребности в общественных пространствах и парковых зонах растут по мере того, как усугубляются экологические и социальные проблемы городов.

Одной из главных особенностей рынка парков культуры и отдыха МО является то, что Московская область — единственный субъект РФ (за исключени-

ем г. Москвы и г. Санкт-Петербурга), который выделяет средства из регионального бюджета на создание новых и благоустройство существующих парков культуры и отдыха на условиях софинансирования из муниципальных бюджетов в объеме ~20 млн. рублей (50%Х50%) для развития парков ежегодно. В результате это привело к росту количества парков в Московской области. Всего по данным правительства МО на территории Московской области по итогам 2021 г. работает 174 парка культуры и отдыха, которые посетило более 10,5 млн. человек.

По информации правительства Московской области в число лучших муниципалитетов по уровню обеспеченности парками культуры и отдыха вошли городские округа:

- ◆ с населением более 200 тысяч жителей: Одинцовский, Сергиево-Посадский, Химки;
- ◆ с населением от 100 до 200 тысяч жителей: Домодедово, Наро-Фоминский, Чехов;
- ◆ с населением до 100 тысяч жителей: Ивanteeвка, Шатура, Рузский.

В 2018 г. объем рынка парков культуры и отдыха МО в натуральном выражении составил 90 парков, кото-

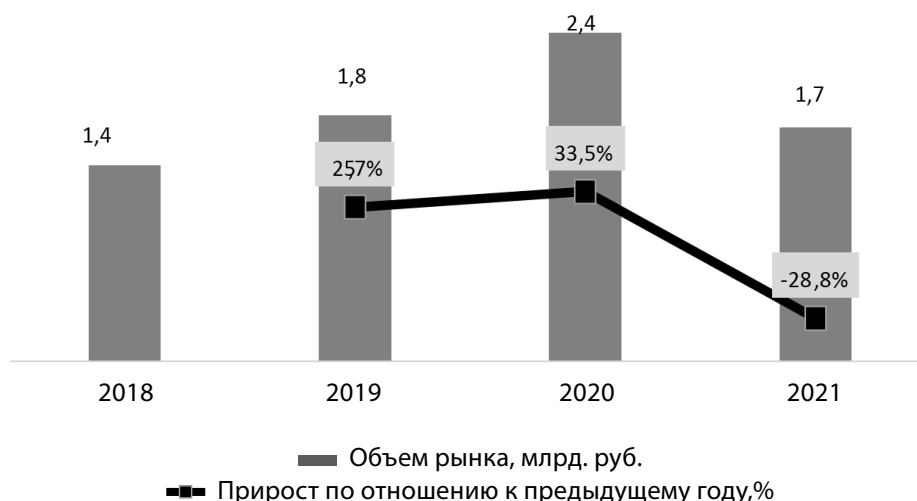


Рис. 1. Динамика объема рынка парков культуры и отдыха, МО, 2018–2021 гг., млрд. руб.  
Источник: Росстат, оценка

рые занимали по территории 1 804 га. За анализируемый период количество парков в Подмосковье увеличилось на 93,3% и по итогам 2021 г. он достиг цифры в 174 парка культуры и отдыха, которые располагаются на территории 3 560 га. За период 2018–2021 гг. территория парков культуры и отдыха увеличилась на 97,3%.

В 2021 г. объем рынка в стоимостном выражении снизился на 28,8% по сравнению с 2020 г. и составил 1,7 млрд. руб. (рисунок 1).

Качественным показателем, характеризующим структуру рынка, является наличие (или отсутствие) барьеров.

К одному из основных барьеров развития рынка парков культуры и отдыха относится снижение рентабельности предприятий отрасли за анализируемый период 2018–2021 гг., что может привести к замедлению технического развития рынка, замедлению обновления аттракционов, оборудования, сооружений парков, а также банкротству и уходу с рынка неэффективных предприятий.

Еще одним барьером на рынке является небольшой стандартный набор предоставляемых услуг, который не удовлетворяет имеющиеся потребности клиентов.

Также барьером для развития рынка является сложная транспортная доступность парков культуры и отдыха, неудовлетворительное состояние инфраструктуры, например, недостаток туалетов, раздевалок, нехватка скамеек, неухоженная территория, разбитые пешеходные дорожки и пр.

Развитие других услуг индустрии развлечений (помимо услуг парков культуры и отдыха) создают конку-

ренцию услугам парков, снижение цен на другие услуги индустрии развлечений может привести к смещению спроса в их сторону и ужесточению конкурентной борьбы за потребителя, особенно при снижении уровня доходов. По итогам 2021 г. по данным Росстат уровень доходов россиян снизился на 3,5%.

Развитие отрасли осуществляется в двух направлениях:

1. открытие новых и модернизация существующих государственных и муниципальных парков культуры и отдыха в рамках государственных программ «Формирование современной комфортной городской среды», «Культурная среда Подмосковья» и губернаторской программы «Парки Подмосковья», когда ежегодно выделяются средства на необходимые работы по созданию новых и улучшению существующих парков культуры и отдыха;
2. создание тематических парков с привлечением частных инвестиций, куда жители Москвы, Подмосковья и соседних регионов приезжают не только на день, а могут отдохнуть в них несколько дней. Как правило, такие парки обладают гостиничным сектором, могут располагаться рядом с культурными и историческими местами притяжения и предлагают широкий спектр развлечений.

Объем рынка ПКиО МО по итогам 2021 г. составил 1,7 млрд. руб., снижение по отношению к 2020 г.— 28,8%, вследствие кризиса.

Обострение конкуренции: в соседних регионах с Московской областью, например, в Калужской области, располагаются популярные парки — «Этномир»

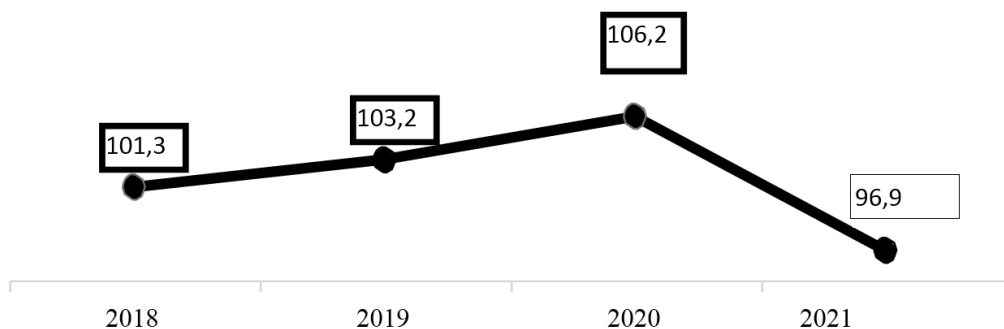


Рис. 2. Динамика ВРП (индексы физического объема), МО, 2018–2021 гг., % к предыдущему году  
Источник: Росстат, оценка

(90 км от МКАД) и парк птиц «Воробьи» (78 км от МКАД), которые составляют конкуренцию ПКиО МО.

Такие факторы, как рост численности населения и быстрая урбанизация будут стимулировать рост рынка парков культуры и отдыха. Важно отметить, что парки Московской области посещают не только жители МО, но и москвичи, а также жители близлежащих населенных пунктов соседних регионов. В течение анализируемого периода численность населения Москвы и Московской области увеличилась на 3% и по итогам 2021 г. составила 20,4 млн. чел. (7,7 млн.— численность МО, 12,7 млн.— г. Москвы). В долгосрочной перспективе по прогнозу Росстата общая численность населения г. Москвы и Московской области увеличится к началу 2036 г. на 5,9% до 21,6 млн. человек, что, конечно, положительно отразится на развитии рынка.

Услуги для развлечения для детей — один из основных драйверов рынка, т.к. по данным проведенного опроса 46,3% посетителей парков культуры и отдыха Подмосковья приходят удовлетворить именно эту потребность.

Драйвером роста рынка в «летний» период будут концерты, гастрономические мероприятия, фестивали и другие мероприятия, которые как показал опрос, привлекают в парки культуры и отдыха более 30% потока гостей. По данным правительства Московской области в прошлые сезоны в подмосковных парках прошло более тысячи мероприятий.

Экономический кризис, спровоцированный снижением цен на нефть и пандемией COVID-19 оказал негативное влияние на отрасль.

Изучение экономической ценности парков является важной деятельностью для ландшафтных архитекторов, девелоперов и городской администрации, т.к. парки увеличивают стоимость имущества окружаю-

щих домов, что может в некоторых случаях приводить к росту налога на имущество. Парки культуры и отдыха способствуют уменьшению загрязнения воздуха, и помогают с управлением ливневых стоков, что приводит к сокращению муниципальных затрат на это. Зеленое пространство помогает стимулировать активный образ жизни и снижать стресс среди горожан, в свою очередь, опосредованно уменьшая расходы на здравоохранение. Туристы, которые посещают популярные парки, создают дополнительный доход для бизнеса и городских властей. Приток посетителей в парки, проведение на территориях общественных пространств различных мероприятий, где встречаются люди различных социальных слоев, создают социальный капитал и чувство сообщества и сопричастности к жизни города. В долгосрочной перспективе подход к паркам будет меняться на такой, что парки являются активом, который генерирует доход, и формирует сбережения для различных отраслей жизни городов.

Внедрение современных прогрессивных технологий AR, VR, аттракционов, реконструкция и техническое перевооружение парковых зданий и сооружений, внедрение инноваций в разработку ландшафта и дизайна — это все повысит эффективность и конкурентоспособность на рынке.

В 2017–2019 гг. происходило повышение темпов прироста ВРП в пределах 1,3%–6,2% год к году (рисунок 2).

По базовому прогнозу Минэкономразвития в 2022 г.— рост составит — 3,4%, в 2023 г.— 3,0%. Консервативный вариант макропрогноза предполагает рост на 2,7% в 2022 г., на 2,9% — в 2023 г. с последующей стабилизацией на уровне около 2,5%.

В рамках национального проекта «Формирование современной комфортной городской среды» в МО в следующем году благоустроят 31 парк, 5 из них — ле-

сопарки. В каждом парке будет обустроен стандартный набор: место для проведения культурно-массовых мероприятий, входную группу, спортивные и детские площадки, а также зоны отдыха. При этом каждый парк планируется уникальным, со своим стилем.

Большинство парков культуры и отдыха являются открытыми учреждениями, поэтому их деятельность подвержена сезонности. Летний сезон парков наиболее насыщенный и продуктивный. Основной доход парки культуры и отдыха в большинстве своем получают в летний период  $\approx 4$  месяца. Зарабатывая за сезон определенную сумму, учреждение расходует ее в течение остальных месяцев.

Тем не менее, нужно отметить, что эти учреждения не могут заменить потребности людей в единении с природой в большинстве своем «в шаговой» доступности. В жаркий период люди стремятся укрыться от зноя в природном окружении рядом с водоемами, прудами, фонтанами, а парк — это как раз идеальное место, располагающее всеми видами рекреационных зон. Люди пытаются выбраться из города на природу, а если есть прекрасные парковые места с продуманной и развитой инфраструктурой, то спрос на услуги такого парка культуры и отдыха будет высоким. Это одно из неоспоримых преимуществ парков перед другими предприятиями, где люди могут провести свой досуг. Парки культуры и отдыха выполняют связующую роль единения природы и человека, гармонично вписываясь в систему развивающихся городов Московской области [5].

Т.к. парки культуры и отдыха больше, нежели крытые сооружения, подвержены сезонным колебаниям, то решить проблему сезонности мог бы переход на круглогодичную работу, который позволил бы не терять посетителей в зимнее время и межсезонье. Строительство капитальных парковых сооружений: аквапарков, культурно-развлекательных и спортивных центров позволило бы привлекать аудиторию, досуг и отдых которой проходил бы в этом случае в уютной, и в то же время природной обстановке. Главным условием строительства таких парковых объектов может стать единение сооружений с природной средой, тем более что уже несколько лет поток в торговые центры (где сейчас находятся развлекательные центры для детей) снижается, т.к. ритейл частично уходит из крупных торговых центров в стрит-ритейл, поэтому изменилось покупательское поведение, и в долгосрочной перспективе будут развиваться скорее не торговые центры, а развлекательно-досуговые центры. Или в качестве альтернативы, можно развивать парки культуры и отдыха и открывать развлекательные центры в торговых центрах (в долгосрочной перспективе большие площа-

ди торговых центров будут занимать развлекательные, а не торговые предприятия), тем самым получая доход летом в открытом парке, а зимой — в закрытом парке, арендуя помещение в торговом центре. По прогнозам экспертов рынка недвижимости арендные ставки в торговых центрах будут продолжать снижаться.

Структура рынка парков культуры и отдыха по видам оказываемых услуг [3]:

1. «спокойный» отдых — прогулки на свежем воздухе с возможностью посидеть на скамейках — 100% парков МО;
2. услуги детских площадок организованы в 65,3% парков;
3. питание (как правило — крупные парки) — 56,8%;
4. прокат инвентаря и различных устройств — 45,2%;
5. услуги спортивных площадок — волейбольных, баскетбольных, футбольных и др., данный вид услуг предоставляют 40,8% парков; 27,7% парков также предоставляют услуги уличных тренажеров и воркаут-площадок.

Велодорожки для велосипедистов есть у 19,4% парков культуры и отдыха. У 9,2% парков имеются скейтпарки, также 9,2% предоставляют услуги веревочных парков, 4,1% — услуги тиров, стрельбы из лука, услуги настольного тенниса предлагают 4,1% ПККиО. Услуги теннисных кортов предоставляют 3,1% парков культуры и отдыха МО, фитнеса и спортивных секций — 2% парков.

Наличие в парке водоёма (озера, пруда, реки) является дополнительным местом притяжения, т.к. отдыхающим и их детям нравится отдыхать у воды, кормить уток, лебедей и др. птиц. Водоемы присутствуют в структуре 38,8% парков культуры и отдыха МО, 12,2% ПККиО предоставляют услуги пляжей, сдают в аренду шезлонги, 9,2% парков — предоставляют услуги проката лодок, катамаранов, в 5,1% парков культуры и отдыха МО можно рыбачить, 2% предоставляют вейк-услуги.

Услуги детских аттракционов для детей предоставляют 21,4% парков культуры и отдыха МО, 7,2% предоставляют услуги детских мини и контактных зоопарков, в 5,1% ПККиО можно покататься на лошадях, верблюдах, оленях, хаски 4,1% парков предоставляют услуги аттракционов для взрослых (колесо обозрения).

Чем дальше от МКАД находятся парки, тем чаще встречается предоставление услуг — зона барбекю (мангальная зона), эти услуги предоставляют 12,2% парков, беседки присутствуют у 10,2% парков.

Зимой 9,2% парков МО предоставляют услуги катка, лыжных трасс (3,1%), 6,1% предоставляют услуги проката

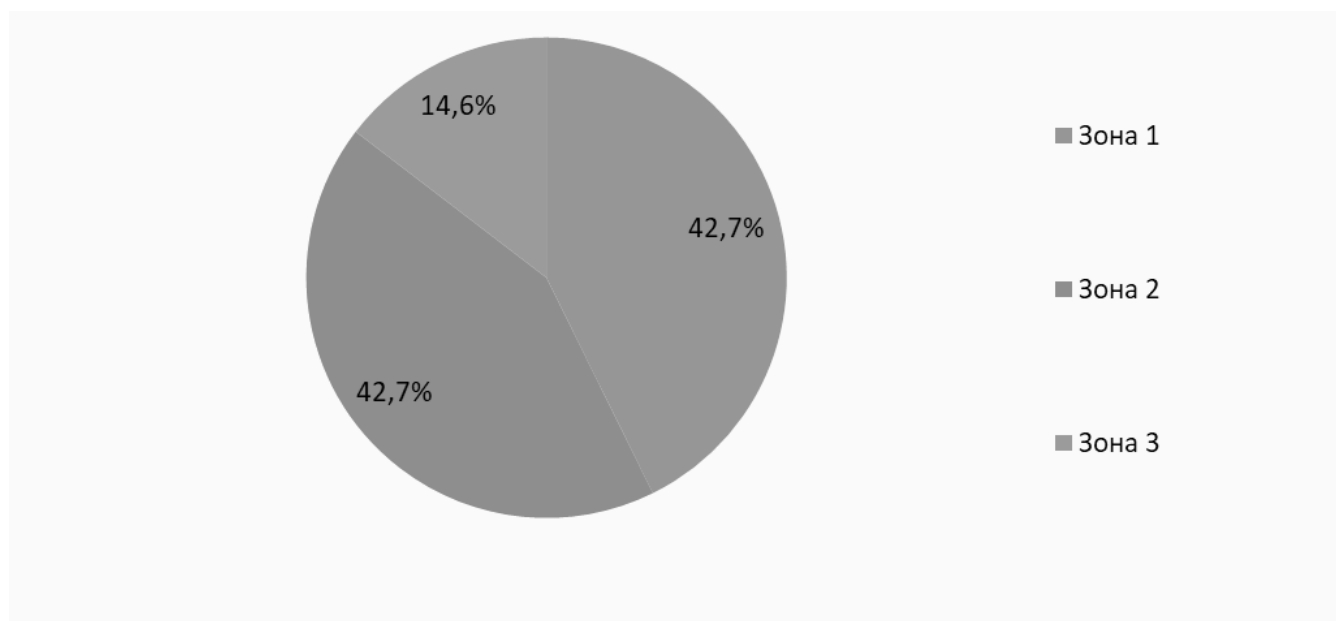


Рис. 3. Распределение респондентов по географическому принципу — зонам МО

та тюбинга, лыж, коньков и др. экипировки, 2% — услуги проката снегоходов и квадроциклов.

Все большую популярность завоевывает бесплатная услуга буккроссинг (бесплатный обмен книгами), ее предоставляют 7,1% парков, 6,1% предоставляют услуги кинозала, чаще всего он действует летом, 5,1% парков Подмосковья имеют в своей структуре музыкальные/световые фонтаны, которые также являются местом притяжения горожан и их детей.

Некоторые парки не забывают о сегменте клиентов с домашними животными, услуги площадок для выгула и дрессировки собак предоставляют 6,1% парков культуры и отдыха.

Музеи или музейные экспозиции в качестве услуги предоставляют 5,1% парков Московской области, 4,1% парков имеют в своей структуре памятники защитникам отечества/братские могилы, военную технику, куда люди приходят не только отдохнуть, но и почтить память павших в Великой отечественной войне. Различные мастер-классы в качестве своих услуг предлагают отдыхающим 4,1% парков, экскурсии — 2% парков культуры и отдыха Подмосковья. Некоторые парки включают в свою концепцию парки цветов/дендрарии — 3,1%, услуги проживания предоставляют 2% парков, которые находятся на значительном удалении от МКАД, люди приезжают отдохнуть туда на несколько дней.

Также парки предоставляют услуги бильярда (2%), Wi-Fi, зарядки (2%), пейнтбола, страйкбола, лазертага

(2%), корпоративных мероприятий (2%), скалодрома, сада камней, проведения свадеб, праздников, планетария, посещения памятников искусства и архитектуры, картинга, игрового центра, гончарной мастерской, боулинга, бассейна, экстремального вождения, ТО — на которые приходится по 1% на каждую из услуг.

#### Оценка потребительских предпочтений

Выборка — 300 человек, сроки опроса — в течение апреля-мая 2022 г. География — Московская область: зона № 1 — до 50 км от МКАД, зона № 2 — от 50 до 100 км от МКАД, зона № 3 — более 100 км от МКАД (рисунок 3).

Парки культуры и отдыха посещают преимущественно женщины, которые составляют 60,7%. При этом важно отметить, что целевым сегментом являются женщины в возрасте 26–45 лет, которые составляют более 67% от общего количества женщин, посещающих парки культуры и отдыха (рисунок 4).

Мужчины в целом составляют сегмент 39,3%, распределение по возрасту выглядит следующим образом: самым крупным является сегмент возраста 36–45 лет, который составляет 41,7%. По сравнению с женщинами, больше мужчин старше 45 лет посещают парки, особенно заметна разница в сегменте старше 55 лет, где доля мужчин, посещающих парки вдвое больше, чем женщин в этом возрасте (рисунок 5).

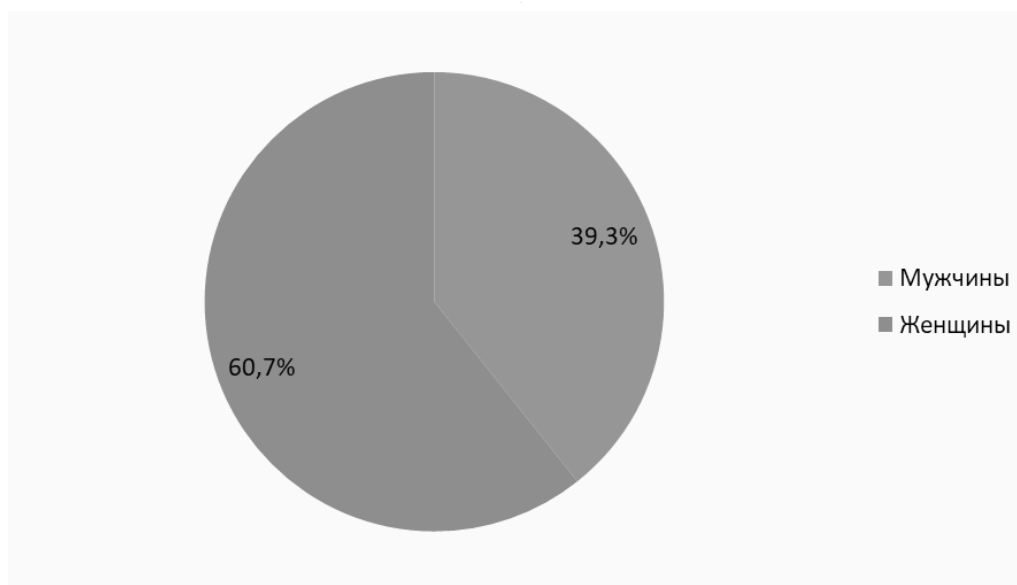


Рис. 4. Распределение респондентов по полу

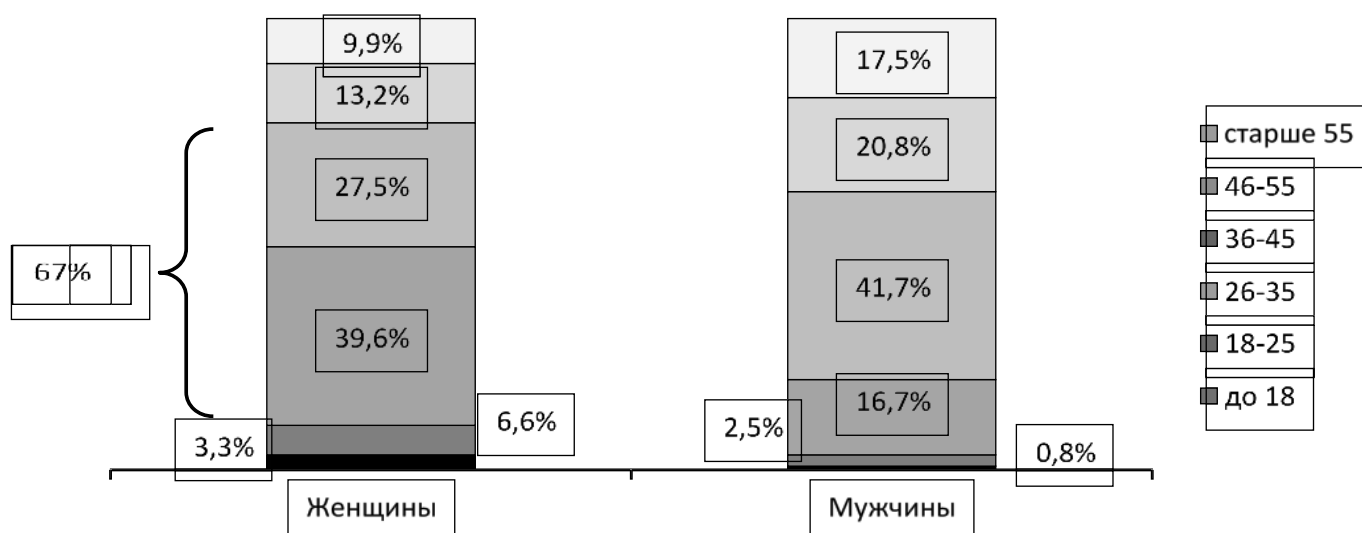


Рис. 5. Распределение мужчин и женщин по возрасту

Посетители парков культуры и отдыха преимущественно обладают высшим образованием (72,7%) (рисунки 6).

Основной целевой сегмент жителей Подмосквья, посещающих парки культуры и отдыха несколько раз в месяц, составляет 55,0% (чаще всего – раз в неделю парк посещают 20,3%, 2-3 раза в неделю — 17,7%, 2–3 раза в месяц — 17,0%).

Распределение ответов респондентов на вопрос «как часто вы посещаете парки культуры и отдыха?»

Посетители приходят обычно в парк с семьей (67,7%), с друзьями/коллегами (39,3%), с детьми/внуками (35,7%).

#### Критерии выбора потребителями парковых услуг

Исследование выявило, что посетители парков посещают их преимущественно летом, так ответили 96,0% респондентов, весной — 78,3% и осенью — 70,7%. Зимой спрос на услуги парков снижается вдвое, тем не менее, 55,3% респондентов посещают парки культуры и отдыха зимой.

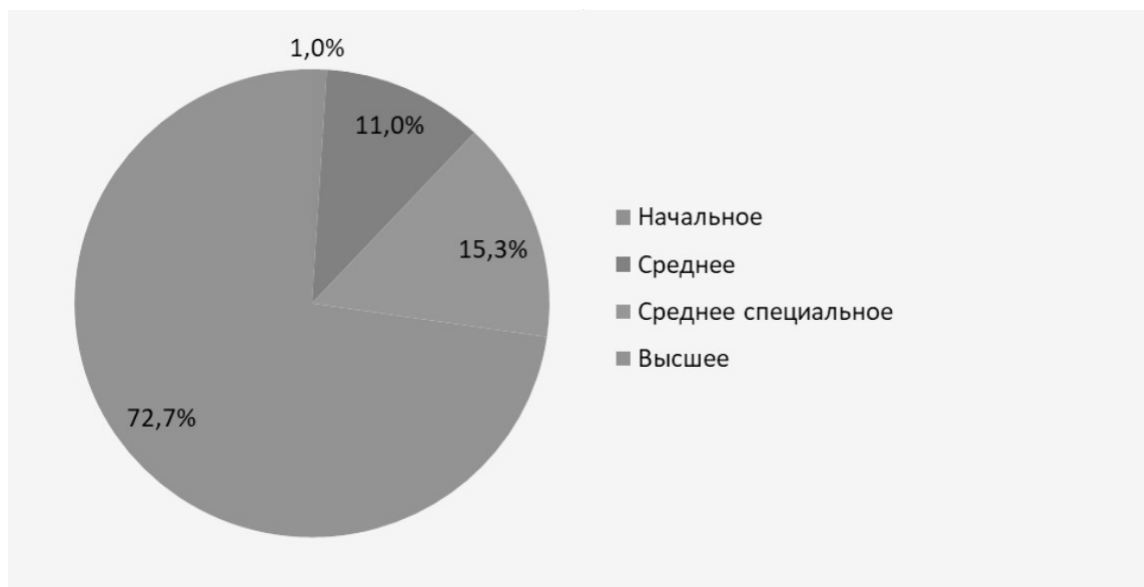


Рис. 6. Распределение респондентов по уровню образования

Более половины посетителей парков культуры и отдыха предпочитают пользоваться тихими зонами для прогулок в лесу со скамейками (58,7%), услугами кафе/фудкортов (54,7%) (рисунок 7).

Посетители, приходящие в парк с детьми, предпочитают пользоваться аттракционами для детей (48,7% от общего количества посетителей), детскими площадками с активными развлечениями — 41,3%, просто детские площадки посещают 37,7% клиентов парков культуры и отдыха.

На концерты, выставки, различную анимацию приходят 33,3%. Услугами катка в парке предпочитают пользоваться 32,2% посетителей. Клиенты, предпочитающие наслаждаться объектами садово-паркового искусства (розарии, цветники, аптекарский сад и др.) составляют 28,7%.

Аттракционами для взрослых пользуется лишь четверть жителей Подмосковья, здесь также нужно отметить, что только парки в крупных городах Московской области обладают аттракционами для взрослых, чаще других встречаются аттракционы типа «колесо обозрения», «чашки» и т.п.

Определяющими факторами выбора парка культуры и отдыха являются [4]:

1. удобное расположение (легко добраться) (90,3%);
2. красивая природа в парке (75,7%);
3. цены на услуги (47,0%);
4. присутствие водоема (47%);
5. безопасность (42,7%);
6. время работы (35%);

7. широкий ассортимент услуг для детей (34,3%);
8. вкусная еда/модный ресторан (32,3%);
9. качество сервиса (27,3%);

Преимущества и недостатки парковых услуг с точки зрения посетителей

Респонденты не отметили преимуществ парков, более половины людей, входящих в выборку, выделили ряд услуг, которые на их взгляд нужно расширить, т.к. они встречаются редко, и которые клиенты хотели бы, чтобы они были представлены в парках.

Распределение ответов респондентов на вопрос «какие существующие виды услуг, на ваш взгляд, нужно расширить (т.к. они встречаются редко), а также какие новые виды услуг Вы хотели бы, чтобы были представлены в парках культуры и отдыха?»

Выявлены наибольшие трудности посетителей по следующим услугам парков:

1. Кафе/фудкорты, потребность в их наличии, а также необходимость улучшение работы отметили наибольшее количество посетителей — 13,2% от общего количества;
2. Посетители говорят о необходимости расширения разнообразия аттракционов как для детей, так и взрослых, так считают 11,9% респондентов;
3. 9,4% респондентов отметили высокую потребность в пунктах проката различного инвентаря (велосипедов, самокатов, детских машин, лодок, катамаранов, биноклей, коньков, мячей, ракеток, игр, пинг-понга, инвентаря для лыжных прогу-



Рис. 7. Услуги, которыми пользуются посетители парков культуры и отдыха МО

лок, для рыбалки, для подвижного отдыха — теннисные ракетки, бадминтон и т.п.).

Приходя в парки, посетители в большинстве своем тратят на услуги парка на одного человека от 500 до 1000 руб. (37%) и до 500 руб. (33,3%), на питание расходуют в среднем на человека менее 500 руб. (43,7%), от 500 до 1000 руб. — 41,7%.

Прогнозируется рост объема рынка парков культуры и отдыха МО в течение 2021–2027 гг. со среднего-

довым темпом (CAGR) — 15,8% и достигнет к 2022 г. 2,3 млрд. руб., а к 2027 г. — 4,8 млрд. руб.

С учётом позиционирования, специфики местных жителей, имеющегося статуса лесопарка как зелёного, экологически чистого объекта, важно «вписывать» инфраструктурные парковые объекты в естественные ландшафты, исключить ликвидацию зелёных насаждений, оказывать минимальное техногенное воздействие на сложившиеся экосистемы. Регулярно проводить экологический контроль и аудит объекта.



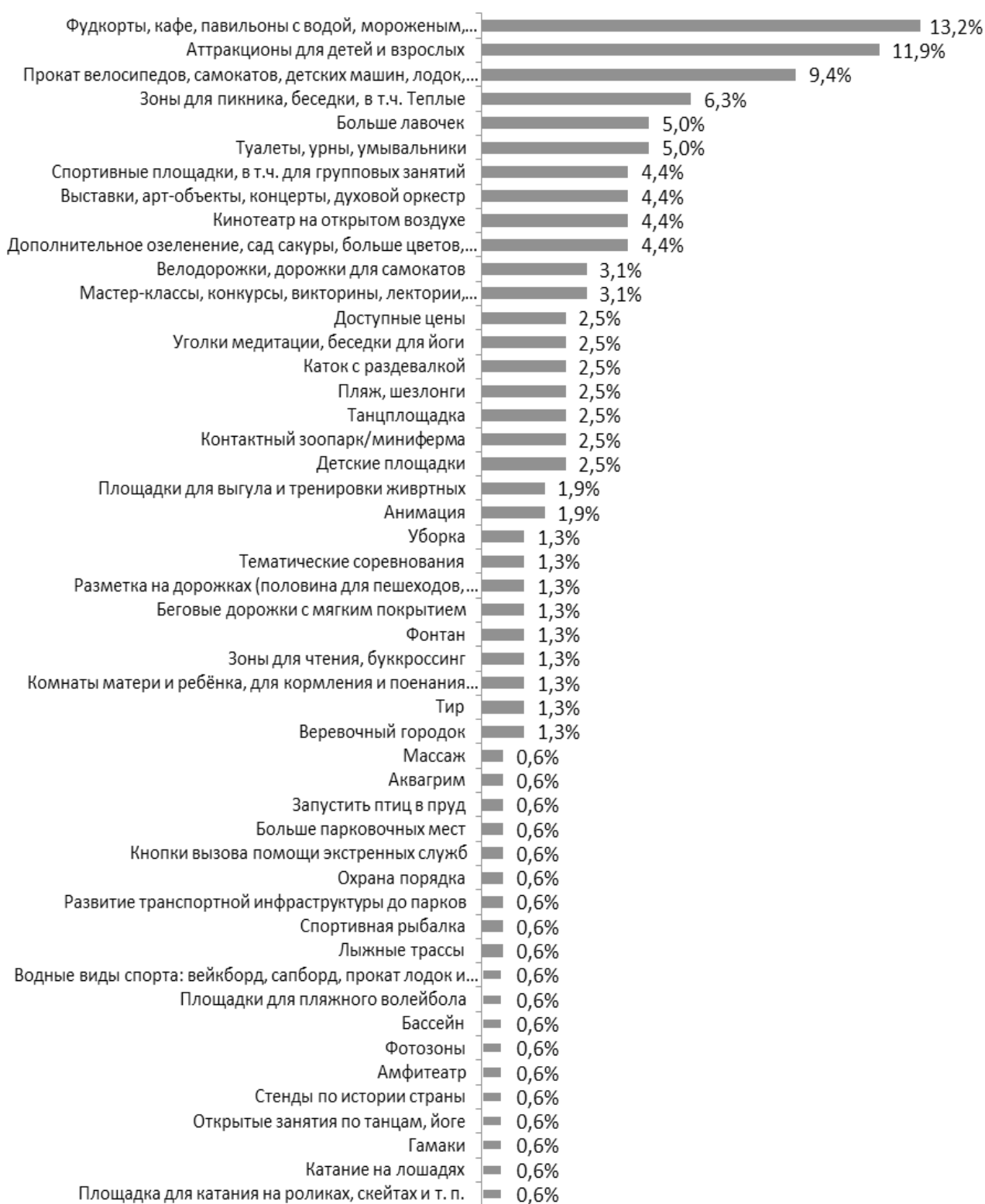


Рис. 8. Услуги, которые необходимо расширить

Прогноз по развитию отрасли — благоприятный. При снижении уровня реальных располагаемых доходов в связи с кризисом, в ближайшие годы наиболее

предпочтительным местом развлечений с точки зрения безопасности и экономичности расходов могут стать парки культуры и отдыха.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Абакарова П.М. Конкурентоспособность отечественного бизнеса, как залог национальной конкурентоспособности в целом // Вопросы структуризации экономики. 2014. № 1. С. 181-а183. EDN: SKCQVR.
2. Гражданский кодекс РФ принят 30 ноября 1994 года N51-ФЗ. — Текст: электронный // <http://www.consultant.ru/>: [сайт]. — URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) (дата обращения: 29.12.2022).
3. Методические рекомендации субъектам российской федерации и органам местного самоуправления по развитию сети организаций культуры и обеспеченности населения услугами организаций культуры. — Текст: электронный // <https://legalacts.ru/doc/>: [сайт]. — URL: <https://legalacts.ru/doc/rasporjazhenie-minkultury-rossii-ot-02082017-n-r-965-ob-utverzhdenii/#100009> (дата обращения: 29.12.2022).
4. Постановление Правительства Московской области от 23.12.2013 № 1098/55. — Текст: электронный // <https://docs.cntd.ru/>: [сайт]. — URL: <https://docs.cntd.ru/document/537946595> (дата обращения: 29.12.2022).
5. Руководство по использованию фирменного стиля. — Текст: электронный // <https://minblag.mosreg.ru/>: [сайт]. — URL: <https://minblag.mosreg.ru/download/document/6845737>. (дата обращения: 29.12.2022).

© Абакарова Патимат Магомедовна ( [patimat.abakarova@mail.ru](mailto:patimat.abakarova@mail.ru) ), Зайцева Анастасия Владимировна ( [zaizewa99@mail.ru](mailto:zaizewa99@mail.ru) ).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



г. Видное