

Особенности финансирования кинобизнеса в России и за рубежом

Гетигежев Борис Олегович

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,
экономический факультет, Москва, Россия*

E-mail: boris.getigzhev@mail.ru

Необходимым условием развития кинобизнеса, как и любого другого вида предпринимательской деятельности, было, есть и будет своевременное и полномасштабное обеспечение его капиталом. Комплексное развитие киноиндустрии возможно только при использовании множества общественных и частных источников финансирования. Перечень инструментов и схем привлечения финансовых средств в киноотрасль широк, и выбор конкретного метода зависит от социально-экономических, культурных, политических и иных факторов.

При создании фильма кинопродюсер может использовать как собственные средства, так и привлечённые (заёмные). В первом случае продюсер выступает инициатором и главной движущей силой проекта. Вся ответственность за финансирование лежит на продюсере, но при этом у него остаются права на конечный продукт. В случае привлечения средств из внешних источников (если речь идёт о частных инвестициях) продюсер теряет контроль над кинопроектом, что будет означать для него теоретически меньшую по сравнению с первым способом финансирования долю прибыли, но большую гарантию минимизации рисков. Последнее является немаловажным фактором, так как финансирование кинопроизводства является высокорисковым.

Основными источниками финансирования кинобизнеса в России являются:

- субсидии из федерального бюджета,
- спонсорские средства,
- частные инвестиции,
- product placement,
- фандрайзинг.

Более половины от общей суммы средств, привлекаемых в кинобизнес в России, составляют средства прямого государственного финансирования, около 60% которых выделяются на финансовое обеспечение расходов, связанных с производством, прокатом, показом и продвижением художественных полнометражных национальных фильмов лидерами отечественного кинопроизводства. Таким образом, российский кинобизнес в настоящее время сильно зависим от бюджетных субсидий.

Анализ национальных систем кинопроизводства стран-лидеров мировой киноиндустрии позволил выявить ряд отличительных черт, касающихся как видов источников финансирования, так и принципов финансирования кинобизнеса. Во Франции доля прямого государственного финансирования составляет 3,9% от общего финансирования фильмов с преобладанием французского капитала. Национальный Центр Кинематографии (CNC) осуществляет выборочную поддержку производства полнометражных фильмов («аванс в счёт доходов») в размере 2,1% от общей суммы поддержки фильмов французской инициативы, территориальные единицы финансируют 1,8%. Государственная поддержка выражается в виде налогового кредита, международного налогового кредита, целью которого является поощрение киносъёмок и послесъёмочных работ иностранными кинопроизводителями на территории Франции, а также автоматической инвестиционной дотации. Суть последней состоит в том, что продюсер фильма, одобренного CNC, получает доход в размере нескольких десятков сантимов с каждого проданного билета. Эти суммы начисляются на определённый счет в CNC в пользу продюсера, который может вновь инвестировать эти средства в производство других французских фильмов в будущем [2]. Подобная практика существовала и в Финляндии, где в случае, если режиссер снял успешную картину

(свыше 40 тысяч посещений), Кинофонд Финляндии вознаграждал его 20 финскими марками за каждого зрителя [3]. По мнению автора, данный способ финансирования должен использоваться в российской киноиндустрии, так как он обуславливает большую заинтересованность кинопроизводителя-получателя бюджетных средств в успехе его картины. В качестве негосударственных видов финансирования киноотрасли Франции можно выделить следующие:

- доля французских продюсеров - 26,7%,
- доля SOFICA - 2,8%,
- совместное производство с телеканалами - 3,2%
- предоплата телеканалов - 24,6%,
- предоплата французских дистрибуторов - 12,1%,
- предоплата французских издателей видеопродукции - 1,7%,
- права на экспорт фильмов - 12,8%,
- вклад иностранного капитала - 6,8% [2].

Особое место среди негосударственных способов финансирования киноиндустрии Франции занимают инвестиционные обязательства, связанные с предварительной оплатой прав на показ и совместным производством фильмов с телеканалами, которые в сумме составляют 27,8 % от общего финансирования фильмов с преобладанием французского капитала. В России тенденция взаимодействия кинопроизводителей с телеканалами также имеет место быть, но не в столь крупном масштабе. Важно, чтобы данное взаимодействие было ориентировано не только на создание телесериальной продукции, но главным образом на кинопроизводство.

9 из 10 самых успешных в мировом прокате фильмов делаются в Голливуде. Главной особенностью системы финансирования американской киноотрасли является то, что в США законодательно не закреплены какие-либо государственные источники. Поиск частных источников финансовых средств занимаются специалисты по финансовым рынкам или инвестиционные агенты. Основным источником финансирования кинопроектов – мейджоры, которые используют стратегию «подхвата». Цепочка выглядит следующим образом. Продюсер (сценарист) с идеей кинопроекта обращается в небольшую независимую киностудию. Киностудия начинает съёмки, а после представляет мейджору отснятый материал. Мейджор принимает решение о финансировании и берёт на себя дальнейшие расходы. У данной схемы есть ряд преимуществ, связанных с более высокой специализацией на каждом этапе создания кинопродукта и минимизацией риска. К сожалению, схема пока нечасто используется российскими кинопроизводителями.

Распространёнными формами финансирования кино в США являются банковские кредиты (речь идёт о специализирующихся на киноиндустрии банках, умеющих оценить риск того или иного кинопроекта), субсидии и пожертвования (фандрайзинг), инвестиционные кредиты, хеджевые фонды и т.д. Свообразным способом финансирования кинопроизводства в США является создание общественных корпораций, аккумулирующих средства населению путём выпуска мелких акций. После выхода фильма в прокат каждый держатель акций может получить прибыль в зависимости от успеха картины [1].

Литература

1. Кокарев И.Е. Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России: Учеб. пособие / И.Е. Кокарев. – 2-е изд., перераб. – М.: Аспект Пресс, 2009.
2. <http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=70087>
3. http://www.rg.ru/Anons/arc_2002/0627/4.shtm