

Международная интеграция как фактор повышения конкурентоспособности организаций кинематографии

Колобова Евгения Юрьевна

Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения
Старший преподаватель кафедры медиакоммуникативных технологий
Кандидат экономических наук
jenechos@list.ru

РЕФЕРАТ

В современных условиях хозяйствования интеграционные процессы рассматриваются как ключевой фактор повышения конкурентоспособности отечественных кинокомпаний на международном уровне. Международная интеграция позволяет кинокомпаниям привлекать дополнительные зарубежные источники финансирования, создает возможности для конкуренции на международном рынке кинозрелищных услуг, сотрудничества с ведущими зарубежными студиями и кинокомпаниями, модернизации механизмов финансирования кинопроектов, а также участия в международных кинопроектах. Преодоление препятствий к активному международному сотрудничеству российских кинематографистов способствует формированию конкурентных преимуществ кинокомпаний, необходимых им для внедрения на международный кинорынок.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

интеграция, конкурентоспособность, кинематография, кинопоказ, российское кино

Kolobova E. Yu.

International Integration as Factor of Increase in Competitiveness of the Organizations of Cinematography

Kolobova Eugenia Yurievna

Saint-Petersburg state Institute of Film and Television (Russian Federation)
Senior lecturer of the Chair of Mediacommunication Technologies
PhD in Economics
jenechos@list.ru

ABSTRACT

Integration processes in modern conditions of managing are considered as a key issue of increase in Russian film company's competitive ability at the international level. International integration allows film companies to attract additional foreign sources of financing, creates opportunities for the competition in the international market of film spectacular services, provides conditions for cooperation with the leading foreign studios and cinema companies, modernization of funding mechanisms for film projects, participation in the international film projects. Overcoming obstacles to active international cooperation of the Russian cinematographers promotes formation of film company's competitive advantages that are necessary for business on the international film market.

KEYWORDS

integration, competitiveness, cinematography, film, screening, Russian movie

Национальная киноиндустрия функционирует как в сфере культуры и искусства, так и за ее пределами, затрагивая экономику, повышая свой уровень конкурентоспособности в процессе реализации программ международного сотрудничества, обеспечивая при этом применение передовых технологий и достижений культуры в процессе совместной реализации государствами-участниками международной интеграции творческих проектов (копродукции). Развитие копродукции стало результатом интеграционных процессов и частью государственной политики в сфере кинематографии. Общие усилия государств создали благоприятные социально-экономические условия для активизации кинопроката, а также способствовали инвестиционной привлекательности отечественной киноотрасли для иностранного капитала.

Мировая киноиндустрия выступает как целостная система взаимодействия хозяйствующих субъектов, осуществляющих производство, распределение и прокат кинопродукции, реализуя программы по оказанию кинозрелищных услуг. Функционирование национального кинематографа как отдельной отрасли экономики нуждается в определении сущностных представлений о конкурентных условиях мирового кинобизнеса, обеспечивающих многообразие кинопродукции и направляющих участников творческого процесса на перспективное развитие киностудий, ценных для националь-

ной отрасли кино каждого государства. Международная конкуренция в сфере кинематографии представляет собой особую форму взаимодействия на мировом кинорынке между национальными и зарубежными производителями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта отечественной кинопродукции за рубежом, а также получения наибольшей прибыли хозяйствующими субъектами кинопоказа при сохранении самобытности отечественного кино и росте качества кинопродукции национальной киноотрасли [1].

Международная конкуренция на кинорынке зависит от правового положения иностранных кинокомпаний внутри страны и развития возможностей национальной киноотрасли за рубежом [1]. Трудности отечественного кинопроизводства и продвижения кинолент указывают на необходимость интеграции отечественного кинорынка в мировое кинопространство, поскольку международная конкуренция в сфере кинематографии создает определенные входные барьеры для иностранной кинокомпания. Входные барьеры — это не только высокие показатели по общему кассовым сборам, что является немаловажным фактором, но и наличие у кинокомпаний большого объема фильмотеки, в которую входит большая доля успешных фильмов, имеющих популярность в разных странах. Одна из проблем отечественной кинематографии связана с темпами производства конкурентоспособной кинопродукции и с ее ускоренным продвижением на национальном и международном уровне.

Интенсивность интеграционных процессов определяется экспортом национальных кинолент на мировой кинорынок. По результатам анализа среднегодовых данных посещаемости российских кинокартин по зарубежным странам в период с 2011 по 2016 г., основными рынками кинопроката для российских продюсеров стала Украина со среднегодовой долей зарубежных посещений фильмов — 24,5%, Соединенные Штаты Америки — 21,9% и Казахстан с долей 8,6% [4, с. 49]. Столь значимая роль США в экспорте отечественных кинолент обуславливается копродукцией с миноритарным участием российских партнеров, среднегодовая доля зарубежных посещений с миноритарным сопродукством в этой стране составила 43,7%. Что касается мажоритарного участия российских продюсеров в копродукции, то на первый план выступает Украина, Казахстан, Белоруссия и Китай, с соответствующими долями зарубежных посещений полностью российских фильмов и фильмов с мажоритарным участием: 46,6%, 16,4%, 11,2%, 6,1%.

Как показали результаты количественного исследования, за последние пять лет наблюдается активизация экспортной деятельности российских продюсеров, причем нацеленная на новые регионы, где отечественные кинофильмы прежде не демонстрировались или пользовались небольшой популярностью, что происходит на фоне сокращения традиционно близких рынков стран СНГ. Однако продажи российских кинофильмов не достигают высоких позиций по кассовым сборам, а в совместном кинопроизводстве лидерство принадлежит американским партнерам.

Отечественным кинокомпаниям трудно составить серьезную конкуренцию западным кинокомпаниям — мейджорам, крупнейшим мировым центрам кинобизнеса, ведущим транснациональным корпорациям в мировом кинобизнесе, расположенным в различных регионах США. Американские кинокомпания представляются как мейджоры, суперстудии, независимые прокатчики или продюсеры — физические лица. При этом с последними двумя возможно конкурировать без административного ресурса, с первыми двумя без нового подхода к государственной и международной политике в сфере кино конкурировать крайне сложно. Мейджоры и суперстудии доминируют на мировом рынке, вводя собственные стандарты и поглощая зарубежные киноцентры. Мейджоры специализируются на развлечении широкой аудитории, что отличает собственно мейджора от суперстудии и отражает переход мейджоров из сегмента, собственно, кинобизнеса в сегмент индустрии развлечений вообще.

Киноиндустрия Соединенных Штатов Америки одна из самых конкурентоспособных во всем мире и обеспечивает положительное сальдо торгового баланса практически с каждой страной, участвующей в торговых операциях кино- и телепродукцией и услугами с США. По сравнению с 2009 г. экспорт фильмов и телепрограмм в 2015 г. возрос на \$ 4 млрд, что составило \$ 17,8 млрд на конец 2015 г. Мейджоры, являясь основным поставщиком продукта в кинематографический мейнстрим, занимаются производством (дистрибуцией, прокатом, продажей) кинофильмов и музыки, реализуют широкий круг сопутствующих товаров от профессиональных журналов до сувенирной продукции и парков развлечений [7]. Мейджоры — самые крупные компании в мировой киноиндустрии, их насчитывается не более 20, однако российские кинокомпании в этот список не входят, но вынуждены конкурировать с ними на национальном уровне.

Для повышения уровня конкурентоспособности отечественным кинокомпаниям недостаточна государственная поддержка, предусмотренная действующими законами и иными нормативными правовыми актами в области кинематографии. Требуется расширение практики частичного госу-

дарственного финансирования производства, проката и показа национальных фильмов. В частности, организациям кинематографии следует активнее предоставлять кредиты на производство, тиражирование и прокат национального фильма на льготных условиях по ставке до 5% годовых сроком до двух лет. Положительное влияние на конкурентоспособность отечественных компаний оказывает правило, в соответствии с которым не подлежит налогообложению прибыль организаций независимо от организационно-правовых форм и форм собственности, направленная на производство фильма, тиражирование фильма, прокат фильма и показ фильма. Не облагаемая налогом доля прибыли, направленная непосредственно на эти цели, не ограничивается.

В каждом развитом государстве существует возможность использования киноиндустрии для формирования политически корректного образа страны на международной арене, продвижения своих жизненных ценностей, развития национального самосознания. Государство заинтересовано в совершенствовании поддержки перспективных в этом плане кинопроектов. Однако государственная поддержка киностудий, работающих на территории России, в настоящее время осуществляется косвенно — посредством финансирования производства национальных кинолент при определенных условиях, при этом государственная поддержка российских студий за счет бюджетных средств не осуществляется, так же, как и инвестиционные вложения в создание новых студий и предоставление специальных преференций инвесторам подобных проектов.

Все указанные обстоятельства создают необходимость поиска новых направлений в повышении конкурентоспособности отечественной кинематографии на мировом кинорынке. Международная конкуренция на кинорынке руководствуется принципом взаимности, поэтому копродукция на мировом уровне требует общей заинтересованности от участников процесса, а также общей организационной основы всего кинопроизводственного цикла. В этой связи представляется перспективным интеграция национальных организаций кинематографии и зарубежных кинокомпаний для эффективной совместной деятельности с целью извлечения выгод для обеих сторон путем заключения соглашений, что создает необходимость осуществления мероприятий по углублению интеграционных процессов.

Мировой кинобизнес выступает как мощный инструмент процесса глобализации, производя глобальные по своей природе кинопродукты, развиваясь в условиях сильной зависимости от научно-технического прогресса. Основными чертами глобализации мировой киноиндустрии по праву можно считать рост влияния отраслевых транснациональных корпораций на национальную экономику и проникновение на кинорынки зарубежных стран, развитие киноотрасли в объемах экспортной кинопродукции, появление мировых центров кинобизнеса, повышение плотности конкуренции, развитие копродукции и усиление интернационализации отрасли.

В свою очередь глобализация мирового кинобизнеса, вышедшая на новый уровень в 90-е годы XX в., обусловила систему законодательных и политических решений в сфере конкуренции, которые повлекли комплексные последствия во всех сферах жизни общества. Так, информатизация, появление и активный рост новых технологических форматов кинопродукта повлекли за собой сложно разрешимые внутренние противоречия в системе хозяйственного оборота нематериальных активов. Киноиндустрия на мировом уровне направлена на повышение уровня социально-культурного развития граждан всех государств-членов международного сообщества, а также формирование системы государственной идеологии, создание общественного мнения во всех сферах жизни общества [1].

На пути формирования рыночной экономики Россия налаживала международное сотрудничество в сфере кино и телевидения для дальнейшего копроизводства с целью извлечения выгод на взаимной основе. Так, Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о культурном сотрудничестве от 18 декабря 1992 г. содержит раздел IV «Радиовещание, телевидение и кинематография», где в ст. 8 договаривающиеся стороны принимают на себя обязательство поощрять сотрудничество в области телевидения и радиовещания, в частности, путем: обмена теле- и радиопрограммами по темам, представляющим взаимный интерес, совместного производства телевизионных фильмов, обмена делегациями и работниками радио и телевидения, содействия одной стороне в создании теле- и радиоматериалов на территории другой стороны. В соответствии со ст. 9 Соглашения обе страны «в целях дальнейшего развития сотрудничества в области кинематографии будут содействовать широкому распространению и популяризации фильмов другой страны, взаимному оказанию услуг, озвучиванию фильмов на язык другой страны, обмену киноработниками и специалистами, участию в международных кинофестивалях, проводимых в другой стране, совместному производству фильмов».

Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Тунисской Республики о культурном и научном сотрудничестве от 26 марта 1999 г. предусматривает, что «стороны будут развивать сотрудничество в области кинематографии путем: взаимного проведения

фестивалей и премьер кинофильмов; совместного производства документальных, художественных и мультипликационных фильмов; установления контактов между кинематографистами, режиссерами и деятелями кино обеих стран».

Соглашение о сотрудничестве в области кинематографии между Министерством культуры и охраны историко-культурного наследия Республики Абхазия, Союзом кинематографии Абхазии, Союзом кинематографистов РФ, Государственным фондом кинофильмов РФ и Российским государственным архивом кинофотодокументов направлено на создание оптимальных условий для укрепления творческих связей, реализации совместных кинопроектов и информационного сотрудничества. Основная цель соглашения состоит в совместной пропаганде и популяризации продуктов российского кинематографа, поддержке кинопроката и продвижения национальных кинолент, а также в развитии государственных и муниципальных организаций кинематографии Республики Абхазия [8].

Поддержка отечественного кинематографа осуществляется за пределами Российской Федерации, в частности, с 2011 г. фондом «Евримаж» («Eurimages»), образованного при Совете Европы в 1988 г., деятельность которого направлена на поддержку совместного кинопроизводства и проката кинематографических и аудиовизуальных работ. В течение всего периода с 2012 по июнь 2016 гг. фонд «Евримажа» поддержал десять кинолент, у которых в качестве мажоритарного участника производства выступала Россия [4, с. 47].

В европейской конкурентной борьбе с голливудской киноиндустрией за повышение спроса на национальную кинопродукцию активно участвует Евросоюз в целом, создав систему европейской копродукции и фонд Eurimages. Копродукция, или совместное производство фильмов, с точки зрения Европейской конвенции о совместном кинопроизводстве, подразумевает сотрудничество продюсеров из разных стран. Копродукция отражает интеграционные процессы в совместной деятельности организаций кино и телевидения, результатом которой выступает фильм с участием актеров и других специалистов из разных стран интеграционного объединения.

Копродукция с ведущими зарубежными кинокомпаниями в российской киноиндустрии практикуется на разовой основе, о чем свидетельствует полное отсутствие систематического учета результатов реализации совместных кинопроектов. В противовес неразвитой отечественной интеграционной политики в кино в странах Евросоюза статистика копродукции доступна в ежегодных отчетах, выпускаемых государственными органами по кинематографии или статистике [4, с. 40]. Таким образом, официальная статистика кинопроизводства отражает государственную политику и приоритеты в сфере копродукции и международного сотрудничества.

Необходимость совместного кинопроизводства с зарубежными странами обусловлена рядом причин; в их числе: дополнительные зарубежные источники финансирования, возможность конкурировать на международном рынке кинозрелищных услуг, техническое сотрудничество с ведущими зарубежными студиями и кинокомпаниями, модернизация механизмов финансирования кинопроектов, участие в международных кинопроектах. Данный подход к производству кинолент способен создать конкурентное преимущество для российского кинопроката в виде качественного совместного кинопродукта, который можно внедрять на международный кинорынок. Копродукция способствует интеграции отечественного кинематографа в международную киносреду с целью расширения зоны реализации отечественных кинопроектов, расширению межкультурных границ и укреплению имиджа России на международной арене.

Характерным для интеграции предприятий в сфере кинематографа является объединение капиталов компаний в рамках проектов по копродукции, что актуально в современных условиях хозяйствования, в контексте маркетинговых способов реализации киноиндустрии и тенденции превращения разрозненных компаний в связанную взаимными обязательствами и опытом сотрудничества профессиональную среду. По подсчетам Европейской аудиовизуальной обсерватории [4, с. 40] в период 2011–2015 гг. число выпущенных в прокат совместных кинофильмов с иностранными производителями достигло 125, по данным базы «LUMIERE» данный показатель достиг 95, однако из них всего 37 кинолент с мажоритарным участием России [2]. За этот период средняя доля копродукционных фильмов от общего числа выпущенных российских кинолент в прокате составила 23%, что свидетельствует о пассивном участии российских кинокомпаний в копродукции. Представитель европейского института — компании «Unifrance» — Жоэль Шапрон уточняет данные слова: «Официальная копродукция — это когда вовлечены такие институты, как CNC, Министерство культуры, которые официально признают двунациональность проекта. А когда продюсеры просто между собой договариваются и их проекты не попадают в официальную статистику этих институций, никто может и не знать об этой копродукции, и она не может быть признана копродукцией между странами» [2].

Партнерами отечественных продюсеров являются предприниматели из США, Германии, Франции, Великобритании, Белоруссии, Украины, Латвии, Нидерландов, Казахстана, Польши, Узбекистана, Италии, Китайской Народной Республики. При этом существенным вопросом в копродукции является мажоритарное участие России при создании относительно небольшого числа кинолент. В период с 2011 по 2015 гг. в большинстве случаев совместного производства фильмов с Украиной отечественные продюсеры выступали в качестве мажоритарного сопродюсера в пропорции 10 из 23 кинолент, при сотрудничестве с США — 10 из 41 фильма созданы с мажоритарным участием России [2, 5].

В 2016 г. подготовлено соглашение «Ленфильма» с «Беларусьфильмом» о создании двух совместных проектов. Среди всех российских участников создания копродукции отмечены наиболее активные, среди которых выступает ООО «Кинокомпания СТВ», выпустившая в 2012–2014 гг. восемь кинолент, и компания «Интерфест» («Реал-Дакота»), выпустившая четыре фильма. В указанный период отечественная компания ООО «Базелевс» Тимура Бекмамбетова сотрудничала с американскими кинопроизводителями, среди которых были такие крупные студии, как «Universal Studios» и «20th Century Fox» [5]. Результатом их сотрудничества стали три кинокартины: «Фантом» 2011 г., «Президент Линкольн: Охотник на вампиров» 2012 г. и «Убрать из друзей» 2014 г. Группа компаний Парадиз приняла участие в совместном производстве с Италией, создав романтическую комедию «Любовь прет-а-порте», релиз которой намечен на 16 марта 2017 г. [6].

Одной из самых перспективных форм интеграции компаний являются стратегические альянсы, фундаментальной целью которых является повышение конкурентоспособности партнеров. Стратегический альянс представляет собой тип межорганизационных отношений, при которых партнеры вносят существенные вклады различного характера (человеческого, финансового и/или технологического капитала) в развитие их долгосрочного сотрудничества и ориентацию на свои общие и индивидуальные цели [10]. Создание альянсов осуществляется на основе горизонтальной межфирменной кооперации, а также между компаниями, занятыми в смежных сферах деятельности и обладающими взаимодополняющими технологиями и опытом. Благодаря объединению экономических и интеллектуальных ресурсов партнеров, стратегический альянс предоставляет возможность на разработку и реализацию научно-исследовательских кинопроектов.

В 2016 г. «Panasonic Россия» и киностудия «Ленфильм» подписали Меморандум о сотрудничестве, предусматривающий возможность отечественным кинематографистам тестировать новое оборудование «Panasonic», а также участвовать в разработке совместных образовательных программ и кинопроектов [9]. Стоит отметить, что действия компании «Panasonic» направлены на проведение ряда технических консультаций по оборудованию масштабного «Ленфильм-Парка», строительство которого планируется на территории более 5 га в пригороде Санкт-Петербурга, при этом общая площадь зданий, где будут располагаться киностудии, реквизит, мастерские и павильоны, составит около 75 тыс. м². Предполагается, что проект должен выполнять такие функции, как стимулирование развития кинопроизводства в Санкт-Петербурге, а также содействие в развитии отечественного кинопроизводства.

Альянс конкурентов на рынке кинопроката позволяет участникам разделить затраты и увеличить количество кинокартин, закупаемых для демонстрации в кинотеатрах. С 2006 г. доминирующим инвестором на российском кинорынке стала «Формула кино менеджмент» — компания, созданная иностранным инвестором специально для строительства и последующего управления мультиплексом. В рамках стратегических союзов можно выделить «Альянс независимых кинопрокатных организаций для развития кинопредпринимательства» (АНКО). Так, соглашение о совместной реставрации (стратегическом альянсе) советской кино- и анимационной классики и ее переводе в цифровой формат подписали в 2010 г. компания RWS («Всемирные русские студии»), входящая в корпорацию АФК «Система», ФГУП «Объединенная государственная кино-коллекция» (ОГК) и индийская Reliance Media Works Ltd. Стратегический альянс корпорации «Аймакс» включает такие известные мировые компании и корпорации, как «Ассоциация театров с гигантскими экранами» (LFCA), «Знаменитые участники» (Famous Players Inc), «Национальное управление по авиации и космонавтике» (NASA) и другие.

В процессе изучения интеграционных процессов в рамках их влияния на конкурентоспособность организаций на рынке кинозрелищных услуг необходимо уделить особое внимание причинам и проблемам низкой активности отечественных представителей кинематографии в копродукции и экспорте российских кинолент, препятствующим международной деятельности в сфере кино.

Как показали исследования, одним из внутренних препятствий является отсутствие юридической компетенции, вследствие чего возникают сложности в процедурах копродукции и заключении внешнеторговых сделок в области экспорта отечественных кинолент ввиду неопытности в вопросах

составления договоров о сотрудничестве и других юридических аспектов. К проблемам национального проката относятся отсутствие развитой сети кинотеатров, избыточность американских кинолент в российских кинотеатрах, приносящих соответственно значительно больше прибыли, нежели отечественное кино. При этом условия реализации кинопродукта на вторичном рынке сбыта, например, на телевизионных каналах, зачастую являются невыгодными для продюсеров. Остальные виды извлечения прибыли из кинопроекта, такие как VoD, DVD, онлайн-кинотеатры, также не являются эффективными ввиду массового нарушения авторских прав на аудиовизуальные произведения в сети Интернет.

Проблема «пиратства» в Интернете является основной причиной уменьшения прибыли всех кинокомпаний мировой киноиндустрии из-за порочности той маркетинговой схемы, которая позволяет давать ссылки на просмотр фильма в качестве, исключающем его надлежащее восприятие зрителем. В этой связи возникает необходимость в защите национального рынка от дешевой неконкурентной кинопродукции и экспорте национального художественного фильма как первоочередных задач для оптимизации международного культурного обмена в условиях развития электронных технологий.

Проблемы международной деятельности отечественных кинокомпаний связаны с внутренним рынком российского кино. Уровень жизни населения в России ниже, чем в европейских странах, что отражает значительно низкий объем потребления кино, свидетельствующий о нехватке средств на кинозрелищные услуги. Создание конкурентоспособной киноленты, по мнению многих отечественных продюсеров, невозможно без значительных вложений, однако частные или заемные инвестиции не окупаются ввиду нестабильной системы кинопроката и неэффективной монетизации отечественного кино. При этом государство не может профинансировать все продюсерские проекты в силу ограниченности бюджета, в связи с этим существует система приоритетов в распределении грантов. В условиях ограниченности финансовых ресурсов 85% павильонов в России сосредоточены в Москве, еще 12% скоординированы в Санкт-Петербурге, также более 60% компаний и услуг для кинопроизводства расположены в столице, более 20% в Петербурге и еще около 10% — в Екатеринбурге (в рамках «Свердловской киностудии») [5]. Региональное финансирование кинопроектов в несколько раз меньше, чем в Москве и Санкт-Петербурге, что отражается на уровне производственного оборудования, состоянии студийных мощностей и как следствие, неконкурентоспособного кинопродукта, что создает значительные препятствия при обращении к международному рынку поддержки и реализации кино из-за несоответствия стандартам, принятым на этом самом международном рынке. Подобные проблемы могли бы быть решены путем децентрализации ряда функций Министерства культуры и организации сети кинокомиссий в регионах страны, как помогающих местным кинематографистам, так и привлекающих столичные и зарубежные съемочные группы.

Как показали исследования, одной из проблем международного сотрудничества и экспорта отечественных кинолент за рубеж, выступает нехватка государственной поддержки в отношении участия России в международной деятельности в целом [6]. В качестве инструмента внешнего влияния «soft power» применяется кинематограф в рамках международного культурного обмена, при этом государство должно подталкивать продюсеров страны к участию в международных проектах. Государство должно быть заинтересовано в мотивации представителей кинематографа участвовать на международном кинорынке, а также создавать выгодные условия для иностранных партнеров, участвующих в производстве российского кино.

Внешние политико-экономические факторы влияют на копродукцию и взаимоотношения отечественных продюсеров с иностранными партнерами. В рамках этих отношений, с одной стороны, сформировался негативный имидж России на макроуровне ввиду внешнеполитических отношений между государствами, с другой стороны, как говорит Лоран Даныелю, «в мире кино есть только два критерия любых отношений в этой сфере: хорошее кино и не очень хорошее кино, а остальное — это домислы» [3]. В любом случае сложившаяся внешнеполитическая повестка препятствует мотивации к международной деятельности отечественных продюсеров.

Одной из проблем стали низкие показатели по экспорту российских кинолент за рубеж, что является следствием завышения цен отечественными продюсерами на кинокартины, которое в свою очередь определяет нежелание западных дистрибьюторов покупать такое кино. Другой проблемой выступают экономические затраты на производство российских заведомо неконкурентоспособных, но дорогостоящих фильмов. В этой связи Жоэль Шапрон, ведущий специалист UNIFRANCE по кинематографу стран Центральной и Восточной Европы, отметил, что «для российского кино во Франции нет конкуренции; если ты найдешь хотя бы одного прокатчика, это уже чудо. Завышать цены в данном случае бессмысленно, потому что потребителей практически нет» [4, с. 84].

Проблемные зоны международной интеграции в сфере кино отмечаются и в сложности выбора совместных тем и проблематики сценарного материала и как следствие, ментальной разницы и сложившихся стереотипов. Объективно существуют трудности социокультурного характера, выраженные в сложности перевода сценарных текстов и восприятия отечественного кинематографа зарубежным кинозрителем ввиду социально-культурных различий в ожиданиях от кинозрелищных услуг, что создает препятствия для развития копродукции и экспорта российского кино.

И все же у российских представителей кинематографа имеется положительный опыт как копродукции с иностранными партнерами, так и успешного экспорта своей кинопродукции за рубеж. Повышение активности международного сотрудничества отечественных продюсеров зависит от всех участников, включая государство. Государственная поддержка должна быть направлена не только на поддержание объемов кинопроизводства и удержании его доли на отечественном рынке кинозрелищных услуг, но и на активную поддержку участия российских кинолент на международном кинорынке, так же, как и на формировании нового зарубежного зрителя российского кино. Отечественным специалистам в области кинематографии необходимо прикладывать больше усилий в построении активного диалога с иностранными продюсерами для дальнейшей возможности копродукции, а с дистрибьюторами и агентами для продажи своих кинофильмов за рубеж.

Таким образом, российской киноиндустрии необходимо активнее участвовать в построении международных торговых отношений для повышения социально-экономических результатов деятельности национальных организаций кинематографии. На сегодняшний день Россия является членом Европейской конвенции о совместном кинопроизводстве, Европейской аудиовизуальной обсерватории, Европейского фонда поддержки совместного кинопроизводства и проката кинематографических и аудиовизуальных работ «Евримаж», подписаны международные соглашения о совместном кинопроизводстве со странами СНГ, Францией, Германией, Италией, Болгарией, Канадой.

Важнейшим приоритетом в деятельности всех медиаструктур, и особенно кинематографа, становится умение адаптироваться к меняющимся условиям, интегрироваться в общемировые экономические процессы, взаимодействовать с другими экономическими субъектами, тем самым приобретая необходимые уникальные конкурентные преимущества, диверсифицируя направления своей деятельности и достигая необходимого уровня конкурентоспособности.

Литература

1. Алексеев Г. В., Колобова Е. Ю. Экономические и правовые аспекты сотрудничества и конкуренции в мировой киноиндустрии // Управленческое консультирование. 2014. № 12. С. 67–78.
2. База данных LUMIERE о фильмах, выпущенных в европейских кинотеатрах [Электронный ресурс]. URL: <http://lumiere.obs.coe.int> (дата обращения: 20.11.2017).
3. Интервью с французским продюсером Лораном Даньелю в рамках учебного исследования «Проблемы восприятия российского кино во Франции». Иванова В. А. Университет г. Авиньон, Франция. 2015. С. 92
4. Кинопроизводство и копродукция в России. Экспорт российских фильмов за рубеж. Страсбург : Европейская аудиовизуальная обсерватория (Совет Европы), 2016.
5. Киностатистика [Электронный ресурс]. URL: <http://movieresearch.ru/> (дата обращения: 20.11.2017).
6. Кинорынок: Российское кино в прокатных планах дистрибьюторов // Profi Cinema [Электронный ресурс]. URL: <http://www.proficinema.ru/mainnews/markets/detail.php?ID=212557> (дата обращения: 20.11.2017).
7. Крол А. Битва титанов. Модели прибыли крупного кинобизнеса [Электронный ресурс] // Сними фильм. 2010. URL: <http://snimifilm.com> (дата обращения: 20.11.2017).
8. Союз кинематографистов Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.unikino.ru> (дата обращения: 20.11.2017).
9. Panasonic Россия и киностудия «Ленфильм» подписали соглашение о сотрудничестве [Электронный ресурс]. URL: <http://www.spbit.su/news/n195653/> (дата обращения: 20.11.2017).
10. Gugler P. Building transnational alliances to create competitive advantage // Long Range Planning. 1992. № 25 (1). P. 92.