

Механизмы государственной поддержки услуг киноиндустрии в Российской Федерации на основе международного опыта

Аракелян Артур Мовсесович*, доктор экономических наук, профессор, artur.arakelyan@mail.ru,

*ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Российская Федерация

Аннотация. В условиях глобализации мировой экономики интенсивное развитие получила сфера услуг, в частности, индустрия кино. Киноиндустрия является одним из важнейших секторов современного мирового рынка услуг. Вместе с тем, развитие этой отрасли в России сопряжено с воздействием ряда негативных факторов, связанных со слабой конкурентоспособностью отечественной кинопродукции. В статье рассмотрены возможности государственной поддержки российского кинематографа на основе опыта ведущих зарубежных стран. Предметом данной статьи являются тенденции государственного регулирования индустрии отечественного кино, в основе чего лежит опыт ведущих развитых стран в данной сфере. Цель статьи – анализ и обобщение проблем повышения конкурентоспособности отрасли кино в России на основе внедрения специальных, уникальных механизмов ее поддержки со стороны государства. В результате исследования был выявлен ряд проблем развития отечественной киноиндустрии, в частности, несовершенство механизмов защиты прав интеллектуальной собственности, отсутствие систем продвижения производимых в России фильмов на зарубежные рынки, дифференциация регионов по уровню развития инфраструктуры киноиндустрии. Решение данных проблем ограничено слабой вовлеченностью иностранных инвесторов в развитие киноиндустрии, а также слабым развитием специальных механизмов субсидирования кинопроизводителей.

Ключевые слова: киноиндустрия, кинобизнес, кинематограф, государственная поддержка, международная конкуренция, кинопрокат, кино, производство кинопродукции

Для цитирования: Аракелян А.М. Механизмы государственной поддержки киноиндустрии в Российской Федерации на основе международного опыта // Сервис plus. Т. 11. 2017. № 3. С. 47—53.

Статья поступила в редакцию: 15.05.2017.

Статья принята к публикации: 26.06.2017.

State Support mechanisms of the Film Industry in the Russian Federation on the International Experience Basis

Artur M. Arakelyan*, Dr. Sci. (Economic), Prof., artur.arakelyan@mail.ru

*State University of Management, Moscow, Russian Federation

In the conditions of globalization of the world economy intensive development was gained by the industry of services, in particular, film industry. Film industry is one of the most important sectors of the modern world market of services. At the same time, development of this industry in Russia is accompanied with influence of many negative factors connected with weak competitiveness of domestic movie products. The article presents the possibilities of the state support of the Russian cinema on the basis of the leading foreign countries' experience. A subject of this article is tendencies of state regulation of domestic film industry based on the leading developed countries in this sphere. The article purpose is the analysis and generalization of competitiveness increase problems of cinema in Russia on the basis of implementation of special, unique state support mechanisms. As a result there are revealed many problems of the domestic film industry development, in particular, imperfection of protection mechanisms of intellectual property rights, lack of promotion systems of Russian movies on the foreign markets, differentiation of regions on the development level of the cinema infrastructure. The solution of these problems is limited with

weak involvement of foreign investors into development of the film industry, and also poor development of special mechanisms of subsidizing of moviemakers.

Keywords: film industry, film business, cinematograph, state support, international competition, film distribution, cinema, film production

For citation: Arakelyan A. M., State Support mechanisms of the Film Industry in the Russian Federation on the International Experience Basis. Service plus, vol. 11, no. 3, 2017, pp. 47—53.

Submitted: 2017/05/15.

Accepted: 2017/06/26.

Под влиянием процессов глобализации мировой экономики устраняются границы для движения товаров, услуг и факторов производства между отдельными странами. К тому же, на современном этапе в международном производстве и торговле интенсивно возрастает доля нематериальных благ. Мобильность товаров, трудовых ресурсов, технологий формирует новые формы экономических отношений в современном мире, следствием чего становится обострение международной конкуренции [16]. Последнее прослеживается и в мировой киноиндустрии (так, эксперты отмечают, что, например, в последние годы число кинотеатров в Китае выросло в 10 раз, тогда как средняя цена на билеты находится на предельном пороге рентабельности, что ставит под вопрос прибыльность кинотеатров [17]).

Под влиянием научно-технического прогресса и всемерного развития новых технологий кинобизнес получает все большее распространение в различных странах; возрастает охват мировой аудитории ввиду повышения доступности кинофильмов, что все в большей степени повышает массовость индустрии. Вместе с тем, кинобизнес представляется частью общемировой цифровой среды. В условиях глобализации и повышения трансграничной мобильности факторов производство продукция киноиндустрии – кинофильмы – беспрепятственно пересекают границы государств.

Значимым представляется влияние киноиндустрии и на потребление в ряде глобальных отраслей – текстильной, пищевой, автомобильной и др. промышленности. Кинобизнес постепенно преобразует общемировое пространство в глобальный рынок трансферта товаров, услуг, информации, технологий, финансов и капитала. Поэтому известные мировые киноконцерны испытывают существенные трансформации, которым подвержена мировая экономика в целом.

В современной кинематографии международная конкуренция представлена взаимодействием и соперничеством зарубежных и национальных производителей. Необходимость этой конкуренции обусловлена потребностями в обеспечении наилучших возможностей по сбыту продукции отечественной кинематографии на зарубежных рынках (равно как и максимизации прибыли), при том

условии, что сохранится самобытность отечественного кино, а качество продукции данной отрасли будет возрастать. Участие государства в процессах международной конкуренции в кинематографии предполагает как общую заинтересованность в результатах и интеграции усилий по его достижению, так и формирования некоторых организационно-экономических основ развития данной отрасли. Это, по мнению некоторых исследователей, неотъемлемо будет связано в перспективе с учреждением на базе специальных соглашений транснациональных корпораций в сфере производства кинопродукции [1, с. 70–71]. Инвестиционная привлекательность таких венчурных проектов определяется высочайшим уровнем их доходности в случае успешной реализации кинопроекта.

Мировой опыт показывает, что ведущие зарубежные дистрибьюторские кинокомпании управляют, как правило, большим числом международных кинопроектов, а конкуренция стимулирует кинопрокатные корпорации адекватно и быстро оценивать потенциал тех или иных фильмов на рынке, выявлять их целевые аудитории и точно рассчитывать время выхода на экран, учитывая при этом активность конкурентов. По мере развития информационных технологий проявляется весьма значимый негативный фактор, уменьшающий прибыль кинокомпаний – массовые нарушения авторских прав в результате развития «пиратства» в сети Интернет.

В России вопросы протекционизма в национальном кинематографе и защита информации в стране тесно взаимосвязаны с выстраиванием эффективной системы международного сотрудничества в культурной сфере. Это нашло отражение в ряде международно-правовых документов, в том числе в соответствующем Соглашении между странами Содружества Независимых Государств (СНГ), предусматривающем содействием обмена фильмами между странами. В целом в международной практике договорные формы международного обмена продукцией кино начали развиваться еще в 1960-е гг. Россия по мере перехода к рыночной экономике постепенно ориентирует международное сотрудничество в данной сфере на совместное производство кинопродукции, что является одним из аспек-



тов коммерциализации отрасли, которая, по мнению исследователей, переходит на новую стадию развития после разрушения государственной системы дистрибуции и финансирования кино¹.

На современном этапе функционирования российского кинобизнеса его развитие поддерживается растущими доходами кинопрокатных компаний, а также увеличением киносети, однако это развитие по-прежнему ограничено ключевым положением на мировом рынке суперстудий из США [7]. В начале XXI в. для отрасли российского кино стала активно проходить техническая модернизация, коснувшаяся всех сфер: производства кино, показа, дистрибуции. Частные продюсерские центры активно развивали бизнес, осуществляя инвестиции, что привело к росту производства отечественного кино в период 2004–2007 гг. Проникновение американских мейджоров на российский рынок шло параллельно с развитием национальной индустрией, ее технической реорганизацией и появлением на ней новых предприятий. Экономика кино в 2000-е гг. сопровождается консолидацией в отрасли, появлению вертикально интегрированных структур по типу холдингов [3] (например, «Газпром-Медиа Холдинг»).

Укрупнение и интеграция разных структур в кинобизнесе были ограничены на начальном этапе развития российского кино, в 1990-е гг., когда, напротив, неуправляемо росло число малых кинокомпаний. Эта интеграция была ограничена в связи с масштабным развитием видеопиратства. Дифференциация первичного рынка от ряда смежных отраслей явилась важным фактором для появления крупных мейджоров на рынке (в этой связи российский рынок в определенной степени повторяет этапы становления кинобизнеса в США, когда суперстудии укрупнялись по классической модели, а затем и путем создания диверсифицированных конгломератов).

Спецификой России является то, что в ней изначально кинопоказ был обособлен, а подавляющая доля контента импортировалась. В результате слияний и поглощений сфера показа существенно трансформировалась. В итоге в России сформировалась особая модель кинобизнеса, включающая: 1) производителей в виде вертикально-интегрированных структур (например, «СТС-Медиа»), независимых продюсерских компаний и частных студий («Три Тэ»), государственных киностудий («Мосфильм»); 2) дистрибьюторов в виде прокатных представителей американских мейджоров (типа «20 Century Fox CIS») и независимых компаний; 3) представителей кинопроката в виде коммерческих киносетей («Формула ки-

но», «Каро-Фильм»), независимых кинотеатров и государственных учреждений, финансирующихся из бюджета.

В России, в отличие от ведущих развитых стран, пока не развита ко-продукция (совместное производство фильмов), поскольку американские суперстудии в большей степени заинтересованы в дистрибуции и повышении спроса на собственные фильмы, а не в производственной кооперации с российскими партнерами.

Спецификой российского рынка кинопродукции является по-прежнему невысокая доля российских фильмов в валовых кассовых сборах. Так, по итогам 2016 г. на первую десятку зарубежных кинолент в отечественном прокате приходилось 15,6 млрд рублей, а десятки отечественных кинолент составила только 35,1% от указанной суммы [12]. К тому же, Россию отличает от развитых стран то, что в нашей стране сравнительно с невысокими доходами населения стоимость билетов в кино, напротив, высока (в США наблюдается прямо противоположная ситуация).

Характерной для России чертой также является неравномерное распределение кинотеатров в региональном разрезе, что обуславливает большой неудовлетворенный спрос на качественную продукцию во многих региональных центрах. Необходимость открытия новых кинотеатров в малых городах обусловлена социально-культурным аспектом данного вопроса [8, с. 148]. Следует обеспечивать доступность кинотеатров в виду мультиплексов как основной фактор их конкурентоспособности. В мультиплексах, представляющих развлекательные центры с несколькими залами для просмотра, развлекательными мероприятиями, заведениями общественного питания, в настоящее время обеспечивается до 90% мировых кассовых сборов [5].

Явным конкурентными преимуществом отечественных кинопрокатных компаний по сравнению с прочими видами бизнеса представляется наличие специального налогового режима, предусмотренного статьей 149 Налогового кодекса РФ² и предполагающего освобождение от налогообложения деятельности кинотеатров на территории страны. Однако статистика убедительно свидетельствует, что удельный вес проката отечественных фильмов пока еще ниже, чем в зарубежных странах. Отчасти это связано с проведением рядом стран довольно агрессивной политики в отношении поддержки отечественного кинематографа (так, Великобритания, Германия, Италия, Нидерланды, Польша, Франция устанавливают специ-

¹ Калабихина Е.А. Развитие мирового кинобизнеса в условиях глобализации: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14. М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2017. С. 3.

² Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 03.04.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 07.04.2017). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/c8ebcedc9ddce9d959d6c520c3b0d602f71e8e12/ (дата обращения: 12.04.2017).

альные квоты, ограничивая долю показа иностранных фильмов в общем прокате). В России также подготовлен ряд протекционистских законопроектов, некоторые из которых предлагают, например, установление минимальной доли российских фильмов в прокате на уровне не меньше 20% от совокупного объема проката. Также есть мнение, что указанная доля должна регламентироваться Правительством РФ, его специальным постановлением. Однако введение таких серьезных ограничений способно привести к снижению общей посещаемости кинотеатров. В современных условиях отсутствие качественного российского кино в необходимом объеме, который бы удовлетворил зрительский спрос, неуклонно ведет к росту импорта кинопродукции, для которой тоже далеко не всегда характерно высокое качество.

Пока же число российских кассовых проектов, которые можно показать европейскому зрителю, исчисляется единицами. И здесь всплывает вся многогранность проблем: необходимость изменения системы кинопроизводства в России и адаптации к действительности наилучших традиций советского кинематографа, формирование договорных отношений с зарубежными партнерами и создание на их основе транснациональных кинокомпаний. Ведущие зарубежные страны умело используют возможности и интересы индустрии кино для укрепления международного имиджа государства, продвижения самобытных ценностей, развития культуры и роста самосознания, поэтому государства заинтересованы в совершенствовании самой отрасли, в ее поддержке.

В правовых системах развитых стран предусмотрены разные экономические формы государственной поддержки кинобизнеса, формирующие ему национальные преференции и конкурентные преимущества на мировом рынке. Налоговое регулирование выступает наиболее распространенным методом поддержки производства кино. Хотя оно, как мы уже указывали выше, и воспринято отечественной системой права, однако за границей используется гораздо шире. В этом смысле наиболее показательным является опыт США, где имеет место ряд налоговых льгот в виде 1) частичного освобождения от уплаты налога на прибыль (от 20 до 30% налога, так называемый 'tax credit'); возмещения правительствами штатов киностудиям части налоговых издержек на кинопроизводство; 2) выделения специальных грантов; освобождения от налога с продаж; 3) беспрошльного предоставления локаций, когда киностудии наделяются бесплатной возможностью использования государственной собственности для натурной съемки [15].

Уникальной является поддержка кинематографа в странах ЕС. Так, во Франции в виде государственного учреждения создан специальный Национальный киноцентр, деятельность которого нацелена на содействие и регулирование кинематографии. Государство собирает

на целевой основе некоторую часть средств от кинопроката и распределяет их для решения наиболее проблемных задач, что стимулирует рост коммерческого успеха кино, а также творческие эксперименты в отрасли. Великобритания, Германия и Швеция содействуют развитию киноиндустрии путем государственного стимулирования спонсорской рекламы. В европейском спонсоринге предусмотрена система господдержки софинансирования производства кино частными компаниями посредством системы налоговых льгот на рекламные мероприятия спонсора.

Государственная поддержка кино несет и ряд угроз, заключающихся прежде всего в том, что возможно снижение конкурентоспособности отрасли кино за рамками механизма протекционизма. В мировом прокате конкурентоспособность в большей степени определена качеством контента, чем реализацией каких-либо положений национальной политики. Поэтому формирование транснациональных компаний с участием России нацелено на развитие кинобизнеса, который будет соответствовать стандартам развитых стран.

В последние десятилетия в зарубежной практике активно развивается взаимодействие частного и государственного секторов в виде концессионных соглашений, при этом индустрия развлечений в наибольшей степени оказалась поддержанной государственно-частному партнерству (ГЧП), которое реализуется в виде контрактных и арендных отношений, концессий и государственно-частных предприятий. При заключении такого рода соглашений кинотеатры получают новое имущество и улучшают качество использования имеющегося имущества, минимизируют расходы и обеспечивают наполнение бюджета налогами и сборами. Частный инвестор в свою очередь имеет высокие гарантии возврата своих капиталовложений, а также, на основе инноваций, может способствовать росту производительности труда и прибыльности бизнеса [2].

Государственная поддержка кинобизнеса в России в последние годы подверглась серьезным изменениям. В период с начала 2000-х гг. была поставлена задача исключения государственного заказа из системы господдержки. В настоящее время ключевыми структурами господдержки являются Министерство культуры РФ, а также Федеральный фонд социальной и экономической поддержки кинематографии (далее – Фонд кино). Федеральный бюджет финансирует отрасль в разрезе федеральной целевой программы «Культура России» на 2012–2018 гг. и в виде специальных отчислений [4]. Статистика последних лет показывает положительный прирост в динамике финансирования отрасли государством через Фонд кино, который все больше нацеливается на коммерческие и массовые проекты, что оз-



начает расширение сотрудничества с ключевыми кинокомпаниями страны. Больше всего государством финансируются игровые фильмы (по оценкам исследователей, в 2006–2017 гг. на эту группу было выделено 70% от совокупного объема средств) [6, с. 90]. Однако такие положительные тренды не решают основной проблемы – низкой окупаемости отечественных фильмов, которые зачастую не окупают даже минимальных расходов на дистрибуцию. В нашей стране сложилась ситуация, когда основная роль в финансировании отрасли принадлежит дистрибуции, где ведущие позиции занимает зарубежный контент. Поэтому оценивать эффективность таких структур, как Фонд кино, пока еще рано.

После кризиса 2008–2009 гг. было принято решение о финансировании киноиндустрии через так называемые «компании-лидеры». В частности, была поставлена задача ухода от схемы, когда основные компетенции в части распределения средств были в руках чиновников. Кроме того, планировалось выделять значительные ресурсы компаниям, уже научившимся производить разножанровое крупнобюджетное кино и по существу уже являвшимся основным костяком индустрии. Эти компании должны были самостоятельно принимать решение о бюджете, характере проектов и других аспектах кинопроизводства. Это, на наш взгляд, было правильно и своевременно, что позволило выжить указанным компаниям в период кризиса. Если бы данные компании были утрачены, решение вопроса о появлении аналогичных новых компаний стоило бы стране намного дороже.

В последнее время законодательство принято ряд новых мер в части правового регулирования отрасли. Так, в начале 2016 г. принята поправка, предусматривающая субсидии из федерального бюджета для поддержки кинопродукции с возможностью иметь версии для слабослышащих и слабовидящих людей, при этом данная субсидия не может быть конвертирована в другую валюту³. Кроме того, было установлено ограничение в отношении кинокомпаний, использующих средства господдержки: теперь они должны осуществлять свои операции через счета Федерального казначейства или же проводить субсидируемые средства через счета кредитных организаций, наделенных генеральной лицензией Банка России⁴. В 2016 году принято изменение, касающееся регулирования графика релизов, которое будет

способствовать более равномерному распределению кинопоказа на экранах в течение года⁵. Ввиду того, что 2016 г. являлся Годом кино в России, это привело к ряду положительных сдвигов, в частности, Фондом кино начали выдаваться безвозмездные субсидии кинокомпаниям.

В целом к ключевым проблемам развития российского рынка кинопродукции на современном этапе, относятся: сравнительно малое число собственной производимой кинопродукции, их небольшая доля в прокате и низкое качество; небольшое число современных кинозалов, особенно в периферийных регионах; пиратство; отсутствие должной регламентации прокатных очередей; отсутствие эффективной системы продвижения отечественных фильмов на зарубежные рынки. Что касается ко-продакшн, то здесь Россия ориентируется в основном на сотрудничество с Великобританией, Германией, США и Францией, тогда как с другими странами ЕС и СНГ оно развито весьма слабо.

Исходя из анализа международного опыта, следует констатировать, что в настоящее время актуальной проблемой остается государственная поддержка реализации совместных кинопроектов в форме грантов и субсидий. Необходимо налоговое кредитование производителей, предусматривающее возможности по отсрочке уплаты налогов на доходы в стране поведения съемок (или же освобождение от налогов). Также важна организация специальных организаций, которые будут оказывать организационно-сервисную и финансовую поддержку киносъемкам. Важнейшим направлением развития отрасли является дальнейшая борьба с пиратством на основе уже принятого в 2013 г. Антипиратского закона (продолжение работы по защите авторских прав в рамках Российского союза правообладателей).

Наконец, необходима существенная трансформация рынка проката и дистрибуции. Сложившаяся олигополистическая структура рынка обуславливает значимость вовлечения числа и различных групп инвесторов с целью наращивания конкуренции. Необходимо шире вовлекать общественные организации и социальные сети в развитие отечественного кинобизнеса с целью его продвижения на внешние рынки.

В целом пока нельзя говорить о том, что отечественная система господдержки кино сложилась в эффективный механизм. Значимым элементом, который возможно применить из зарубежного опыта, является внедрение системы квотирования в отрасли. Также крайне необходимы к применению из опыта зарубежных стран такие

³ Постановление Правительства РФ от 26.01.2016 г. № 38 (ред. от 14.10.2016 г.) «О предоставлении субсидий из федерального бюджета на поддержку кинематографии». URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193133/ (дата обращения: 16.03.2017).

⁴ Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2016 год» от 14.12.2015 г. № 359-ФЗ. URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_190535/ (дата обращения: 21.03.2017).

⁵ Постановление Правительства РФ от 27.02.2016 г. № 143 (ред. от 21.12.2016 г.) «Об утверждении Правил выдачи, отказа в выдаче и отзыва прокатного удостоверения на фильм и Правил ведения Государственного регистра фильмов». URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194707/ (дата обращения: 17.03.2017)

элементы, как: развитие системы кинообразования, полный запрет торрентов на территории страны, развитие проката короткометражных фильмов отечественного

производства, ограничение показа зарубежного кино, интенсивная рекламная поддержка отечественного кино.

Литература:

1. Алексеев Г.В., Колобова Е.Ю. Экономические и правовые аспекты сотрудничества и конкуренции в мировой киноиндустрии // Управленческое консультирование. 2014. № 12 (72). С. 67–78.
2. Алексеева К.И. Механизмы взаимодействия государства и частного бизнеса в дорожной инфраструктуре // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 23. С. 40–43.
3. Антонов А.П. Кинобизнес в США и России: стратегия, история и перспективы // Экономический журнал. 2009. № 2 (16). С. 134–142.
4. Березин О., Леонтьева К. Киноиндустрия Российской Федерации. Невафильм-Research, 2012. 203 с.
5. Иванова В.В., Хамитова В.С. Совершенствование системы государственной поддержки киноиндустрии РФ на примере опыта США / В.В. Иванова, В.С. Хамитова // Экономические исследования. 2012. № 3. С. 2–12.
6. Ковтонюк, Ф. Социально-экономические особенности и этапы развития киноиндустрии на примере США и России / Ф.В. Ковтонюк // Экономический журнал. 2016. Т. 41. № 41. С. 10.
7. Кулаковский, Г. Применение механизмов государственно-частного партнерства в целях развития киноиндустрии в регионах / Г.П. Кулаковский, К.И. Алексеева // Инновации в науке. 2015. № 49. С. 148–152.
8. Российское кино в отечественном прокате: Итоги 2016 года. 30.12.2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.profcinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=213189> (дата обращения: 05.04.2017).
9. Современные проблемы кинобизнеса: Материалы международной научно-практической конференции / сост. В.И. Сидоренко, П.К. Огурчиков, А.Б. Кусанова. М.: Всерос. гос. ун-т кинематографии им. С.А. Герасимова, 2012. 217 с. ISBN: 978-5-87149-137-9.
10. Brandellero, A. Creativity Innovation and the Cultural Economy // A. Branderello // Cultural Trends. – 2011.- Vol. 20 – № 2. – P. 209-211.
11. Brondoni, S. Market-Driven Management, Competitive Space and Global Networks / Brondoni // Symphonya. Emerging Issues in Management. 2009. № 1 [Electronic resource]. Mode of access: <https://www.unimib.it/upload/gestioneFiles/Symphonya/issue%201,%202009/brondonieng12009.pdf> (дата обращения: 16.03.2017).
12. Stiff competition sends cinemas to the archives. // China Daily USA. – 2013-08-03 [Electronic resource]. – Mode of access: http://usa.chinadaily.com.cn/business/2013-08/03/content_16868924_2.htm (дата обращения: 05.04.2017).

References

1. Alekseev G.V., Kolobova E.Yu., Economy and Legal Aspects of Cooperation and Competition in World Cinema Industry. Upravlencheskoe konsul'tirovanie, no. 12 (72), 2014, pp. 67–78. (In Russ).
2. Alekseeva K.I., Mechanisms of interaction between government and the private sector in road infrastructure. Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika, no. 23, 2011, pp. 40–43. (In Russ).
3. Antonov A.P., Cinema business in the United States and Russia: strategy, history and prospects. Ekonomicheskii zhurnal, no. 2 (16), 2009, pp. 134–142. (In Russ).
4. Berezin O., Leont'eva K., Film Industry Of The Russian Federation. Nevafil'm -Research, 2012, 203 p. (In Russ).
5. Ivanova V.V., Khamitova V.S., Improving the system of state support for the film industry of the Russian Federation on the example of the U.S. experience. Ekonomicheskie issledovaniya, no. 3, 2012, pp. 2–12. (In Russ).
6. Kovtonyuk F., Socio-economic characteristics and stages of the historical development of the film industry on the example of USA and Russia. Ekonomicheskie issledovaniya, vol. 41, no. 41, 2016, pp. 10. (In Russ).
7. Kulakovskii G.P., Alekseeva K.I., Using of mechanisms of state-private partnership for film industry development in regions. Innovatsii v nauke, no. 49, 2015, pp. 148–152. (In Russ).
8. Russian movie at the domestic distribution: finals of 2016. [Electronic resource]. (In Russ). Available at: <http://www.profcinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=213189> (Accessed on April 05, 2017).



9. Sidorenko V.I., Ogurchikov P.K., Kusanova A.B., Contemporary problems of business: Proceedings of international scientific - practical conference. Moscow: Vseros. gos. un-t kinematografii im. S.A. Gerasimova, 2012, 217 p. ISBN: 978-5-87149-137-9. (In Russ).
10. Brandellero A., Creativity Innovation and the Cultural Economy. Cultural Trends, vol. 20, no. 2, 2011, pp. 209-211.
11. Brondoni S., Market-Driven Management, Competitive Space and Global Symphonya. Emerging Issues in Management, no. 1 2009. [Electronic resource]. Available at: <https://www.unimib.it/upload/gestioneFiles/Symphonya/issue%201,%202009/brondonieng12009.pdf> (Accessed on March 16, 2017).
12. Stiff competition sends cinemas to the archives. China Daily USA. [Electronic resource]. Available at: http://usa.chinadaily.com.cn/business/2013-08/03/content_16868924_2.htm (Accessed on April 05, 2017).

