

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансовые технологии»

И.о. зав. кафедрой, проф., д.э.н.,
_____ И.А. Соловьёва
« ___ » _____ 2021 г.

Оценка инвестиционной привлекательности российской киноиндустрии

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.01.2021.261.ВКР

Руководитель работы,
ст. преподаватель кафедры
_____ И.А. Мостовщикова
« ___ » _____ 2021 г.

Автор работы,
студент группы ЭУ-405
_____ А.Д. Герб
« ___ » _____ 2021 г.

Нормоконтролер,
ст. преподаватель кафедры
_____ Е.Ю. Куркина
« ___ » _____ 2021 г.

Челябинск 2021

АННОТАЦИЯ

Герб А.Д. Оценка инвестиционной привлекательности российской киноиндустрии. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-405, 121 с., 31 ил., 21 табл., библиограф. список – 53 наименований, 3 прил.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью анализа инвестиционной привлекательности российской киноиндустрии, выявления её основных тенденций и прогнозирования перспектив развития.

Объектом исследования является российская киноиндустрия. В частности, 22 наиболее крупных и заметных игрока кинорынка в данный момент.

Предмет исследования – ключевые тенденции, перспективы развития и инвестиционная привлекательность российской киноиндустрии.

В первом разделе рассмотрены теоретические аспекты анализа инвестиционной привлекательности отрасли, дана общая характеристика рынка и выявлены его текущие тенденции, проанализированы основные риски отрасли и их воздействие на сегменты рынка.

Во втором разделе оценена инвестиционная привлекательность российской киноиндустрии: представлен финансовый анализ 22 её наиболее крупных игроков, проведён анализ отрасли по методике М. Портера, дан прогноз о перспективе развития отрасли на ближайшее время.

ABSTRACT

Gerb A.D. Assessment of investment attractiveness of the Russian film industry. – Chelyabinsk: SUSU, HSEM-405, 121 pp., 31 fig., 21 tables, bibliographic list – 53 titles, 3 applications.

The main point of the final qualifying work is to analyze the investment attractiveness of the Russian film industry, identify its main trends and predict development prospects.

The object of the research is the 22 largest film market players at the moment.

The subject of the research is the key trends, development prospects and investment attractiveness of the Russian film industry.

The first section examines the theoretical aspects of analyzing the investment attractiveness of the industry, gives a general description of the market and identifies its current trends, analyzes the main risks of the industry and their impact on market segments.

In the second section there is a financial analysis of 22 of the largest players of the market, an industry analysis made according to the method of M. Porter's and a forecast on the prospects for the development of the industry in the nearest future.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ КИНОИНДУСТРИИ	7
1.1 Сущность понятия, ключевые показатели и методики оценки инвестиционной привлекательности отрасли	7
1.2 Общая характеристика и ключевые тенденции развития российской киноиндустрии.....	24
1.3 Основные риски и перспективы развития российской киноиндустрии	35
2 ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ КИНОИНДУСТРИИ	44
2.1 Оценка финансового состояния сегментов российского кинорынка	44
2.2 Сравнительный анализ и оценка динамики финансовых показателей основных сегментов российского кинорынка.....	74
2.3 Оценка инвестиционной привлекательности российской киноиндустрии в целом и в разрезе выделенных сегментов рынка.....	95
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	109
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	111
ПРИЛОЖЕНИЕ А Общие сведения о компаниях	116
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Данные о кино релизах предыдущих лет	119

ВВЕДЕНИЕ

Киноиндустрия – одна из самых динамичных и быстроразвивающихся отраслей экономики, при этом, в последнее время отмечаются небывалые успехи, – ежегодно возрастает количество отечественных фильмов, собирающих в прокате более одного миллиарда рублей, возрастает интерес к продуктам российского кино за рубежом, расширяются масштабы игроков рынка, – кинопроизводственных, дистрибуторских и прокатных компаний. За последние несколько лет отмечен стабильный рост спроса на продукты именно отечественного кинематографа. При этом, индустрия с заядлой периодичностью бьёт собственные рекорды по всем перечисленным пунктам, что может свидетельствовать об активном развитии рынка, которое всегда сопряжено с вливанием в него финансовых ресурсов. Однако, не смотря на столь очевидную привлекательность, рассматриваемая сфера столь специфична и рискованна, что часто вызывает опасения у потенциальных инвесторов. Данное противоречие и подтолкнуло авторов к выбору темы исследования.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью анализа инвестиционной привлекательности российской киноиндустрии, выявления её основных тенденций, рисков и прогнозирования перспектив развития. Поставленная в ходе исследования цель потребовала решения ряда задач:

- изучить теоретические основы оценки инвестиционной привлекательности отрасли;
- рассмотреть тенденции развития российского рынка кино;
- выявить ключевые риски и оценить силу их влияния на отрасль;
- оценить эффективность финансовой деятельности ключевых игроков рынка в рамках выделенных сегментов;
- осуществить сравнительный анализ и оценить динамику финансовых показателей сегментов кинорынка;

– оценить инвестиционную привлекательность отрасли и отдельных её сегментов;

– представить прогноз дальнейшего развития киноиндустрии в России на ближайшее время.

Объектом исследования является российская киноиндустрия. В частности, 22 наиболее крупных и заметных игрока кинорынка в данный момент.

Предмет исследования – ключевые тенденции, перспективы развития и инвестиционная привлекательность российской киноиндустрии.

Структура работы состоит из введения, двух разделов и заключения.

В первом разделе рассмотрены теоретические аспекты анализа инвестиционной привлекательности отрасли, дана общая характеристика рынка и выявлены его текущие тенденции, проанализированы основные риски отрасли и их воздействие на сегменты рынка.

Во втором разделе оценена инвестиционная привлекательность российской киноиндустрии: представлен финансовый анализ её наиболее крупных игроков, проведён анализ отрасли по методике М. Портера, дан прогноз о перспективах развития отрасли в ближайшее время.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ КИНОИНДУСТРИИ

1.1 Сущность понятия, ключевые показатели и методики оценки инвестиционной привлекательности отрасли

Главнейшей особенностью функционирования рыночной экономики является наличие высокой степени конкуренции, при этом, конкуренция имеет место быть не только в отношении потребителей конечного продукта, но и в отношении привлечения начальных ресурсов: ведь при вложении собственных денежных средств, инвестор рассматривает различные проекты, компании и отрасли, выбирая ту, которая способна обеспечить ему наиболее оптимальное соотношение доходности и рискованности. Иными словами, человеку, вкладывающему деньги, необходимо понимать, насколько инвестиционно-привлекательна та или иная сфера, поэтому одним из аспектов данной выпускной квалификационной работы стал анализ подходов к оценке инвестиционной привлекательности отраслей экономики.

Для начала, определимся с фундаментальным для нас понятием – «инвестиции». В научной литературе существует множество определений, но, нам кажется, правильнее начать с определения, которое закреплено законодательно. Статья 1 Федерального Закона Российской Федерации №39-ФЗ от 25.02.1999 «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» сообщает: «Инвестиции – денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта». Это определение довольно информативно, оно даёт широкий перечень возможных источников инвестирования и отмечает ряд существенных моментов, связанных с целью процесса [46].

Рассмотрим авторские подходы к трактовке анализируемого термина. Американский макроэкономист, профессор экономики Гарвардского университета Н.Г. Мэнкью полагает, что инвестиции – это «расходы на приобретение капитального оборудования, машин, недвижимости; приобретение товаров, которые должны в будущем произвести больше товаров и услуг» [6]. Такая трактовка, однако, не учитывает, что помимо инвестирования в материальные активы, денежные средства можно вкладывать и в активы нематериальные (что, стоит отметить, немаловажно для киноиндустрии) или различные финансовые инструменты, а также не учитывает, что иногда у инвестирования могут быть цели, не связанные с получением экономических выгод.

У.Ф. Шарп, американский экономист и лауреат Нобелевской премии за работы по теории финансовой экономики, высказывается ещё более лаконично: «Инвестиции – это отказ от определенной ценности в настоящий момент за, возможно, неопределенную, ценность в будущем» [15]. Такое определение довольно абстрактно, и даже метафорично, в нём игнорируются существенные параметры, которые характеризовали бы инвестиции как экономическую категорию, совсем не рассматриваются формы, в которых может осуществляться инвестирование и собственно объекты инвестирования, зато учитывается фактор риска.

Наиболее полное определение, встреченное нами в рассматриваемой научной литературе, даёт украинский профессор и доктор экономических наук И.А. Бланк, который объясняет понятие инвестиций как «вложение капитала во всех его формах в различные объекты (инструменты) с целью получения прибыли, а также достижения иного экономического или внеэкономического эффекта, осуществление которого базируется на рыночных принципах и связано с факторами времени, риска, и ликвидности» [8]. Помимо того, что инвестиции характеризуются профессором как экономическая категория, здесь отмечена

очень важная смысловая характеристика понятия: инвестиции всегда связаны с показателями риска и ликвидности проекта.

Для того, чтобы более точно постичь сущность понятия и дифференцировать его практическую применимость рассмотрим основные подходы к классификации инвестиций по ряду ключевых критериев [45].

Относительно объекта инвестирования выделяют прямые (реальные) и портфельные (финансовые) инвестиции. Прямые инвестиции – это вложение денежных средств в основной капитал в разнообразных формах, то есть в материальные и нематериальные активы: основные и оборотные фонды компании, строительство, вложения в научные исследования, приобретение патентов и т.д. Как правило, такое инвестирование является долгосрочным. Портфельные же инвестиции – это вложение средств в валюту, ценные бумаги, банковские депозиты, драгоценные металлы и др. Прибыль инвестор получает в виде дивидендов или увеличения стоимости ранее приобретенных активов.

По срокам инвестирования выделяют: краткосрочные – до 1 года; среднесрочные – от 1 года до 5 лет; долгосрочные – более 5 лет.

По уровню доходности от инвестирования: высокодоходные – инвестор получает сверхприбыль, значительно выше среднего показателя инвестиционного рынка; среднедоходные; низкодоходные; бездоходные – осуществляются для получения неэкономических эффектов.

По характеру участия в инвестировании выделяют: прямые – инвестирование средств с непосредственным участием в процедуре выбора объекта, то есть, инвестор приобретает реальный актив или долю в уставном капитале, а также принимает непосредственное участие в процессе управления объектом инвестирования; косвенные – инвестирование с помощью инвестиционных, паевых фондов и прочих финансовых организаций, не предусматривают управление вкладчика объектом инвестирования.

Разобравшись с характеристиками и классификациями термина «инвестиции», углубимся в сущность понятия «инвестиционная привлекательность». Поскольку

инвестору необходимо выбрать, куда именно вложить свои средства, то перед ним встает задача оценки инвестиционной привлекательности той или иной сферы (отрасли). Такую оценку он может осуществить на базе анализа финансово-экономических показателей деятельности компаний, входящих в конкретную отрасль.

Понятие «инвестиционная привлекательность» не имеет законодательно закреплённого определения, поэтому, как и с предыдущим понятием, рассмотрим взгляды различных авторов на данную категорию.

Российский профессор и доктор экономических наук Л.С. Валинурова подходит к формулировке определения с позиции инвестора: «совокупность объективных признаков, свойств, средств и возможностей, обуславливающих потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции» [16].

Российский экономист Ю.В. Севрюгин определяет инвестиционную привлекательность как «систему количественных и качественных факторов, характеризующих платёжеспособность на инвестиции» [8].

Профессор и доктор экономических наук Д.А. Ендовицкий считает, что инвестиционная привлекательность – это «такое состояние организации (отрасли), при котором у потенциального собственника капитала (инвестора, кредитора и пр.) возникает желание пойти на определённый риск и обеспечить приток инвестиций в монетарной и (или) немонетарной форме» [13].

Экономист М.Н. Крейнина говорит о том, что «Инвестиционная привлекательность – это совокупность всех текущих экономических показателей деятельности», при этом, важнее всего для инвестора, по её мнению, доходность капитала компаний в отрасли, а также курс акций и размер дивидендов для акционерных обществ [5].

Несмотря на то, что определения в чём-то могут различаться, суть понятия становится ясна: оценка инвестиционной привлекательности – это оценка целесообразности вложения денежных средств в тот или иной проект (отрасль), основанная на совокупности связанных между собой характеристик

экономического потенциала, доходности и рискованности. Когда речь заходит об оценке инвестиционной привлекательности отрасли, целесообразно рассматривать объекты, разбитые на группы по какому-либо признаку и, через такую призму, проводить их сравнение между собой, а также показатели отрасли в целом с показателями прочих рассматриваемых отраслей. Привлекательность инвестиционного проекта зависит от множества факторов, которые стандартно делят на внешние и внутренние (рисунок 1). К внешним принято относить политическую, экономическую и социальную обстановку в стране или регионе, то есть, факторы, на которые невозможно повлиять. Для оценки таких факторов существуют рейтинговые агентства. К внутренним же факторам относят те, которые зависят непосредственно от компании (или компаний, если рассматриваем отрасль): сюда обычно относят экономические характеристики деятельности конкретных компаний или групп компаний, то есть, преимущественно информацию об их доходности и устойчивости, а также информацию о системе управления, степени открытости, различные правовые аспекты и прочее [3].

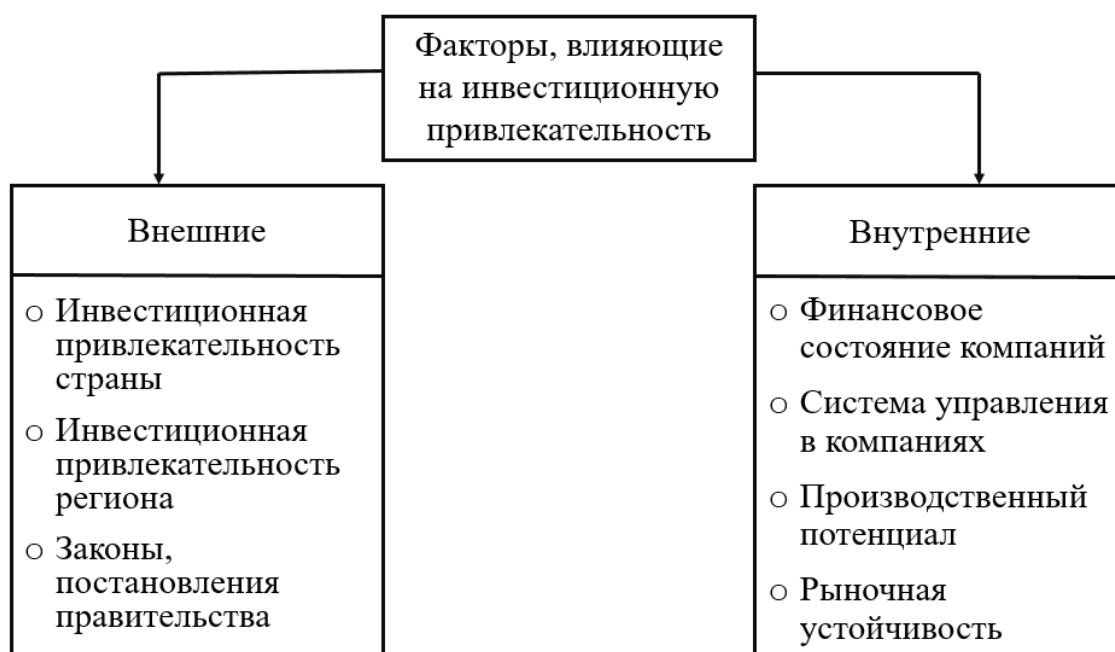


Рисунок 1 – Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность

Не существует единого унифицированного подхода к оценке инвестиционной привлекательности, одним экспертам кажутся важнее одни критерии, другим – другие, поэтому, сформировалось несколько подходов к анализу инвестиционной привлекательности: рыночный; бухгалтерский; комбинированный [3].

Рыночный подход подходит только для анализа акционерных обществ, акции которых обращаются на фондовых биржах, так как для анализа необходима информация о рыночной стоимости акций и размере выплачиваемых инвесторам дивидендов. В данном случае, инвестиционная привлекательность будет представлять собой отношение номинальной стоимости акции к её текущей рыночной стоимости. Соответственно, для анализа отрасли следует усредненно рассчитать такой показатель для каждой из рассматриваемых групп компаний. Стоит учитывать, что процесс образования стоимости акций на бирже очень запутан и подвержен влиянию множества факторов, далеко не всегда рыночная стоимость отражает реальное положение дел компании, а значит, степень доверия анализу, основанному на таких данных – не самая высокая. По сути, такой подход базируется на рассмотрении внешних факторов.

Бухгалтерский подход предполагает, что у эксперта есть доступ к внутренней информации компаний, то есть, к бухгалтерской (финансовой) отчётности. Обратно предыдущему подходу, этот рассматривает внутренние факторы. Суть подхода заключается в экономическом анализе хозяйственной деятельности, то есть, в процессе оценивания необходимо рассчитать и проанализировать ряд стандартных показателей.

1. Имущественный потенциал – весь объём средств, которые контролируются компанией (группой компаний). Характеризуется величиной, составом и состоянием активов.

В практической части данной дипломной работы, для анализа отрасли, мы рассчитали величины контролируемых компаниями средств, чистых активов и долю основных средств в активах компаний.

2. Ликвидность – способность компании отвечать по своим краткосрочным обязательствам за счёт оборотных активов и собственного капитала, то есть, по сути, ликвидность показывает соотношение долгов компании (группы компаний, отрасли в целом) и оборотного капитала.

Для оценки ликвидности и платежеспособности киноиндустрии, во второй части данной работы мы рассчитывали коэффициенты текущей, быстрой и абсолютной (мгновенной) ликвидности.

3. Финансовая устойчивость – это способность компании (группы компаний или отрасли в целом) поддерживать свое существование и бесперебойную деятельность, благодаря наличию определенных свободных средств и сбалансированности финансовых потоков. При анализе финансовой устойчивости используются как относительные, так и абсолютные показатели.

В второй главе мы использовали такие показатели финансовой устойчивости, как: собственные оборотные средства, коэффициенты финансовой автономии, устойчивости и соотношения собственных средств с заёмными.

4. Рентабельность – это экономический показатель, который отражает эффективность использования активов (или, иначе, – ресурсов). Можно рассчитать рентабельность как отдельного актива, так и компании (группы компаний или отрасли) в целом. Целью расчёта рентабельности помимо прочего является предсказание доходности инвестиций.

В практической части данной дипломной работы, для анализа отрасли, мы рассчитали рентабельность выделенных групп компаний в отношении продаж, активов, собственного капитала и чистой прибыли.

5. Деловая активность – совокупность действий, направленных на продвижение компании (группы компаний) в отрасли, результативность их работы относительно величины расхода ресурсов.

Показатели деловой активности, которые мы рассматривали во второй части данной работы: коэффициенты оборачиваемости активов и оборотных активов, кредиторской и дебиторской задолженностей.

Из названия третьего подхода, – комбинированного, несложно догадаться, что он сочетает в себе анализ внешних и внутренних факторов, соответственно, даёт инвестору наиболее полную картину. Помимо финансово-экономических показателей, которые, несомненно, отражают важнейшие аспекты функционирования компаний в отрасли, в данном подходе обращается внимание и на элементы внешней среды: на то, как организован менеджмент, насколько доступна и прозрачна информация о деятельности компаний и тому подобное. Показатели же, рассчитанные на основе бухгалтерской отчётности, в таком подходе сводятся в единый интегральный показатель, с которым-то и работает человек, проводящий анализ. К исходным показателям в данном случае относят стандартные показатели финансового анализа, такие как: коэффициент ликвидности, финансовой автономии, оборачиваемости активов и так далее, за исключением показателей рентабельности.

Все рассмотренные подходы к оценке инвестиционной привлекательности применяются на практике, но для получения наиболее полноценного представления о привлекательности, лучше использовать тот, который соединяет в себе элементы нескольких подходов.

Вслед за подходами к оценке, рассмотрим методы оценки инвестиционной привлекательности. В научной литературе можно встретить множество взглядов на методологию данного процесса, но основным способом является оценка и анализ финансового состояния компаний в отрасли и последующая его интерпретация. Основная трудность при оценке инвестиционной привлекательности отраслей связана с российской статистикой. Ограниченность данных не позволяет рассчитать всевозможный спектр показателей, характеризующих структурные преобразования. Так, например, в результате отсутствия данных невозможно рассчитать в отраслевом разрезе показатели, характеризующие экспортный потенциал (долю продукции, направляемой на экспорт или долю выручки от экспорта в обороте), а также проанализировать инвестиционную привлекательность отраслей малого бизнеса [14].

Условно выделим три главных метода для определения инвестиционной привлекательности.

1. Метод интегральной оценки. Суть данного метода заключается в том, что по совокупности показателей, характеризующих эффективность деятельности компаний в выделенных группах, их устойчивость и т.п. (обычно берутся средние значения), рассчитывается интегральная оценка на основе расчета комплексной оценки в разрезе выделенных групп внутри отрасли. Таким образом, сначала находится отклонения величин показателей каждой группы компаний с эталонным значением, установленным экспертным путём или со средним значением по отрасли (возможно, что и отклонения значений показателей каждой конкретной компании в группе от среднего показателя по группе). После этого, проценты отклонений суммируются по каждой группе компаний, полученные значения являются суммарным рейтингом группы и показывают, на сколько показатели по группе отличаются от эталонного или среднего. Рассматриваемые показатели ранжируются по уровню значения полученных интегральных показателей [43]. Естественно, инвестор отдаёт предпочтение той группе, которая имеет наибольшую оценку.

2. Метод рейтинговой оценки. Данный метод предполагает сравнительный анализ, сначала производится ранжирование групп компаний в отрасли по значениям таких финансовых показателей, как прибыль, рентабельность, уровень финансового риска, деловой активности и так далее. Итоговые значения рейтинговой оценки групп компаний сравниваются между собой и со средним значением по отрасли, а затем группа относится к определённому, выделенному оценивающим экспертом, классу, исходя из разброса баллов [13]. Можно выделить три основных этапа разработки систем рейтинговой оценки:

- отбор и обоснование системы показателей, используемых для расчета рейтинга;
- формирование нормативной базы по каждому показателю;
- разработка алгоритма итоговой рейтинговой оценки финансового состояния.

Показатели, которые учитываются при составлении рейтинга могут быть как абсолютными, так и относительными, или вовсе использоваться в комплексе, но большинство экспертов всё же используют относительные показатели. Очень важна объективность и точность выбора системы показателей, положенной в основу расчета рейтинга, а также методики их исчисления, качество информационной базы и алгоритмы определения рейтинга как количественной оценки, позволяющей ранжировать компании и группы компаний. Для расчета рейтинга отбираются показатели функционально не зависимые, не дублирующие друг друга и наиболее значимые с точки зрения оценки различных аспектов деятельности предприятия, таких как имущественное положение, финансовая устойчивость, ликвидность и платежеспособность, рентабельность, интенсивность и эффективность использования ресурсов. Как правило, нормативные значения показателей устанавливаются так: первый – лучший, последний – худший [8]. В общем и целом, под рейтингом инвестиционной привлекательности отрасли понимается критерии деятельности предприятий отрасли и их положения относительно других отраслей.

3. Метод балльных оценок. Суть такого метода заключается в оценке групп компаний по нескольким ключевым показателям (эффективность, платежеспособность, доходность и т.д.), далее эти оценки выражаются в баллах, суммируются и заносятся в балльную шкалу, которая представляет собой упорядоченную совокупность оценок в числовом выражении и качественных характеристик, приводящихся в соответствие с оцениваемыми группами компаний согласно определяемому признаку.

При данной методике, анализ инвестиционной привлекательности выполняется по группам показателей, которым присваивается балльная оценка от 1 до 5 (для некоторых показателей перечень баллов может быть уменьшен). Возможны сочетания и отдельных показателей, а в случае отсутствия приемлемого для организации варианта, оценка производится в сторону уменьшения балла.

Эксперт, проводящий анализ, подбирает группы показателей, которые являются более значительными для целей исследования, а затем производится их расчет, то есть формируется информационная база. На заключительном этапе вычисляется средний балл по всей совокупности показателей. Такая оценка имеет силу обобщенной оценки факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность предприятия. Балльный метод требует разработки многочисленных критериев оценки и для каждого показателя они будут различны [13].

Комплексную оценку можно провести с использованием адаптированной на основе рейтинга «Z-модели» Э. Альтмана, балльного способа с анализом показателей дебиторской и кредиторской задолженностей, метода интегральной оценки с самостоятельным расчетом весов показателей в зависимости от величины эталонных значений и квадратичного отклонения показателей в группах.

Адаптированная к российским условиям пятифакторная модель американского экономиста Э. Альтмана среди интегральных показателей для оценки финансового состояния предприятия и инвестиционной привлекательности является наиболее рациональной и имеет следующий вид:

$$Z = \frac{OWC}{\Sigma A} * 1,2 + \frac{PUT}{\Sigma A} * 3,3 + \frac{NPS}{\Sigma A} + \frac{OC}{\Sigma A}, \quad (1)$$

где OWC – собственный оборотный капитал;

PUT – прибыль до налогообложения;

NPS – нетто-выручка от продаж;

OC – собственный капитал;

ΣA – сумма всех активов (валюта баланса) [15].

Как мы видим, при анализе инвестиционной привлекательности, инвестор имеет возможность выбирать из довольно разнообразных методов оценки,

поэтому, подходить к выбору рекомендуется, исходя из специфики рассматриваемой отрасли, если есть такая возможность. При применении любого из методов, необходимо помнить, что разная степень влияния одних и тех же показателей предопределяет несопадение результатов по разным методам. Ни один из методов в отдельности не способен отразить реальное положение дел в отрасли.

Очень важен выбор эталонных или нормативных значений показателей, потому что зачастую именно границы оптимальных значений определяют характер влияния данного показателя на результат. Так, в случае использования метода интегральной оценки, эталонные значения должны исчисляться экспертным путем для каждой конкретной компании отрасли (или, по крайней мере, для группы компаний) по данным о производственном потенциале и динамике развития предприятия за несколько лет, не исключая сопоставимость оценки с аналогичными оценками других предприятий (групп). Рейтинговая оценка строится на основе нормативных значений по данным о результатах производства в РФ за истекший год, с учетом корректировки нормативной базы согласно статистическим данным. Метод балльных оценок предполагает многоуровневую градацию оптимальных значений, сформированных исходя из сложившихся отраслевых особенностей, что позволяет говорить об универсальности на протяжении нескольких отчетных периодов [16].

Рассмотрим также три наиболее популярные авторские методики оценки привлекательности отрасли:

1) Модель пяти конкурентных сил Майкла Портера. При создании данной теории, автор исходил из предположения, что существует пять ключевых факторов – сил, присущих любой отрасли, которые определяют уровень конкуренции в ней. К таким силам относятся:

- угроза появления конкурентов;
- угроза появления продуктов-заменителей;
- уровень конкурентной борьбы (внутриотраслевая конкуренция);

- рыночная власть поставщиков;
- рыночная власть покупателей [3].

Схематично конкурентные силы Портера представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Пять конкурентных сил Портера

При этом, первые три из перечисленных сил относятся к горизонтальной конкуренции, а последние две – к вертикальной.

Данная теория связывает понятие привлекательности отрасли с её прибыльностью и показателями рентабельности, при этом, наименее привлекательной будет отрасль, структура которой близка к совершенной конкуренции. Стоит отметить, что данная теория не говорит о том, что при условии привлекательности отрасли, любая компания сможет получать в ней одинаковый доход, – здесь уже важны конкретно её уникальные бизнес-модели и т.п. Как правило, данную модель используют при стратегическом управлении.

Руководствуясь данной методикой, мы, определив, насколько интенсивны и выражены конкурентные силы, действующие в отрасли, можем найти наиболее защищённое от воздействия конкуренции положение, чтобы сама компания могла оказывать влияние на них. Фундаментальная мысль данной методики исходит из

понятия того, что компания имеет тем больше возможностей для получения высокой прибыли, чем слабее влияние конкурентных сил, и, соответственно, наоборот: ни одна компания в отрасли не сможет обеспечить себе высокую прибыль, если в ней высоко влияние конкурентных сил. При этом, средняя прибыльность отрасли будет определяться несколькими наиболее влиятельными конкурентами в ней [45].

Как правило, данная модель применяется в начале анализа отрасли, так как она является обобщающей и не учитывает специфики конкретной отрасли и её особенностей, а потому, исследование, проведённое на основе данной модели можно назвать упрощённым.

2) Методика оценки привлекательности стратегических зон хозяйствования И. Ансоффа. Данная методика исходит из предположения, что привлекательность конкретной отрасли складывается из оценок её размера и перспектив развития и расширения, показателей краткосрочной и долгосрочной рентабельности и уровня будущей нестабильности (социальной, экономической, политической и т.д.).

Процесс работы данной методики проходит через следующие этапы:

- оценка привлекательности начинается с обобщенного прогноза экономических, социальных, политических, технологических тенденций для конкретной отрасли (чаще всего, используется сценарный метод);

- анализ уровня воздействия выявленных тенденций на рассматриваемую отрасль (как положительного, так и отрицательного), оценка степени нестабильности в отрасли;

- прогнозирование будущих тенденций роста и рентабельности на основании полученных данных о прошедших периодах;

- оценка возможных изменений в текущих условиях (как правило, используется факторный анализ спроса);

- оценка общих сдвигов в тенденции роста на краткосрочный и долгосрочный периоды;

- количественная оценка будущих изменений с помощью корректировки экстраполяции;
- оценка возможных изменений в показателях рентабельности отрасли (обычно используют анализ конкурентного давления);
- общая оценка привлекательности отрасли, полученная из совокупности оценок перспектив роста и развития и возможного уровня нестабильности [45].

Схематично процесс оценки привлекательности отрасли представлен на рисунке 3.

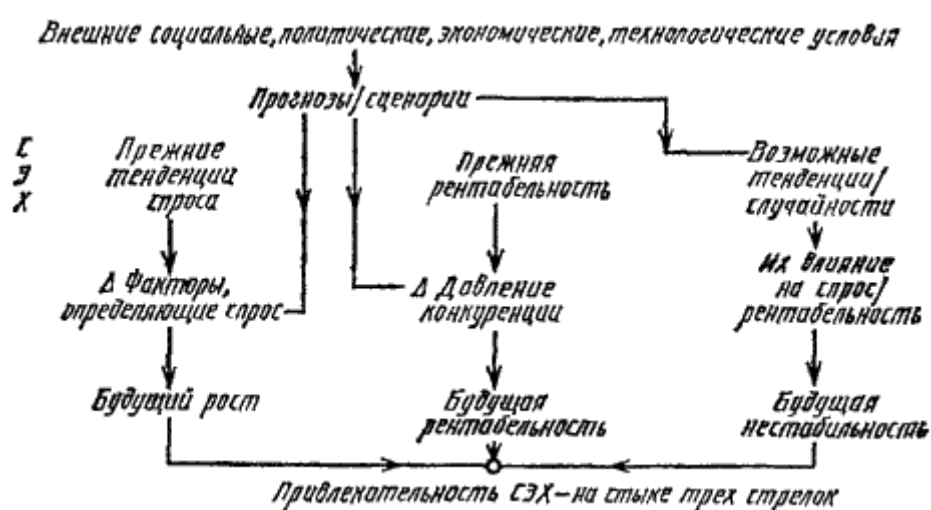


Рисунок 3 – Оценка привлекательности стратегической зоны хозяйствования по Ансоффу

Оценку будущей привлекательности можно вывести по следующей формуле:

$$A_t = \alpha G + \beta P + \gamma O - \sigma T, \quad (2)$$

где A_t – привлекательность отрасли;

G – перспективы роста и развития отрасли;

P – краткосрочная и долгосрочная рентабельность;

O – благоприятные тенденции внешней среды;

T – неблагоприятные тенденции внешней среды;

$\alpha, \beta, \gamma, \sigma$ – коэффициенты, определяемые экспертным путем и характеризующие относительный вклад каждого фактора в оценку привлекательности отрасли, сумма этих коэффициентов равна единице.

Как правило, в ходе исследования рассчитывается две оценки: краткосрочную – она используется в матрице BCG, заменяя собой показатели роста объёма отрасли, – и долгосрочную, которая используется для длительного управления ассортиментом осуществляемых видов деятельности.

Модель Ансоффа позволяет получить реалистичную базу для сопоставления сложных и взаимосвязанных факторов, которые определяют относительную привлекательность отрасли для осуществления своей деятельности компанией.

3) Методика оценки привлекательности отрасли по Томпсону. При создании данного метода, автор исходил из предположения, что привлекательность отрасли зависит от того, насколько велика перспектива получения прибыли на уровне выше среднеотраслевого. Важнейшими факторами, влияющими на привлекательность, Томпсон считал прибыльность рассматриваемой отрасли; темпы её роста и ёмкость рынка; необходимые финансовые и технологические ресурсы; сезонные и циклические факторы; социальные, экономические и политические факторы; а также интенсивность конкуренции.

Анализ отрасли по данной методике можно разделить на несколько этапов:

- выявление факторов привлекательности отрасли;
- составление матрицы факторов, оценка их удельного веса;
- оценка величины влияния каждого фактора по шкале от 1 до 5 (на основе экспертных мнений);
- получение оценок по каждому выделенному фактору (произведение удельного веса и величины фактора);
- получение оценки общей привлекательности отрасли (суммирование полученных ранее баллов) [3].

Таблица, являющаяся основным инструментом в ходе анализа по методике Томпсона представлена на рисунке 4.

Критерий привлекательности	Вес	Рейтинг	Взвешенный рейтинг
Размер рынка			
Темп роста рынка			
Прибыльность рынка			
Уровень конкуренции			
Возможные угрозы			
Влияние сезонного и циклического факторов			
Требования к уровню технологий и капиталовложений			
Сумма весов	1,00		
Итоговый рейтинг привлекательности отрасли			1, 2 – низкая привлекательность; 3 – средняя; 4, 5 – высокая.

Рисунок 4 – Таблица для анализа инвестиционной привлекательности по Томпсону

Проведение такого анализа требует наличия информации об отрасли и основных показателях эффективности работы в ней, а также тщательного анализа статистических и аналитических данных и наличие должной квалификации у эксперта. Применение данной методики позволит получить обширную информацию о привлекательности отрасли и о текущем положении компании в ней, так как зависит от конкретных фактических данных анализа среды; на основе реальных статистических показателей выводится общая привлекательность отрасли с учетом ее основных черт.

Рассмотрев три наиболее популярные авторские методики инвестиционной привлекательности отрасли, мы увидели, что каждая из них имеет свои преимущества и выбор конкретной методики должен быть обоснован спецификой рассматриваемого рынка. Конкретно для нашего исследования мы считаем наиболее подходящей модель пяти конкурентных сил по М. Портеру.

1.2 Общая характеристика и ключевые тенденции развития российской киноиндустрии

Кинематограф является самым массовым видом искусства в нашей стране. Сложно представить себе человека, который бы хоть раз в месяц не посмотрел новый фильм. Однако данная отрасль экономики является настолько динамичной и рискованной, что вызывает опасения у инвесторов. Чтобы понять, стоит ли инвестировать средства в данную отрасль, рассмотрим подробнее, какими особенностями на сегодняшний день она характеризуется и в каком направлении развивается:

1) Переход в стриминг. Одной из наиболее ярко выраженных тенденций как мировой, так и конкретно российской киноиндустрии в последние годы является переход в стриминг. В период с 2016 по 2019 годы был отмечен трёхкратный совокупный прирост объёма рынка видео- и стриминговых сервисов: с 8,3 млрд. рублей до 27,1 млрд. рублей, при этом, стоит отметить, что раньше основным генератором дохода служила рекламная модель монетизации таких сервисов, сейчас – модель монетизации контента, т.е. платная подписка, аренда и приобретение контента; 2/3 выручки такие сервисы получают именно от неё. При этом, в абсолютных цифрах прибыль от рекламной модели монетизации также демонстрирует ежегодный прирост на уровне 20% [10]. Важным фактором является то, что в 2019 году рынок пиратства впервые показал падение, это связано с уходом с рынка крупных рекламодателей. А также, в 2020 году в Россию официально пришёл крупнейший в мире стриминговый сервис Netflix, так как наша страна стала перспективным рынком в этом плане, была отмечена готовность людей платить за контент. В свою очередь, тенденцией развития конкретно таких сервисов в последнее время является производство собственного контента, а не покупка уже готового [9]. Эксперты предполагают, что в ближайшем будущем будет ещё больше онлайн-релизов: все малобюджетные фильмы будут выходить либо одновременно на стриминговых платформах и в

кинотеатрах, либо только в кинотеатрах, поскольку суммы, за которые различные сервисы приобретают право на демонстрацию контента могут позволить окупиться фильмам, бюджет которых составляет менее 200 миллионов рублей; крупнобюджетным же фильмам стриминговые сервисы пока что не могут гарантировать сумм, сопоставимых со сборами от большого проката.

2) Рост кассовых сборов отечественного кинематографа. Эта тенденция очень важна, так как сообщает нам о положительной динамике на рынке: в 2019 сборы выросли на 6,1% и составили 13,8 млрд. руб. (27,5% от совокупных сборов, 28,9% от совокупного количества проданных билетов), а сборы зарубежных фильмов снизились относительно уровня 2018 года на 10,1% и составили 36,5 млрд. руб. (в 2018 году – 40,6 млрд. руб., в 2017 году – 39,7 млрд. руб.) [39].

3) Рост числа кинотеатров и кинозалов. Этой тенденции сильно поспособствовала Федеральная программа по модернизации кинозалов в населённых пунктах с населением менее 500 тыс. человек, осуществляемая с 2015 года. По состоянию на конец 2018 года насчитывалось 1907 кинотеатров и 5341 кинозал (выше показателей 2017 года на 18,3% и 8,3% соответственно). А на конец 2019 года в Российской Федерации уже действовало 2 096 кинотеатров и 5 597 кинозалов. Таким образом, темп роста кинотеатральной сети по отношению к 2018 году составил +9,9% по количеству кинотеатров и +4,8% по количеству залов. Можно сказать, что в нормальных условиях (до пандемии) это способствует увеличению дохода национального кинопроката. В настоящий момент в России действует 15 крупных кинопрокатчиков, при этом заметный отрыв у четырех: «Синема Парк», «Киномакс», «КАРО фильм», «Премьер-зал» [39].

4) Концентрация рынка кинопроката. Стоит отметить и то, что на российском рынке кинопроката действуют порядка 60 дистрибуторских компаний, при этом около 90% сборов и посещаемости приходится на релизы 5 крупнейших дистрибуторов: «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» (доля рынка данной компании составляет 36,6%, чистая прибыль равна 468,82 млн. руб., всего

за 2019 год компанией был выпущен 41 фильм), «Централ Партнершип» (19,7%, 73,41 млн. руб., 38 релизов), «Юниверсал Пикчерс Интернэшнл» (12,6%, 128,6 млн. руб., 18 релизов), «КАРО Премьер» совместно с «КАРО Прокат» (12,2%, 65,27 млн. руб., 24 релиза), «Двадцатый Век Фокс СНГ» (7,4%, 87,35 млн. руб., 14 релизов). Это данные за 2019 год, в 2018 топ-5 компаний удерживали 78,1% рынка, в 2017 – 80,4%, в 2016 – 85,8% [17].

5) Рост сборов от зарубежного проката российских фильмов. Нельзя не сказать и о зарубежном прокате российских фильмов, а также связи с международным кинопроизводственным сегментом: с 2015 по 2019 годы количество российских фильмов, вышедших в прокат на территориях иностранных государств, увеличилось более, чем в два раза (с 44 до 94 фильмов), а совокупные кассовые сборы отечественных картин на зарубежных рынках возросли в три раза (с \$15 млн. в 2015 до \$52,4 млн. в 2019 году).

Средний бюджет российских картин с 2010 года вырос на 65% – с 96 млн. руб. до 157 млн. руб. [17]. Большую роль играет наличие валютной составляющей в производственных бюджетах российских фильмов (в среднем 25–27% и более), которая в условиях курсовой дискриминации и более чем двукратного падения курса национальной валюты не может не сказываться на ухудшении текущей экономической модели кинопроизводства, когда до 90% дохода фильма формируется за счет внутреннего кинопроката. Размер национального рынка (количество экранов и формируемый ими объем кинотеатральной аудитории) не может обеспечить приемлемый уровень окупаемости высокобюджетных отечественных картин. И более того, является естественным ограничением объемов производственных бюджетов российских фильмов, а соответственно, и масштабов кинематографических проектов. Именно продвижение на иностранные рынки является ключом к дальнейшему развитию отечественной кинематографии [2]. Здесь, опять же, встает вопрос об актуальности перехода в стриминг: так как размещение в сети Интернет позволит обеспечить более лёгкий доступ к выпускаемому контенту и, соответственно, расширить зрительскую аудиторию,

привлечь иностранного зрителя (что мы можем наблюдать пока что на примере единичных ситуаций с российскими фильмами (Серебряные коньки; Майор Гром) и сериалами (Лучше, чем люди; Эпидемия)).

Стоит отметить и то, что многие российские анимационные фильмы и полнометражные фильмы в жанре «хоррор» делают основную «кассу» именно в зарубежном, а не в отечественном прокате, что очень выгодно для компаний, занимающихся производством в данных сегментах рынка, так как, получая выручку в иностранной валюте, в положении текущей курсовой разницы, они выигрывают. Наибольшие сборы экспортируемых фильмов обеспечивают Китай, Мексика, Южная Корея, Турция, Франция, Германия и страны Прибалтики [39].

б) Рост поддержки со стороны государства. Говоря о российском кинематографе, нельзя не затронуть вопрос эффективности и целесообразности государственной поддержки продуктов кинопроизводства, так как в нашей стране кинопроизводство на данном этапе очень зависит от поддержки со стороны государственного сектора. В 2019 году по программе гос. поддержки Фондом Кино и Министерством Культуры было частично профинансировано 78 фильмов, совокупный объём поддержки составил 11 млрд. рублей, совокупные сборы данных фильмов – 48 млрд. рублей. Доля безвозвратной поддержки составила в 2019 году 28,8%, а средств, выделенных на условиях стопроцентного возврата, – до 36,2%, что может свидетельствовать о развитии отрасли [11]. При этом, основная доля сборов и посещаемости российских фильмов приходится именно на ленты, созданные при государственной поддержке (16 из 25 крупнейших релизов отечественных фильмов в 2019 году созданы при поддержке Фонда Кино, 7 при поддержке Министерства Культуры). Из 142 российских картин, вышедших в прокат в 2019 году, 59 фильмов созданы при поддержке государства [17].

Объём субсидий на кинопроизводство сокращался вплоть до 2017 года: с 5,9 млрд. руб. в 2014 году до 4,82 млрд. руб. в 2016 году. В 2017 году поддержка кинопроизводства вновь выросла за счет увеличения субсидий со стороны государства: с 1,97 млрд. руб. в 2016 году до 3 млрд. руб. в 2017 году. В 2018 году

вырос объем поддержки, распределяемой как по линии Минкультуры России (с 3 млрд. руб. в 2017 году до 3,99 млрд. руб. в 2018 году), так и по линии Фонда кино (с 3 млрд. руб. до 3,49. млрд руб.). Таким образом, совокупный объем государственной поддержки кинопроизводства, выделенной из средств субсидий в 2019 году, составил 7,48 млрд. руб., что на 25% выше по отношению к объему средств, выделенных в 2017 году, и на 55% – по сравнению с 2016 годом [39].

Помимо тенденций, существующих в отрасли, необходимо рассмотреть и влияние пандемии коронавирусной инфекции, начавшуюся в марте 2020 года, которая подкосила киноиндустрию, как и многие другие сферы экономики. В предыдущем году объем рынка сократился на 58,8% по кассовым сборам и 59,6% по количеству проданных билетов. В 2020 году общие сборы в прокате РФ составили 22,8 млрд рублей, из них 10,7 миллиарда (46,9%) приходится на продажи билетов на российское кино. Всего кинотеатры РФ, не работавшие от четырех до девяти месяцев из-за пандемии, продали 88,7 млн. билетов, из них 68,6% было куплено в первые три, допандемийные, месяца года [39]. При этом, с окончанием пандемии проблемы не кончаются, так как за ней последуют другие, связанные с ней дополнительные сложности: премьеры, которые были запланированы на разные даты, теперь будут выходить одновременно и составят конкуренцию друг другу, что также повлияет на сокращение изначально планируемых сборов. Чтобы хотя бы частично избежать проблем, Ассоциация владельцев кинотеатров призвала подписать «Декларацию принципов добросовестной конкуренции в сфере публичной демонстрации фильмов». В ней закреплён отказ от демпинга цен [11].

Некоторые аналитики всерьез считают, будто пауза на два-три месяца, которую взяли многие компании в период пандемии, повысит качество контента, который в будущем увидят зрители. Так как актуальные съемки сдвинулись на несколько месяцев, это дало съемочной группе больше времени для работы над конечным продуктом. Это, конечно, имеет место быть, но, скорее, только в отношении крупных кинопроизводственных компаний, у которых достаточно

средств для поддержания текущей деятельности. Для маленьких же компаний такой перерыв в деятельности мог нанести непоправимый удар и привести к банкротству.

Отмечено, что внеиндустриальные инвесторы во время пандемии прекратили финансирование кино, так как данный сектор имеет множество нюансов и кажется в настоящий момент слишком рискованным объектом для инвестирования, однако, это также является спорным утверждением. Некоторые эксперты считают, что сейчас самое время для вложения средств в киноиндустрию: во-первых, грубо говоря, за те же деньги инвестор может «купить» больше кино; во-вторых, есть возможность за рубли купить то, что будет продаваться за доллары: хорроры, анимационные фильмы и сериалы. В-третьих, кинотеатры рано или поздно вернуться к привычному, допандемийному, режиму работы, а показывать там будет нечего, соответственно, немногочисленные вышедшие фильмы имеют потенциал собрать необходимую им «кассу». Особенное внимание стоит уделить ситуации с анимационными фильмами: если производство фильмов было приостановлено или отложено, то работа над мультфильмами не прекращалась ни на минуту, ведь большинство аниматоров работает удалённо, используя новейшие технологии. Также, это одна из тех категорий продуктов кинопроизводственной отрасли, которая хорошо продаётся за рубежом, а, соответственно, получает «кассу» не в рублях, а в долларах, что в ситуации текущего валютного курса очень выгодно [4].

Сложно говорить о том, как в целом будет развиваться киноиндустрия после столь тяжкого удара, однако, взглянув, к примеру, на Китай, где восстановление данной отрасли началось значительно раньше, чем у нас в стране, можно увидеть довольно обнадеживающий прогноз: там первый масштабный фильм местного производства «Восемь сотен» окупился за первые два уикенда, при этом, занял третье место в рейтинге лучших премьер за всю историю компании-дистрибьютора в этой стране [41].

В период восстановления после пандемии необходим чётко продуманный план выпуска контента, чтобы у потребителя всегда был выбор, но, при этом, крупные релизы не конкурировали между собой. В настоящий момент на рынке сложилась уникальная ситуация: сейчас в прокате почти нет крупных западных конкурентов, так как из страха не получить необходимую «кассу», релизы переносятся сразу на несколько лет вперед, – большую долю занимают релизы именно отечественных компаний, поэтому грамотное планирование дат выпуска кино позволит создать максимально возможные бокс-офисы и обеспечить высокую долю российского кино.

Однако, стоит учитывать и тот факт, что, в абсолютном выражении, российских фильмов будет меньше, – это связано с тем, что, во-первых, в период пандемии съёмки были приостановлены (а это приводит к удорожанию съёмки, а тот факт, что планируемые даты готовности фильма, (следовательно, и его выпуска) переносятся, приводят к тому, что фильм может не собрать планируемую «кассу» на момент выхода в будущем); во-вторых, в большинстве случаев производство фильмов связано с государственной поддержкой, и, без подтверждения государственного финансирования, кинопроизводственные компании, как правило, не рискуют запускать процесс производства фильма, а питчинги Фонда Кино и Министерства Культуры в период пандемии проводились позже обычного, притом, в сжатом формате. При этом у многих проектов, съёмки которых были перенесены, есть обязательства перед Фондом Кино по возврату средств [1]. Если не оказать должной поддержки кинопроизводственным компаниям, это может привести к сужению репертуара, что, в свою очередь, скажется на кинотеатрах. Уменьшится количество кинотеатров – снизятся дальнейшие сборы. В настоящий момент как никогда остро стоит вопрос государственной поддержки. К примеру, в Европе «Клуб Европейских Продюсеров», который является очень влиятельным для отрасли европейского кинопроизводства, представил план из десяти пунктов, который должен помочь компаниям расплатиться с сотрудниками и не обанкротиться. Среди

предлагаемых мер – прощение налогов, участие государства в погашении страховок и компенсации за простои кинотеатров. Российская Ассоциация владельцев кинотеатров уже сделала соответствующий запрос премьер-министру Михаилу Мишустину, кинотеатры просят, в частности, о снижении налогов и о предоставлении им кредитных каникул [4].

В связи с вышеназванным, мы можем утверждать, что крупных российских релизов (чаще всего, это драмы) в следующем году будет меньше, освободившуюся нишу займут комедии и ромкомы, так как они гораздо менее затратны, – как денежно, так и по времени, – в производстве, при этом, рассчитаны на массового потребителя, а потому, менее рискованы. «Постпандемийную» ситуацию на рынке кино можно сравнить с ситуацией, сложившейся в США после Великой Депрессии: тогда также в большинстве случаев производились комедии, – так как они дешевле, быстрее, а также способны подбодрить людей после тяжёлого периода, каким, несомненно, была пандемия.

Несмотря на то, что ситуация нестабильна и планировать что-то сложно, эксперты полагают, что, по крайней мере, 2021 год покажет относительно высокие значения по бокс-офису, – это связывают с тем, что, не смотря на падение покупательной способности населения после кризиса, поход в кинотеатр сегодня – самый доступный массовый способ развлечения, поэтому, высказывается предположение о том, что зритель изголодался по новинкам кинематографа, а потому готов идти в кинотеатры и, тем самым, обеспечивать кассовые сборы. Это именно та ситуация, которая, как говорилось ранее, происходила после Великой Депрессии в США. В этом предположении можем также сослаться на пример кризиса 2008 года: в следующем, посткризисном, году кинорынок рос быстрее, чем экономика страны и другие отрасли [2].

Пандемия стала, своего рода, катализатором событий, которые и так, рано или поздно, случились бы в данной отрасли. Тренд на разделение выпуска масштабных блокбастеров на больших экранах, а более мелких релизов, таких как

ромкомы, комедии, авторское кино и т.д. – на стриминговых платформах существовал и ранее, но разделение это заметно обозначилось именно в период пандемии.

Многие игроки кинорынка, как мы уже говорили, считают, что именно стриминг и онлайн-просмотр – будущее для киноиндустрии, так как рынок кинопроката, как бы широко не развивались кинотеатральные сети, – ограничен. Возможности развития отрасли ограничены населением страны и платежеспособным спросом, а также тем, что не до всех областей добирается программа по модернизации кинозалов в населённых пунктах с населением менее 500 тыс. человек, – поэтому предоставление доступа к контенту через интернет позволит расширить круг потребителей [47]. Здесь мы можем сослаться на ситуацию с российским фильмом «Спутник» производства одной из рассматриваемых нами в практической части компаний – Art Pictures Studios. Данный фильм вышел в разгар пандемии сразу на онлайн-платформах, без показа на большом экране, – что, пока что, является уникальной ситуацией для российской киноиндустрии. Суммы, которые были заплачены онлайн-сервисами компании-производителю, не известны, но, как высказываются эксперты, это было выгоднее, чем ждать открытия кинотеатров [52]. В целом, фильмы с бюджетом более 200 млн. руб. в обычных условиях, вне пандемии, чтобы окупиться, должны выходить в прокат, в противном случае вряд ли онлайн-платформы смогут компенсировать создателям затраты. Поэтому, в грядущие годы ожидается, что малобюджетные фильмы будут продаваться непосредственно на стриминговые сервисы.

Однако, если кинопроизводственная компания может ничего не потерять при переходе релизов в стриминг, это может нанести серьезный экономический удар по деятельности кинопоказа.

На данный момент ситуация с онлайн-прокатом фильмов находится на том этапе развития, на котором находился прокат фильмов в кинотеатрах примерно 15 лет назад: с одной стороны, мы видим бурный рост, с другой – отсутствие полной

прозрачности. Кинопрокат тоже в свое время был очень непрозрачной вещью, пока не появилась система ЕАИС, которая дает четкое и оперативное представление о сборах фильма, поэтому, существует необходимость внедрения такой же системы и в сфере стриминговых сервисов, так как отсутствие прозрачности не дает возможности просчитать экономическую выгоду от выпуска фильма только в Интернете, без кинопроката. К примеру, на Западе сервисы отчитываются о просмотрах и продажах фильмов, что и позволяет голливудским студиям выпускать фильмы только для онлайн [42].

В дальнейшем «постковидном мире», эксперты полагают, что участники кинорынка будут экспериментировать с, так называемыми, окнами, – то есть, с промежутками времени между премьерой фильма в кинотеатрах и выпуском его на стриминговых платформах [49]. Здесь, как раз, обозначается обострившаяся после пандемии проблема между двумя рассматриваемыми нами категориями игроков кинорынка: большие окна выгодны для кинопроизводственных компаний, а маленькие – для дистрибуторских. Поэтому, необходимо будет найти компромиссное значение длительности этого окна, которое обеспечить максимальную прибыль обеим сторонам.

Заметим, что в последнее время в российской индустрии кино компании начали производить смелые жанры: раньше никто не снимал, к примеру, научную фантастику, так как процесс производства фильма такого жанра сложен и очень дорог (фильмы «Притяжение», «Вторжение», «Спутник»); раньше российские фильмы не присутствовали за рубежом («Дылда», «Нелюбовь», «Дорогие товарищи!»). Сегодня это всё очень востребовано, что говорит об улучшении качественных показателей индустрии. Количественный показатель – доля сборов российского кино и она, если смотреть в динамике, растет [42].

В последнее время также увеличилось количество российских фильмов, собирающих в прокате больше миллиарда рублей, а потому, многие продюсеры уверены, что индустрия (не без государственной поддержки, конечно) способна

восстановиться до «доковидных» показателей за несколько лет (с учётом того, что ситуация с коронавирусной инфекцией больше не будет обостряться).

Профессиональный аналитический интернет-портал о кинобизнесе «Профи Синема» представили свою оценку состояния отрасли в исследовании «Индекс предпринимательских настроений в киноиндустрии» [40]. Экспертов из различных регионов России просили оценить текущее и ожидаемое в ближайшее время состояние рынка по шкале от 1 до 10 баллов (рисунок 5).

В феврале-марте респонденты оценивали состояние киноиндустрии на ближайшее время на 6,46 из 10, но уже через месяц значение оценок опустилось почти вдвое – до 3,3. Затем, в период с апреля по июнь оценки состояния индустрии опустились до критического минимума и интерпретировались как «ужасно» и «хуже быть не может». С июля 2020 года оценки состояния отрасли постепенно увеличиваются, однако до вплоть до конца следующего года эксперты оценивают состояние отрасли хуже, чем в допандемийный период, но, при этом, прогнозируют постепенную положительную динамику.

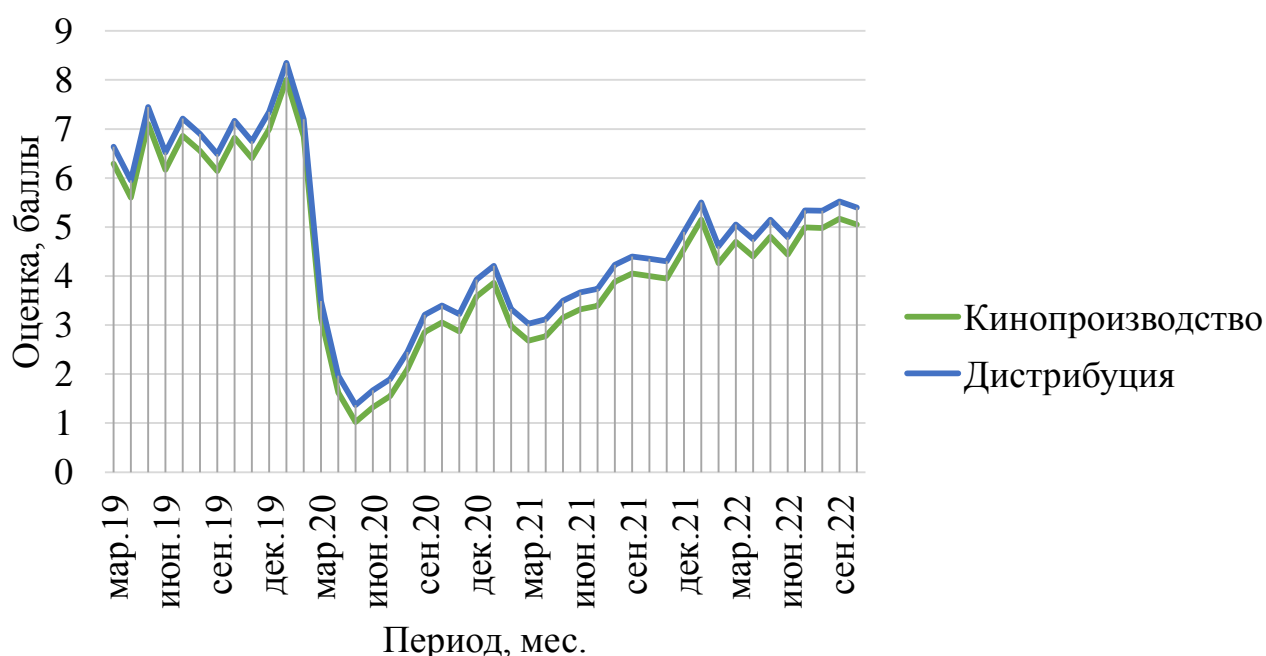


Рисунок 5 – Индекс предпринимательских настроений в киноиндустрии по оценке «Профи Синема»

В данной работе мы рассматриваем показатели киноиндустрии «доковидного» периода, потому что они дают объективное представление о естественном развитии отрасли, и, стоит отметить, что конец 2019 года характеризовался как время удачного старта для инвестиций в кино, предлагалось множество схем и перспектив для инвестирования. А самое главное, появилось довольно много режиссеров, сценаристов и продюсеров «новой волны», которые искренне пытаются снять достойное коммерческое кино. Общей тенденцией было отмечено стремление к зрительскому прокатному кино, которое раньше у производителей было в дефиците.

1.3 Основные риски и перспективы развития российской киноиндустрии

Понятие инвестиционной привлекательности отрасли неразрывно сопряжено с рисками, как с внешними, так и с внутренними. Чтобы провести анализ угроз извне, для начала необходимо определить основные аспекты внешней среды, которые могут повлиять на положение компаний в отрасли. Для этого воспользуемся методом PEST-анализа, так как он является одним из самых популярных методов оценки макроэкономического окружения и позволяет выявить наиболее важные политические, экономические, социальные и технологические факторы, способные повлиять на деятельность компании (таблица 1).

Таблица 1 – PEST-матрица

Политические факторы	Экономические факторы
Сокращение поддержки государства.	Отсутствие крупных западных релизов в кинотеатрах в ближайшее время.
Социальные факторы	Технологические факторы
Постпандемийный кризис и снижение покупательной способности населения.	Активная цифровизация бизнес-процессов, технологические новинки в кино-бизнесе и приостановка съёмочного процесса в период пандемии.

Наиболее значительным политическим фактором, оказывающим влияние на отрасль, является угроза сокращения государственной поддержки, так как основная масса выпускаемых отечественными кинокомпаниями фильмов частично финансируется государством, и если такая поддержка сократится или исчезнет вовсе, это сильно скажется на состоянии отрасли и в ближайшей перспективе может привести к сужению репертуара, что, в свою очередь, скажется на доходности кинотеатров и возможности их «выживания» в сложившихся условиях. Уменьшится количество кинотеатров – снизятся дальнейшие сборы, а вслед за снижением сборов возникнет другая проблема, – у кинопроизводственных компаний не будет достаточного объёма средств на продолжение своей деятельности, а, следовательно, ещё сильнее вырастут потребности в государственных вливаниях, что в сложившейся ситуации совсем не выгодно для государства.

Из факторов экономической сферы, на отрасль наибольшим влиянием обладает тот факт, что в настоящее время и в ближайшем будущем (по крайней мере, до второй половины 2022 года) в кинотеатрах не будут выпускаться крупные западные релизы, так как из страха не получить необходимую «кассу», релизы переносятся сразу на несколько лет вперед. То есть, на рынке сложилась уникальная ситуация, когда крупных иностранных конкурентов почти нет и большую долю занимает кино именно отечественных компаний, поэтому грамотное планирование дат релизов отечественных фильмов позволит создать максимально возможные в нынешних условиях кассовые сборы и обеспечить высокую отдачу от российского кино [51].

К наиболее важным социальным факторам относится постпандемийный кризис и снижение покупательной способности населения, однако здесь влияние двоякое: снижение покупательной способности в целом может привести к сокращению сборов продуктов кинематографа, так как они относятся к индустрии развлечений и не являются базовой необходимостью людей, но, в то же время, поход в кинотеатр – самый доступный способ культурно провести время, а людям

после тяжёлых периодов жизни, каким, несомненно, можно назвать пандемию, – требуются положительные эмоции, которые как раз можно подчерпнуть из процесса просмотра фильма, – именно к кино обращались люди в период, последовавший за Великой Депрессией в США, например. К тому же, можно отметить, что в ближайшее время в отечественный прокат как раз будет выходить большое количество комедий и прочих лёгких жанров кино, так как они менее затратные в производстве и рассчитаны на массового потребителя.

Из технологических факторов внешней среды можно выделить цифровизацию бизнес-процессов и технологические новинки в отрасли вкуче с приостановкой съёмочного процесса на период пандемии, – всё это может повысить качество конечного продукта.

Несомненно, все вышеперечисленные факторы оказывают влияние на отрасль в целом, как говорилось ранее, – на макроэкономическом уровне, однако, стоит отметить, что сила влияния зависит от конкретного направления деятельности. Поэтому, рассмотрим каждый отдельный сегмент кинорынка и факторы, наиболее на него влияющие.

Выделим четыре категории, базируясь на основном продукте производства компаний: «фильмы», «сериалы», «анимационные фильмы» и «смешанное производство».

Для категорий «фильмы» и «смешанное производство» большое значение имеет фактор ограничений на заполняемость кинозалов в период пандемии, так как окупаемость продуктов этих направлений зависит именно от того, сколько людей сходило на премьеру в кинотеатр, где компании данных направлений получают свои основные доходы. В период с марта по июнь 2020 года кинотеатры вообще не работали, а с июня 2020 по март 2021 действовали установленные государством лимиты: продавать билеты можно было только на 25% зрительных мест в зале. В декабре ограничения были ослаблены до 50% от общего числа мест в зале. По состоянию на сегодняшний день, заполнять можно уже 75% зрительного зала. Прося государство снизить лимиты, представители рынка кино

заявляли, что из-за наличия ограничений, в пиковые сеансы отрасль терпит колоссальные убытки, не может покрыть собственные расходы и удовлетворить потребности зрителей. При этом, наибольший урон такие ограничения наносят высокобюджетным блокбастерам, которые просто не способны окупиться без полной заполняемости зала [53].

Ещё одним фактором, влияющим на положение компаний, является падение покупательной способности населения. Без сомнений, этот фактор актуален для всех, без исключения, направлений деятельности компаний. Аналитики ВШЭ сообщили, что покупательная способность граждан нашей страны с началом пандемии в марте 2020 года снизилась до рекордной за последние десять лет отметки и остаётся на том же уровне по настоящее время, отношение средних денежных доходов на душу населения к величине прожиточного минимума в среднем на душу населения в Российской Федерации составило 286%, реальные располагаемые доходы людей по итогам 2020 года снизились на 3,7%, при этом, стоит отметить и рост безработицы, а также перевод людей на неполный рабочий день, что также обостряет ситуацию со снижением доходов граждан.

Однако, влияние этот фактор на разные категории деятельности оказывает с разной силой: сильнее это скажется, опять же, на продуктах категорий «фильмы» и «смешанное производство» так как поход в кинотеатр – не базовая потребность человека, это одна из первых вещей, от которых может отказаться человек в случае недостатка денежных средств, чтобы сэкономить. На продукты категории «сериалы» влияние окажется куда слабее: большинство сериалов покупаются и транслируются федеральными телеканалами, то есть, окупаемость им приносит рекламная модель монетизации, а не модель платы за контент. Наименее всего, согласно мнениям экспертов, влиянию данного факторы подвержены продукты категории «анимационные фильмы», так как на детях не принято экономить, и, психология поведения родителя такова, что он, скорее, откажется от каких-то излишеств в отношении себя, но не откажет ребёнку, – а потому, родители, в большинстве своём, не будут отменять платные подписки на сервисы,

предоставляющие доступ к мультфильмам, а также продолжают водить детей в кинотеатры на полнометражные анимационные фильмы. Даже наоборот, с учётом того, что многие дети были переведены на домашнее (дистанционное) обучение, количество пользователей, которые оформили подписку на такие сервисы, возросло, так как детей дома необходимо чем-то занять.

Отметим и факторы, оказывающие положительное влияние: к примеру, тот факт, что в кинотеатрах отсутствуют и в ближайшее время также будут отсутствовать крупные релизы иностранных кинокомпаний ведёт к тому, что увеличится посещаемость российских продуктов кинопроизводства за неимением у зрителя альтернативы. Западные кинокомпании затрачивают колоссальные суммы на производство фильмов, инвесторами выступают крупнейшие продюсерские центры, поэтому, боясь не «отбить» вложения, они не рискуют выпускать фильмы на большие экраны в настоящее время, сдвигая график премьер сразу на несколько лет: так, планируемые ранее самые масштабные премьеры текущего года, – ремейк классического культового фильма «Дюна» режиссёра Дэнни Вильнёва, блокбастеры по комиксам Marvel «Чёрная вдова» и «Вечные» компании Disney, «Французский диспетчер» оscarоносного Уэса Андерсона, очередной ремейк «Бэтмена» с Робертом Паттинсоном в главной роли – были перенесены сначала на конец 2021, затем на конец 2022, а сейчас обсуждается возможность переноса премьер и на вторую половину 2023. Поэтому, на рынке сложилась уникальная ситуация: никаких конкурентов у российских блокбастеров, и если российские прокатчики не побоятся рискнуть, они имеют все шансы получить довольно высокие для сложившейся ситуации сборы и «отбить» бюджеты своих фильмов [12].

Данный фактор сильнее всего отразится на продуктах категорий «фильмы» и «смешанное производство», и в меньшей мере на продуктах категории «анимационные фильмы», затрагивая только полнометражные картины данного направления, выходящие в кинотеатрах. Соответственно, на категорию «сериалы» такой фактор вообще не оказывает влияния.

Выделим и фактор повышения качества продуктов отечественного кинематографа. Это, в первую очередь, связано с приостановкой съёмочного процесса на период пандемии, то есть, как минимум, с марта по июль 2020 года все съёмочные площадки были закрыты, а актёры отпущены «в вольное плавание», никакие новые сцены и эпизоды не снимались, однако работа технических специалистов не останавливалась ни на минуту, – ведь монтировать можно и удалённо, необходимо лишь мощное оборудование. Поэтому, даже сейчас мы можем ощутить, что уровень отечественного кино существенно вырос, – графика стала лучше, монтаж продуманнее и логичнее, склейки более гладкими и т.п., при этом, в 2020 году технологические возможности оборудования и различных программ существенно возросли, ведь и разработчики обновлений находились на вынужденном карантине, а потому, имели много времени на «внеурочную» работу. На выходе мы имеем массу качественных продуктов, которые выходят и будут выходить на экраны в ближайшее время. Причём данный фактор затронет абсолютно все рассматриваемые нами категории, – на качественный продукт категорий «фильмы», «смешанное производство» и «анимационное производство» люди охотнее пойдут в кинотеатры, продукты категории «сериалы», а также та часть категории «анимационные фильмы», в которой относятся мультсериалы, будут пользоваться большим спросом на различных онлайн-сервисах.

Мы видим, что многие факторы, описанные нами, не затрагивают продукты категории «сериалы», однако, есть фактор, преимущественно влияющий только на данную категорию: увеличение количества подписчиков онлайн- и стриминговых сервисов в период пандемии. Многие люди, оказавшись в изоляции, не знали, чем себя занять, а потому подписка на различные сервисы, предоставляющие доступ к контенту стали отличным выходом для них, к тому же, такие сервисы предоставляли увеличенный пробный период во время начала пандемии, – и это сработало, многие пользователи, поняв, как удобны в использовании данные платформы, не поспешили расстаться с подпиской на них,

то есть, можно сказать, что данная «акция» по привлечению новых клиентов прошла успешно. Увеличение числа подписчиков ведёт к увеличению доходов таких сервисов, а, следовательно, и к увеличению доли отчислений компаниям, производящим сериалы и мультсериалы и стимулированию производства последующих сезонов любимых продуктов компаний данной категории. Конечно, на онлайн-платформах пользователи получают доступ и к некоторым продуктам кинопроизводства, поэтому на все прочие рассматриваемые категории этот фактор также оказывает влияние, но уже не такое сильное, так как в доходах таких категорий доходы от стриминга и трансляции составляют лишь малую долю [7].

Мы попытались спрогнозировать силу влияния всех перечисленных рисков факторов на конкретные категории компаний. Прогноз влияния рисков факторов на продукты компаний представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Прогноз влияния рисков факторов

В процентах	
Рисковый фактор	Степень влияния на доходы компании
Фильмы	
Ограничение на заполняемость зала	– 60
Рост посещаемости отечественных фильмов в связи с отсутствием иностранных релизов	+ 15
Снижение покупательной способности населения	– 35
Повышение качества отечественных фильмов	+ 12
Увеличение количества подписчиков стриминговых сервисов	+ 8
Итоговое влияние факторов	– 60
Смешанное производство	
Ограничение на заполняемость зала	– 54
Рост посещаемости отечественных фильмов в связи с отсутствием иностранных релизов	+ 13
Снижение покупательной способности населения	– 31
Повышение качества отечественных фильмов	+ 12
Увеличение количества подписчиков стриминговых сервисов	+ 16
Итоговое влияние факторов	– 44
Сериалы	
Снижение покупательной способности населения	– 17
Повышение качества отечественных фильмов	+ 12
Увеличение количества подписчиков стриминговых сервисов	+ 35
Итоговое влияние факторов	+ 30
Анимационные фильмы	

Ограничение на заполняемость зала	– 25
Рост посещаемости отечественных фильмов в связи с отсутствием иностранных релизов	+ 12
Снижение покупательной способности населения	– 8
Повышение качества отечественных фильмов	+ 15
Увеличение количества подписчиков стриминговых сервисов	+ 35
Итоговое влияние факторов	+ 29

Таким образом, мы видим, что наибольшую угрозу сложившаяся на рынке ситуация представляет для компаний группы «фильмы», сила влияния рисков факторов по категории составила – 60%, – это и логично, они производят наиболее денежно затратные продукты, которые сложно окупить в текущих условиях, а фактор закрытия кинотеатров и ограничения по их посещаемости оказал критически сильное воздействие на их положение, сыграв ключевую роль в колоссальном сокращении доходов данных компаний. Для компаний категории «смешанное производство» сложившееся положение также далеко от идеала: сила итогового влияния факторов составила –44%, что меньше, чем у предыдущих двух категорий, однако, всё же, очень существенно. Причины такого воздействия аналогичны причинам, названным ранее, но влияние меньше, так как в ассортименте продуктов данной группы компаний есть и сериалы, и анимационные фильмы, которые нивелировали значение, составляющее процентную разницу между итоговым влиянием на данную и рассмотренные выше группы. А вот компании групп «сериалы» и «анимационные фильмы», напротив, в сложившихся обстоятельствах больше ощущают на себе положительное влияние, нежели отрицательное, – это связано с тем, что на них никак не подействовал фактор ограничения посещения кинотеатров, так как они преимущественно (кроме полнометражных анимационных фильмов) выходят на телевидении, которое работало стабильно в период пандемии, или онлайн- и стриминговых платформах, у которых был отмечен буст количества пользователей как раз-таки в связи с пандемией, ведь это был один из немногих доступных способов развлечения для людей, закрытых дома на вынужденный карантин. В итоге проведённого анализа влияния рисков, можно сделать вывод,

что наиболее выгодными и наименее рискованными направлениями на рынке кинопроизводства в данный момент являются сериалы и анимационные фильмы (в области мультсериалов).

Выводы по разделу один

В рамках первого раздела выпускной квалификационной работы были рассмотрены теоретические аспекты анализа инвестиционной привлекательности отрасли, дана общая характеристика рынка и выявлены его текущие тенденции, проанализированы основные риски отрасли и их воздействие на сегменты рынка.

2 ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ КИНОИНДУСТРИИ

2.1 Оценка финансового состояния сегментов российского кинорынка

С целью более подробного изучения инвестиционной привлекательности рассматриваемого рынка, необходим анализ финансового состояния, для проведения которого были выбраны 22 наиболее крупные и заметные кинопроизводственные компании России в настоящее время, – перечень их наименований и краткая характеристика представлены в приложении *. Затем выбранные компании были разделены на группы по, уже определённом ранее, критерию основного продукта их производства: кинофильмы, сериалы, анимационные фильмы, а также смешанное производство (то есть, компании, занимающиеся производством сразу нескольких видов продукции).

При этом, стоит отметить, что две компании в списке, – «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» и «Централ Партнершип», – занимают особое положение: они значительно превосходят по объёмам остальные, так как занимаются не только производством фильмов, но и дистрибуцией, в том числе продуктов зарубежного кинематографа, – и являются своеобразными гигантами на рассматриваемом рынке, поэтому, для большей точности исследования, обе эти компании были выделены отдельно, как самостоятельные группы.

Так как вышеназванные компании обладают «особым» статусом, начнём анализ именно с них. Ключевые финансовые показатели компании «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Ключевые финансовые показатели компании «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг»

Показатель		Период		
		2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	3 520 000	2 950 000	5 130 000
	Величина чистых активов, тыс. руб.	1 816 798	2 355 040	2 605 025
	Доля ОС в активах фирмы	0,004	0,004	0,001
2. Оценка ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	2,041	5,056	2,02
	Коэффициент быстрой ликвидности	1,894	4,763	1,81
	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,965	2,485	0,996
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	1 763 120	2 325 920	2 574 480
	Коэффициент финансовой автономии	0,514	0,797	0,509
	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	1,945	1,255	1,966
	Коэффициент финансовой устойчивости	0,514	0,803	0,509
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	38,29	35,71	31,58
	Рентабельность активов (ROA), %	14,72	16,56	6,48
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	26,25	25,76	10,56
	Рентабельность по чистой прибыли, %	5,68	7,22	2,69
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	2,594	2,294	2,406
	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	2,63	2,319	2,424
	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	4,728	5,117	5,769
	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	11,422	16,795	4,445

Ключевые финансовые показатели второй компании-гиганта, рассматриваемой в нашем исследовании, – «Централ Партнершип» можно увидеть в таблице 4.

Таблица 4 – Ключевые финансовые показатели «Централ Партнершип»

Показатель		Период		
		2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	3 560 000	3 270 000	3 370 000
	Величина чистых активов, тыс. руб.	2 370 810	2 560 650	2 718 480
	Доля ОС в активах фирмы	0,002	0,001	0,001
2. Оценка ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	1,541	2,482	1,863
	Коэффициент быстрой ликвидности	1,536	2,476	1,862
	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,028	0,021	0,032
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	460 000	980 000	720 000
	Коэффициент финансовой автономии	0,601	0,737	0,694
	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	1,664	1,357	1,44
	Коэффициент финансовой устойчивости	0,656	0,775	0,722
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	14,63	44,55	15,05
	Рентабельность активов (ROA), %	1,95	9,58	-2,03
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	3,57	14,38	-2,83
	Рентабельность по чистой прибыли, %	8,3%	37,49	-11,61
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	0,233	0,256	0,175
	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	0,494	0,469	0,324
	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	0,577	0,477	0,329
	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	0,141	0,094	-0,874

Сравнивая показатели, полученные в ходе финансового анализа двух компаний-гигантов за трёхлетний период, мы можем сказать, что Уолт Дисней

Студиос Сони Пикчерс Релизинг и Централ Партнершип имеют примерно соразмерные активы, однако показатели выручки колоссально разнятся (таблица 1): за 2019 год «У.Д.С.С.П.Р.» получил доход в размере 261 млн. рублей, а «Централ Партнершип» – убыток в размере 67 млн. рублей, то есть показатели выручки «У.Д.С.С.П.Р.» более, чем в 3 раза превышают показатели выручки «Централ Партнершип», при этом, стоит отметить, что за последний рассматриваемый период – 2019 год – выручка «У.Д.С.С.П.Р.» увеличилась, а у «Централ Партнершип», напротив, сократилась [36, 37].

Показатели ликвидности «У.Д.С.С.П.Р.» выше среднеотраслевых и свидетельствуют о том, что компания в состоянии погасить все имеющиеся у неё текущие обязательства. Значение показателей текущей и быстрой ликвидности «Централ Партнершип» тоже высоки, а мгновенная ликвидность несколько ниже, так как большая часть оборотных активов приходится на дебиторскую задолженность, но, в целом, компания также способна отвечать по своим текущим обязательствам.

И у «У.Д.С.С.П.Р.», и у «Централ Партнершип» имеется достаточно собственных оборотных средств, что выбивается из общей картины отрасли, так как практически у всех рассматриваемых компаний значение СОС – отрицательное; рассматривая остальные показатели, можно сделать вывод, что обе компании платежеспособны, мало зависимы от внешних источников и финансово устойчивы, при этом в динамике за три года значения показателей стабильны.

Показатели рентабельности «У.Д.С.С.П.Р.» также имеют высокие для отрасли значения, значит, компания эффективно использует свои ресурсы. Однако, значения несущественно снижаются в динамике, – сильнее всего это заметно по рентабельности активов и рентабельности собственного капитала, – так как активы и капитал компании растут, а чистая прибыль, напротив, снижается в связи с повышением себестоимости продаж. Рентабельность «Централ Партнершип» имеет неоднозначную динамику: в период с 2017 по 2018 год она

значительно возрастает, так как возрастает уровень доходов, а в период с 2018 по 2019 год рентабельность сильно снижается и принимает отрицательное значение, – компания получает убыток.

Значения коэффициентов оборачиваемости активов и оборотных активов «У.Д.С.С.П.Р.» стабильны и показывают, что за один отчётный период (год) активы компании проходят полный цикл обращения более двух раз, этот факт сообщает о том, что данная компания использует свои активы очень эффективно относительно рассматриваемой отрасли. Другая картина наблюдается у «Централ Партнершип»: показатели стабильно низкие, за один год активы не проходят полного цикла обращения, интенсивность использования активов у компании низкая. Также, у «У.Д.С.С.П.Р.» растёт значение коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности, – что свидетельствует о либерализации кредитной политики и увеличении сроков отсрочки покупателям. Однако за последние годы существенно сократился коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, т.е. сама компания стала задерживать оплаты своим кредиторам. Однако значение коэффициента оборачиваемости ДЗ по данным последнего года превысило значение коэффициента оборачиваемости ДЗ, следовательно деньги в компании поступают быстрее, чем она платит по своим обязательствам, что благоприятно сказывается на ее финансовом состоянии. Ситуация у компании «Централ Партнершип» обратная, – собираемость платежей с покупателей неэффективная, платежи поступают с задержкой; кредиторская задолженность тоже погашается с задержкой. Это может быть связано со сроками производства, так как «Централ Партнершип» в большей степени занимается производством, нежели «У.Д.С.С.П.Р.»

Но, стоит учитывать, что такому успешному положению компании «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» есть несколько причин помимо крайне эффективного использования средств – во-первых, напомним, что в отличие от остальных рассматриваемых в данной работе компаний, «У.Д.С.С.П.Р.» помимо производства российских фильмов, занимается также и дистрибуцией, причем не

только российского, но и иностранного кинематографа – продуктами компаний «Уолт Дисней» и «Сони Пикчерс Энтертейнмент»; во-вторых, объединение двух и без того крупных компаний в одну крупнейшую имеет ещё один скрытый бонус – крупным компаниям запрещено согласовывать релизы, но так как эти компании, по сути, являются одной в рамках такого объединения, – они могут планировать график релизов так, чтобы крупные проекты не конкурировали между собой, и, таким образом, получали более большие кассовые сборы.

Далее рассмотрим показатели, рассчитанные в ходе финансового анализа компании Группы 3, основным продуктом производства которой являются полнометражные фильмы (таблица 5).

Таблица 5 – Ключевые финансовые показатели Группы 3 «Производство кинофильмов»

Показатель		Тритэ			Базелевс		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	588 440	667 590	1 290 000	1 320 000	1 000 000	697 970
	Величина чистых активов, тыс. руб.	284 970	291 770	293 830	337 480	233 840	316 550
	Доля ОС в активах фирмы	0,321	0,274	0,137	0,001	0,001	0,001
2. Оценка ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	0,934	0,970	1,000	0,415	0,360	0,544
	Коэффициент быстрой ликвидности	0,753	0,940	0,351	0,383	0,400	0,544
	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,287	0,936	0,316	0,062	0,054	0,112

Таблица 5 – Ключевые финансовые показатели Группы 3 «Производство кинофильмов» (продолжение)

Показатель		Тритэ			Базелевс		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства, тыс. руб.	-20 030	-11 280	50	-709 260	-523 510	-298 010
	Коэффициент фин. автоном.	0,484	0,437	0,228	0,076	0,118	0,064
	Коэффициент соотношения ЗК и СК	2,065	2,288	4,390	13,142	8,488	15,559
	Коэффициент фин. устойчив.	0,484	0,437	0,228	0,076	0,118	0,064
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	20,76	4,30	10,74	-41,13	-4,26	-64,56
	Рентабельность активов (ROA), %	8,27	1,08	0,22	-0,08	1,50	-8,59
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	23,44	2,36	0,72	-1,31	15,93	-89,69
	Рентабельность по ЧП, %	8,41	0,49	2,5	-0,13	2,58	-22,20
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	0,983	2,229	0,083	0,569	0,581	0,387
	Коэффициент оборачиваемости ОА, об.	1,723	4,321	0,119	1,130	1,556	0,919
	Коэффициент оборачиваемости ДЗ, об.	8,912	19,576	4,398	1,697	1,931	1,118
	Коэффициент оборачиваемости КЗ, об.	1,217	3,945	-0,106	2,985	1,617	2,288

Таблица 5 – Ключевые финансовые показатели Группы 3 «Производство кинофильмов» (продолжение)

Показатель		Нон–Стоп Продакшн			Дирекция Кино		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	1 180 000	1 250 000	1 630 000	1 540 000	1 510 000	1 660 000
	Величина чистых активов, тыс. руб.	305 430	196 920	–13 660	1 091 020	958 930	803 440
	Доля ОС в активах фирмы	0,001	0,001	0,001	0,004	0,003	0,001
2. Оценка ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	0,378	0,359	0,281	0,376	0,218	0,164
	Коэффициент быстрой ликвидности	0,320	0,281	0,208	0,338	0,186	0,162
	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,102	0,221	0,069	0,245	0,129	0,141
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	–974 740	–1 346 760	–1 788 420	–839 280	–1 121 650	–1 325 350
	Коэффициент финансовой автономии	–0,245	–0,404	–0,33	0,13	0,045	0,039
	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	–4,079	–2,475	–3,027	7,672	22,092	25,677
	Коэффициент финансовой устойчивости	–0,107	0,092	0,173	0,13	0,045	0,039

Таблица 5 – Ключевые финансовые показатели Группы 3 «Производство кинофильмов» (продолжение)

Показатель		Нон-Стоп Продакшн			Дирекция Кино		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	23,36	12,60%	19,13	80,24	100,00	97,78
	Рентабельность активов (ROA), %	-8,07	-17,76	-2,31	4,52	-8,68	-0,23
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	45,14	54,34	6,38	46,30	-98,38	-5,56
	Рентабельность по чистой прибыли, %	-21,25	-37,50	-8,09	13,55	-244,07	-2,31
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	0,38	0,474	0,286	0,333	0,036	0,101
	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	0,949	1,285	1,049	1,555	0,132	0,556
	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	1,842	3,285	3,208	5,251	0,523	2,751
	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	1,264	1,823	1,16	0,184	0,001	0,005

Таблица 5 – Ключевые финансовые показатели Группы 3 «Производство кинофильмов» (окончание)

Показатель		Арт Пикчерс Студия		
		Период		
		2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	1 778 105	1 168 874	1 551 373
	Величина чистых активов, тыс. руб.	1 063 820	618 510	876 188
	Доля ОС в активах фирмы	0,001	0,001	0,001
2. Оценка ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	0,507	0,786	0,561
	Коэффициент быстрой ликвидности	0,505	0,782	0,558
	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,282	0,224	0,421
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	-1 022 655	-284 854	- 594577,000
	Коэффициент финансовой автономии	0,013	-0,008	0,009
	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	79,041	-128,256	54,226
	Коэффициент финансовой устойчивости	0,186	0,028	0,233
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	-28,56	3,03	0,088
	Рентабельность активов (ROA), %	0,9%	3,32%	-0,4
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	95,71	731,89	46,01%
	Рентабельность по чистой прибыли, %	4,60	5,52	-5,63
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	0,197	0,602	0,071
	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	0,418	1,092	0,121
	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	1,457	1,853	0,188
	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	1,353	1,963	0,286

Компании Группы 3, главным продуктом деятельности которых являются кинофильмы, имеют соразмерные активы, однако компания «Тритэ» выделяется тем, что у неё присутствует довольно существенная доля основных средств в активах, и, хотя она и снижается в динамике, она всё равно колоссально превышает доли основных средств в других компаниях. Вместе с тем, «Тритэ» – единственная компания, получившая прибыль в последнем рассматриваемом отчётном периоде – 2019 году; а также единственная из пяти компаний в группе, которая каждый отчётный год в рассматриваемом периоде получает прибыль, финансовым результатом других компаний хотя бы раз был убыток [35]. Также, стоит отметить, что за период с 2016 по 2019 годы компании «Нон-Стоп Продакшн» и «Дирекция Кино» ни разу не получили прибыль [31, 48].

Показатели ликвидности у компаний в данной группе не слишком высоки, то есть, данные компании не смогут ответить по всем своим краткосрочным обязательствам. При этом, стоит отметить, что ликвидность компании «Тритэ» выше прочих компаний в группе.

Значение собственных оборотных средств у компаний группы отрицательно, что можно назвать нормой для данной отрасли, – и не имеет однозначной динамики. Коэффициент финансовой автономии у двух компаний – «Нон-Стоп Продакшн» и «Арт Пикчерс Студия» принимает отрицательное значение, их положение крайне финансово неустойчиво; финансовая автономия компаний «Дирекция Кино» и «Базелевс» невысока, положение компании «Тритэ» можно считать нормальным, однако замечена отрицательная динамика [24, 25]. Значения коэффициента соотношения заёмных и собственных средств и коэффициента финансовой устойчивости говорят о том, что все компании данной группы финансово неустойчивы, существуют за счёт заёмного капитала, а некоторые имеют непокрытые убытки и должны находиться на грани банкротства.

Рентабельность продаж в группе неоднозначна: можно сказать, что компания «Дирекция Кино» имеет высокую рентабельность по продажам, компании «Тритэ» и «Нон-Стоп Продакшн» – среднюю, а «Базелевс» и «Арт Пикчерс

Студия» – вовсе не рентабельны и получают убытки от продажи производимых ими продуктов. Рентабельность активов в целом по группе низкая, что говорит о неэффективном использовании компаниями своих активов. Значения рентабельность собственного капитала сообщают, что «Дирекция Кино», «Базелевс» и «Тритэ» неэффективно используют собственный капитал, а «Нон-Стоп Продакшн» и «Арт Пикчерс Студия» – эффективно. В целом, по рентабельности по чистой прибыли, можно сделать вывод, что компании данной группы в разной мере неэффективно используют свои средства.

Коэффициент оборачиваемости активов в среднем по группе не превышает единицы, и за исключением нескольких бустов, имеет стабильную динамику. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов в среднем чуть больше единицы и имеет неоднозначную динамику, за один год активы проходят один цикл обращения, интенсивность использования активов у компаний нормальная. Значения коэффициентов оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей свидетельствуют о том, что покупатели продукции погашают свои обязательства перед компаниями чаще, чем сами компании перед своими поставщиками и работниками, но, в среднем, можно говорить о своевременности выплаты задолженностей компаниями и эффективности использования средств (за исключением компании «Дирекция Кино», у которой очень низкие показатели коэффициента оборота кредиторской задолженности).

Далее рассмотрим ключевые финансовые показатели Группы 4, которая занимается смешанным производством (таблица 6)

Таблица 6 – Ключевые финансовые показатели Группы 4 «Смешанное производство»

Показатель		ВБД Групп			СТВ		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	34 000	2 330 000	2 230 000	2 449 729	3 012 449	3 396 341
	Величина чистых активов, тыс. руб.	32 001	2 024 860	1 567 280	63 579	1 060 338	1 039 051
	Доля ОС в активах фирмы	0,029	0,007	0,004	0,001	0,001	0,002
2. Оценка ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	6,000	0,794	0,513	1,026	1,572	1,811
	Коэффициент быстрой ликвидности	3,000	0,771	0,495	0,613	1,113	1,333
	Коэффициент абсолютной ликвидности	2,000	0,474	0,141	0,133	0,351	0,503
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	4 000	-366 260	-704 550	63 038	-471 639	-305 047
	Коэффициент финансовой автономии	0,941	0,248	0,366	0,026	0,040	0,046
	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	1,063	4,027	2,735	38,53	25,295	21,621
	Коэффициент финансовой устойчивости	0,971	0,248	0,383	0,03	0,489	0,523

Таблица 6 – Ключевые финансовые показатели Группы 4 «Смешанное производство» (продолжение)

Показатель		ВБД Груп			СТВ		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	0,01	44,66	18,98	-4,5	-13,17	-5,09
	Рентабельность активов (ROA), %	0,01	25,23	9,87	0,73	0,85	1,54
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	0	97,69	32,28	23,31	25,32	35,83
	Рентабельность по чистой прибыли, %	200	22,59	25,81	1,56	1,88	3,61
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	0,001	1,117	0,382	0,472	0,45	0,428
	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	0,001	1,891	0,831	0,472	0,505	0,512
	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	0,001	5,070	1,729	1,144	1,06	1,089
	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	0,000	6,665	1,635	0,638	1,096	2,156

Таблица 6 – Ключевые финансовые показатели Группы 4 «Смешанное производство» (окончание)

Показатель		КИТ		
		Период		
		2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	805 860	1 020 000	1 980 000
	Величина чистых активов, тыс. руб.	-111 970	-22 200	68 560
	Доля ОС в активах фирмы	0,022	0,007	0,003
2. Оценка ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	0,792	0,7	0,799
	Коэффициент быстрой ликвидности	0,7	0,699	0,76
	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,005	0,031	0,121
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	-389 500	-402 960	-1 619 910
	Коэффициент финансовой автономии	-0,174	-0,083	-0,061
	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	-5,758	-12,024	-16,512
	Коэффициент финансовой устойчивости	0,129	0,019	0,692
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	9,57	22,54	12,65
	Рентабельность активов (ROA), %	-9,11	6,04	1,78
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	70,23	-49,05	-26,1
	Рентабельность по чистой прибыли, %	-6,07	5,46	1,68
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	1,502	1,106	1,06
	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	1,919	1,610	2,682
	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	2,203	1,749	3,011
	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	1,826	1,093	2,831

Величина контролируемых средств компаний Группы 4, которые занимаются смешанным производством, – соразмерна, однако по величине чистых активов компаний можно увидеть, что размер долгов компании «КИТ» превышал стоимость её имущества до последнего отчётного периода, – в 2019 замечена положительная динамика, состояние пришло в норму [27]. Доля основных средств в структуре активов у компаний данной группы мала, но, как уже было сказано, такая тенденция замечается за всей отраслью кинопроизводства. При этом, при сопоставимых размерах активов, показатели чистой прибыли у «ВБД Груп» гораздо выше, – можно говорить об эффективности использования средств данной компанией [19].

Значения показателей ликвидности в данной группе не слишком высоки, что говорит о том, что данные компании не смогут ответить по всем своим краткосрочным обязательствам. Однако, наблюдается положительная динамика.

Значение собственных оборотных средств у компаний отрицательно, что также можно считать нормальным для отрасли кинопроизводства. Показатели коэффициента финансовой автономии неоднозначны: положение «ВБД Груп» можно считать нормальным, в разы отличаются показатели «СТВ» – они критично низкие, а показатели компании «КИТ» принимают отрицательные значения, то есть, её положение крайне финансово неустойчиво. Значения коэффициента соотношения заёмных и собственных средств говорит о зависимости компаний группы от заёмного капитала. По коэффициенту финансовой устойчивости можно понять, что, в целом, все три компании устойчивы, при этом за последние два года положительная динамика существенно увеличивается.

Рентабельность продаж в группе неоднозначна: «ВБД Груп» и «КИТ» имеют высокую рентабельность по продажам, а вот компания «СТВ» стабильно не рентабельна. Рентабельность активов в целом по группе низкая, это свидетельствует о неэффективности использования своих активов компаниями. По значениям рентабельности собственного капитала можно увидеть, что «ВБД

Груп» и «СТВ» используют свой капитал вполне эффективно, а у КИТ, как было сказано раньше, нет чистого собственного капитала. Рентабельность по чистой прибыли сообщает о том, что компании данной группы в отношении отрасли – средне рентабельны, за исключением «ВБД Груп» – у неё высокие показатели.

Коэффициент оборачиваемости активов и коэффициент оборачиваемости оборотных активов у «ВБД Груп» и «СТВ» – ниже среднего относительно отрасли, можно говорить о том, что компании не эффективно используют активы, а вот у компании «КИТ» интенсивность использования активов в норме. Значения коэффициентов оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей свидетельствуют о своевременности выплаты задолженностей компаниями и эффективности использования средств [28].

По большинству показателей, компания «ВБД Груп» является лидером данной группы, однако, стоит отметить, что такие большие значения показателей в период с 2017 по 2018 годы обусловлены тем, что в 2017 году часть компании выделилась в отдельную компанию, – был основан телеканал «Супер», активы были поделены. Оставшиеся две компании чуть меньше ее по объёму, но, в целом, стабильны, имеют проблемы с финансовой устойчивостью [19].

Теперь рассмотрим ключевые финансовые показатели Группы 5, продуктом производства которой являются сериалы (таблица 7).

Таблица 7 – Ключевые финансовые показатели Группы 5 «Производство сериалов»

Показатель		Медиаслово			Арт Пикчерс Вижн		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	1 078 993	773 172	629 756	39 870	270 170	303 970
	Величина чистых активов, тыс. руб.	34 235	46 737	-11 057	700	5 400	5 490
	Доля ОС в активах фирмы	0,002	0,001	0,001	0,001	0,001	0,002

Таблица 7 – Ключевые финансовые показатели Группы 5 «Производство сериалов» (продолжение)

2. Оценка ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	0,561	0,741	0,968	0,992	0,508	0,555
	Коэффициент быстрой ликвидности	0,558	0,657	0,952	0,938	0,459	0,453
	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,421	0,473	0,508	0,509	0,178	0,049
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	-594 577	-253 062	-102 415	-303	-130 290	-132 810
	Коэффициент финансовой автономии	0,018	0,055	-0,018	0,013	0,02	0,018
	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	54,226	18,062	-56,955	75,085	50,031	55,469
	Коэффициент финансовой устойчивости	0,233	0,167	0,117	0,013	0,02	0,018
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	8,83	8,83	8,83	1,55	1,29	3,15
	Рентабельность активов (ROA), %	1,47	2,47	-7,68	859,80	0,01	0,03
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	53,17	73,07	-339,31	97,06	0,07	1,51
	Рентабельность по чистой прибыли, %	1,42	1,4	-5,62	0,19	0,01	0,02

Таблица 7 – Ключевые финансовые показатели Группы 5 «Производство сериалов» (продолжение)

Показатель		Арт Пикчерс Вижн			Медиаслово		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемост и активов, об.	1,039	1,767	1,366	8,598	1,012	1,153
	Коэффициент оборачиваемост и оборотных активов, об.	2,976	3,474	1,887	8,961	1,808	2,206
	Коэффициент оборачиваемост и дебиторской задолженности, об.	10,822	14,125	5,252	20,193	3,442	3,396
	Коэффициент оборачиваемост и кредиторской задолженности, об.	2,210	3,824	2,097	8,644	1,019	1,138
Показатель		Гуд Стори Медиа			Амедиа Продакшн		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	1 070 000	556 750	1 530 000	1 600 000	1 960 000	2 180 000
	Величина чистых активов, тыс. руб.	-30 680	-970	-13 560	633 800	777 260	1 075 480
	Доля ОС в активах фирмы	0,019	0,027	0,013	0,001	0,001	0,001
ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	0,945	0,961	0,98	0,39	0,284	0,529
	Коэффициент быстрой ликвидности	0,136	0,242	0,181	0,384	0,283	0,45

	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,025	0,009	0,019	0,094	0,074	0,032
--	------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Таблица 7 – Ключевые финансовые показатели Группы 5 «Производство сериалов» (продолжение)

Показатель		Гуд Стори Медиа			Амедиа Продакшн		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	-70 330	-22 867	-37 530	-1 157 626	-1 193 070	-777 440
	Коэффициент финансовой автономии	-0,032	-0,002	-0,007	0,039	0,197	0,253
	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	-31,287	-569,857	-141,405	25,652	5,066	3,945
	Коэффициент финансовой устойчивости	-0,026	0,001	0,001	0,039	0,319	0,263
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	15,14	12,02	29,8	-34,22	-46,04	40,85
	Рентабельность активов (ROA), %	0,87	4,08	-0,94	-17,2	-10,08	7,62
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	-24,14	-188,87	166,82	-102,42	-79,9	33,57
	Рентабельность по чистой прибыли, %	0,62	1,59	-1,43	-93,78	-83,02	25,89
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	1,407	2,57	0,661	0,183	0,121	0,294
	Коэффициент оборачиваемости ОА, об.	1,483	2,654	0,677	0,496	0,567	0,989
	Коэффициент оборачиваемости ДЗ, об.	8,916	16,558	3,659	0,803	0,766	1,279

	Коэффициент оборачиваемости КЗ, об.	1,648	2,224	0,471	0,791	0,552	0,537
--	-------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Таблица 7 – Ключевые финансовые показатели Группы 5 «Производство сериалов» (продолжение)

Показатель		Всемирные Русские Студии			Мостелефильм Дистрибьюшн		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	3 250 000	1 980 000	1 430 000	1 300 000	1 300 000	1 260 000
	Величина чистых активов, тыс. руб.	1 235 890	754 280	573 340	692 940	875 470	625 790
	Доля ОС в активах фирмы	0,002	0,001	0,001	0,154	0,142	0,135
2. Оценка ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	0,761	0,606	0,493	0,273	0,428	0,28
	Коэффициент быстрой ликвидности	0,603	0,46	0,492	0,056	0,136	0,013
	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,005	0,014	0,033	0,028	0,001	0,003
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	-580 000	-519 260	-478 400	-893 170	-656 680	-753 870
	Коэффициент финансовой автономии	0,335	0,369	0,379	0,09	0,153	0,189
	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	2,982	2,71	2,64	11,127	6,538	5,299

Коэффициент финансовой устойчивости	0,359	0,395	0,413	0,162	0,206	0,234
-------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Таблица 7 – Ключевые финансовые показатели Группы 5 «Производство сериалов» (продолжение)

Показатель		Всемирные Русские Студии			Мостелефильм Дистрибьюшн		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	43,1	-7,24	-20,92	26,69	19,26	24,02
	Рентабельность активов (ROA), %	-25,92	-13,69	-11,09	8,9	6,31	3,04
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	-69,46	-39,32	-29,73	99,02	51,96	17,83
	Рентабельность по чистой прибыли, %	-91,34	-34,42	-43,01	11,52	9,74	9,6
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	0,284	0,398	0,258	0,773	0,648	0,317
	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	0,924	0,897	0,771	3,373	2,281	1,139
	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	1,063	1,165	0,956	33,131	9,916	5,446
	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	0,383	0,725	0,547	1,441	1,649	0,848

Таблица 7 – Ключевые финансовые показатели Группы 5 «Производство сериалов» (продолжение)

Показатель		ПК Среда			1–2–3 Продакшн		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	1 630 000	2 270 000	2 550 000	894	800 040	1 340 000
	Величина чистых активов, тыс. руб.	102 270	70 910	70 050	880	–72 000	–14 190
	Доля ОС в активах фирмы	0,001	0,001	0,001	0	0,076	0,065
2. Оценка ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	0,259	0,509	0,871	63,857	0,826	0,919
	Коэффициент быстрой ликвидности	0,256	0,501	0,853	63,857	0,270	0,385
	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,11	0,103	0,112	56,857	0,096	0,064
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	–1 227 220	–1 369 640	–1 226 210	880	–153 490	–112 600
	Коэффициент финансовой автономии	0,063	0,022	0,017	0,984	–0,09	–0,009

	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	15,859	45,075	58,232	1,016	-11,11	-114,334
	Коэффициент финансовой устойчивости	0,284	0,264	0,421	0,984	-0,088	-0,005

Таблица 7 – Ключевые финансовые показатели Группы 5 «Производство сериалов» (окончание)

Показатель		ПК Среда			1–2–3 Продакшн		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	14,16	17,3	17,47	34,86	11,78	16,22
	Рентабельность активов (ROA), %	4,75	2,58	1,82	503,56	-18,2	5,63
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	90,75	65,76	93	-221,17	204,95	-143,99
	Рентабельность по чистой прибыли, %	9,41	7,65	6,28	241,02	-124,24	4,13
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	0,505	0,338	0,289	2,089	0,147	1,364
	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	1,905	1,143	0,654	2,092	0,163	1,491

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	2,639	1,579	0,795	12,632	0,773	4,991
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	1,01	0,511	0,429	40,488	0,128	-1,134

Самая многочисленная группа, – Группа 5, – занимается производством сериалов. Величина контролируемых средств компаниями примерно одинакова (единственная компания, которая выбивается – «Медиаслово»). Чистые активы у всех компаний различаются, при этом у трёх компаний: «Арт Пикчерс Вижн», «Гуд Стори Медиа» и «1-2-3 Продакшн» они принимают отрицательные значения, то есть, их обязательства превосходят имеющееся в их распоряжении имущество [23, 26, 38]. Доля основных средств в активах компаний мала, что является особенностью рассматриваемой отрасли (исключением являются компании «Мостелефильм Дистрибьюшн» и «1-2-3 Продакшн»). Доходы у компаний данной группы разнятся: «Амедиа» является лидером, так как производит много продукции, которая выпускается на разных телеканалах и онлайн-сервисах, такая же схема у компании «Медиаслово», но в гораздо меньших масштабах; стабильные убытки у компании «Всемирные Русские Телестудии» – она занимается производством мелодрам для телеканалов «Россия1» и «НТВ», на ту же аудиторию работает компания «Мостелефильм Дистрибьюшн», но её доходы – средние по данной группе; остальные компании имеют примерно одинаковые доходы, они выпускают сериалы на телеканалах «СТС», «ТНТ» и «Первый канал», а также на онлайн-площадках [20, 21, 29, 30].

Ликвидности в целом по группе не слишком высока, что говорит о том, что данные компании не смогут ответить по всем своим краткосрочным обязательствам.

Собственные оборотные средства у всех компаний группы отрицательны, что также можно считать нормальным для отрасли кинопроизводства, так как большинство средств кинопроизводственных компаний сосредоточено во внеоборотных активах, а также потому, что процесс производства продукта, как правило, занимает меньше года, и компании используют краткосрочные заёмные средства. Значения коэффициента финансовой автономии неоднозначны: положение компаний «Мостелефильм Дистрибьюшн» и «Всемирные Русские Студии» можно считать нормальным, показатели других компаний очень низкие, при этом показатели компаний «Гуд Стори Медиа» и «1-2-3 Продакшн» принимают отрицательные значения, их положение можно назвать крайне финансово неустойчивым. Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств говорит об очень сильной зависимости компаний группы от заёмного капитала. По коэффициенту финансовой устойчивости можно понять, что, в целом, компании средне устойчивы, – за исключением компаний «Гуд Стори Медиа», «1-2-3 Продакшн» и «Медиаслово», – они крайне финансово неустойчивы.

В целом по группе рентабельность продаж нормальная, при этом имеет положительную динамику (исключение – «Всемирные Русские Студии»). Рентабельность активов низкая, можно говорить о неэффективном использовании компаниями своих активов, причем динамика преимущественно отрицательная. Показатели рентабельности собственного капитала по группе очень неравномерны, при этом имеют хаотичную динамику, то резко сокращаясь, то увеличиваясь, это связано с непостоянством получаемых доходов и располагаемого капитала, и может считаться особенностью именно сериального сектора кинопроизводства. Средняя рентабельность по чистой прибыли также низкая. Мы можем сказать, что компании «Среда» и «Мостелефильм Дистрибьюшн» являются относительно стабильными и грамотно распоряжаются собственным капиталом, а компания «Всемирные Русские Студии» – категорически неэффективна и имеет постоянные убытки [32].

Коэффициент оборачиваемости активов и коэффициент оборачиваемости оборотных активов стабильны и в среднем по группе не превышают единицы, постоянные показатели выше средних наблюдаются только у компании «Арт Пикчерс Вижн». Значения коэффициентов оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей довольно высоки для отрасли, почти все компании эффективно используют свои средства.

Можно сказать, что производство сериалов – наименее стабильная отрасль кинопроизводства, более-менее ровные показатели и, следовательно, стабильная работа у компаний «Мостелефильм Дистрибьюшн», «Среда»; а компания «Всемирные Русские Студии» перманентно убыточна и совершенно неэффективна. Очень неравномерная динамика наблюдается у компаний «Гуд Стори Медиа» и «1-2-3 Продакшн», так как это молодые компании, которые очень активно развивают свою сферу деятельности и наращивают темпы производства.

Теперь обратимся к ключевым финансовым показателям компаний Группы 6, которые занимаются производством анимационных фильмов (таблица 8).

Таблица 8 – Ключевые финансовые показатели Группы 6 «Производство анимационных фильмов»

Показатель		Анимакорд			Мельница		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	7 210	18 830	25 650	750 110	622 710	723 800
	Величина чистых активов, тыс. руб.	-29 810	-9 090	24 229	95 200	50 050	37 120
	Доля ОС в активах фирмы	0,447	0,136	0,294	0,524	0,443	0,455
ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	0,108	0,583	12,746	0,937	1,233	1,3
	Коэффициент быстрой ликвидности	0,108	0,583	12,543	0,07	0,205	0,561

	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,012	0,004	0,085	0,01	0,036	0,054
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	-33 030	-11 640	16 680	-405 320	-336 200	-291 980
	Коэффициент финансовой автономии	-4,135	-0,482	0,945	0,038	0,054	0,051
	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	-0,242	-2,074	1,059	26,543	18,672	19,62
	Коэффициент финансовой устойчивости	-4,135	-0,482	0,945	0,55	0,67	0,578

Таблица 8 – Ключевые финансовые показатели Группы 6 «Производство анимационных фильмов» (продолжение)

Показатель		Анимаккорд			Мельница		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
4. Оценка показателей прибыльности и рентабельности	Рентабельность продаж (ROS), %	3,14	17,18	0	27,54	23,54	0
	Рентабельность активов (ROA), %	-93,51	159,14	149,78	0,63	0,57	0,66
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	51,74	-106,56	439,74	19,08	12,66	12,57
	Рентабельность по чистой прибыли, %	-8,09	13,74	19,89	5,39	4,32	6,24
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	11,557	11,584	7,531	0,118	0,131	0,105
	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	14,111	14,897	9,747	0,305	0,317	0,218
	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	14,638	15,305	9,894	4,093	3,138	0,746

	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	5,063	4,549	8,943	0,383	0,415	0,457
Показатель		Аэроплан			Паровоз		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1. Оценка имущественного потенциала	Величина контролируемых фирмой средств, тыс. руб.	535 020	543 960	587 380	10	186 610	343 510
	Величина чистых активов, тыс. руб.	260 740	263 950	290 110	10	17	2 167
	Доля ОС в активах фирмы	0,010	0,001	0,002	–	0,079	0,17

Таблица 8 – Ключевые финансовые показатели Группы 6 «Производство анимационных фильмов» (окончание)

Показатель		Аэроплан			Паровоз		
		Период					
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
2. Оценка ликвидности и платежеспособности	Коэффициент текущей ликвидности	1,076	1,040	0,793	–	0,919	0,002
	Коэффициент быстрой ликвидности	1,068	1,034	0,792	–	0,590	0,372
	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,296	0,763	0,535	–	0,018	0,121
3. Оценка финансовой устойчивости	Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	–160 150	–141 410	–192 320	10	–15 700	–65 940
	Коэффициент финансовой автономии	0,301	0,353	0,384	1	0,001	0,006
	Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств	3,318	2,831	2,602	1	9330,5	159,032
	Коэффициент финансовой устойчивости	0,629	0,628	0,639	1	0,003	0,008
пр иб ыл	Рентабельность продаж (ROS), %	35,73	21,33	45,37	–	15,84	22,4

	Рентабельность активов (ROA), %	10,06	7,58	9,48	–	0,01	0,81
	Рентабельность собственного капитала (ROE), %	6,82	23,14	25,66	–	66,67	196,33
	Рентабельность по чистой прибыли, %	20,57	0	31,96	–	0,01	0,38
5. Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости активов, об.	0,489	0,382	0,297	–	1,650	2,148
	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, об.	1,514	0,972	0,886	–	1,801	6,631
	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, об.	2,096	1,982	3,069		2,893	5,933
	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, об.	1,657	1,453	0,677	–	1,395	1,693

Величина контролируемых средств и чистых активов компаний Группы 6, занимающихся производством анимационных фильмов, значительно меньше, чем у компаний, рассматриваемых ранее групп, при этом показатели компании «Анимаккорд» гораздо ниже показателей других компаний данной группы, однако в целом замечена динамика, направленная на увеличение. Доля основных средств в структуре активов данной группы существенно выше, чем у компаний предыдущих групп, что может говорить о специфике деятельности именно компаний, занимающихся производством мультфильмов.

Ликвидность данной группы компаний не слишком высока, а значит, данные компании не смогут ответить по всем своим краткосрочным обязательствам.

Собственные оборотные средства у компаний отрицательны, что свойственно сфере кинопроизводства. Коэффициенты финансовой автономии и финансовой устойчивости довольно высоки у всех, кроме компании Паровоз, то есть, большинство компаний группы устойчиво. Значения коэффициента соотношения заёмных и собственных средств говорит о наличие большой доли заёмного капитала.

Рентабельность продаж в группе довольно стабильна и имеет высокие значения. Рентабельность активов неоднозначна: компании «Анимаккорд» и «Аэроплан» эффективно используют свои активы, а «Мельница» и «Паровоз» – наоборот. Значения рентабельности собственного капитала говорят о том, что все компании используют свой капитал в разной мере эффективно. Рентабельность по чистой прибыли сообщает о том, что компании данной группы в отношении отрасли – рентабельны, за исключением компании «Паровоз» – её показатели очень низкие [34].

Коэффициент оборачиваемости активов и коэффициент оборачиваемости оборотных активов у компании «Анимаккорд» – очень высок, это связано с тем, что величина её активов мала относительно других, а у компаний «Мельница» и «Аэроплан» значения довольно низкие, они не эффективно используют активы. Значения коэффициентов оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей говорят об эффективном управлении компаниями этими категориями [18, 22, 33].

Данная группа показывает одни из лучших результатов по отрасли, при этом в группе нет явных лидеров. Можно заметить, что по некоторым показателям «отстаёт» компания «Паровоз», – это связано с тем, что она основана совсем недавно.

2.2 Сравнительный анализ и оценка динамики финансовых показателей основных сегментов российского кинорынка

Чтобы выявить наиболее привлекательные сегменты в киноиндустрии, проведём сравнительный анализ всех выделенных нами ранее групп.

На представленном ниже рисунке 1 наглядно представлено, что компании – гиганты имеют гораздо больший имущественный потенциал – более 3 миллиардов рублей, при этом наименьшим имущественным потенциалом

обладают компании Группы 6, которые занимаются производством анимационных фильмов.

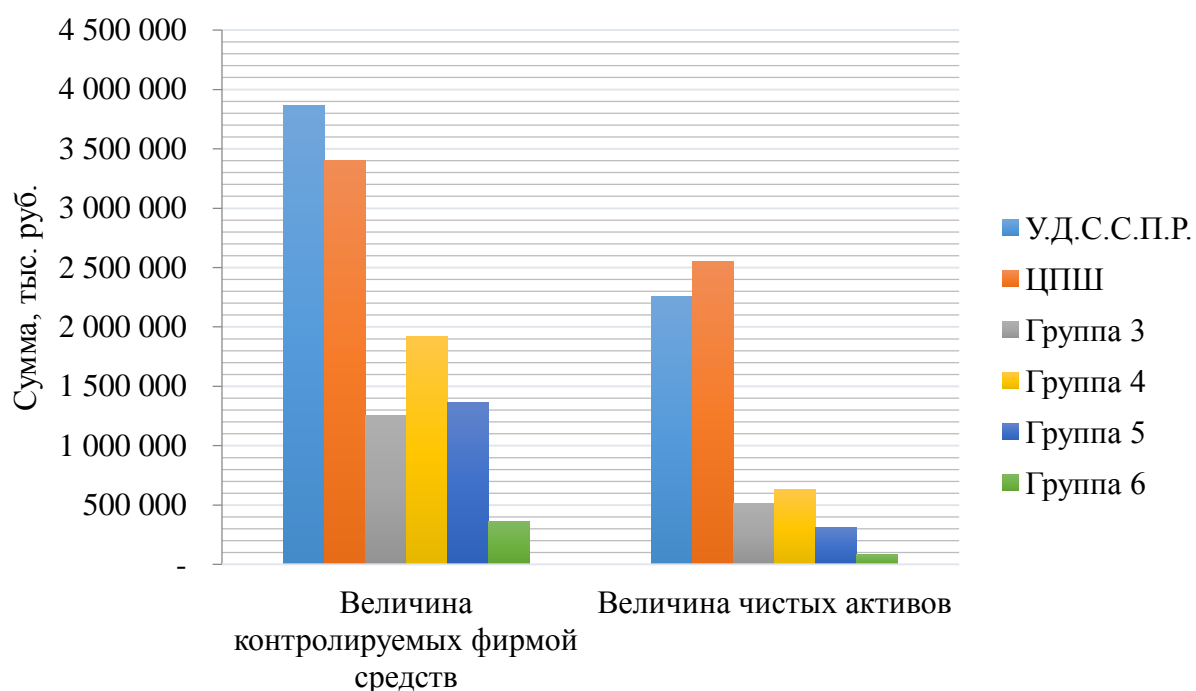


Рисунок 6 – Имущественный потенциал

Наибольшая доля основных средств в активах наблюдается у компаний, занимающихся анимационными фильмами (рисунок 7), что логично, так как для данного вида производства основные средства являются наиболее важным фактором, ведь мультфильмы создаются полностью с использованием техники и технологий. Также, выделяется доля Группы 3, компании которой занимаются производством полнометражных фильмов, что также можно объяснить: они производят наиболее качественный продукт с использованием спецэффектов и графики, для которых нужны технологические мощности. Наименьшая доля основных средств – у компаний-гигантов, это связано с тем, что активы этих компаний очень велики, а основные средства относительно них много меньше, ведь помимо производства, большую часть их деятельность занимает дистрибуция, для осуществления которой большие размеры основных средств не нужны.

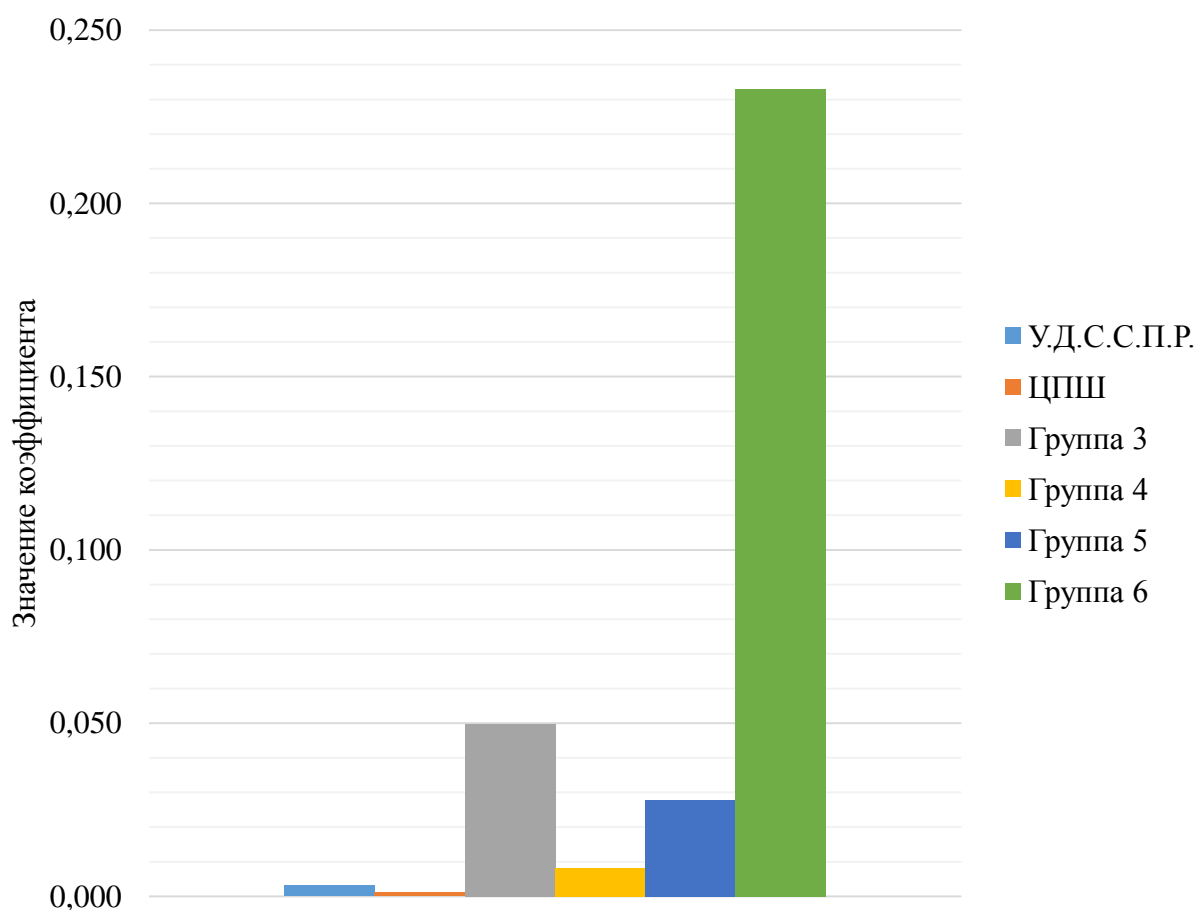


Рисунок 7 – Доля ОС в активах компании

При этом, у компаний, занимающихся производством полнометражных фильмов, сериалов и анимационных фильмов внеоборотные активы превышают оборотные, но не значительно (рисунок 8), – опять же, это связано с тем, что у этих компаний большая доля основных средств. У компаний Группы 4, занимающихся смешанным производством и компании-гиганта «Централ Партнершип» наблюдается небольшое превосходство оборотных активов. В целом, доли ВОА и ОА у всех этих компаний примерно равны. Иная картина наблюдается только у «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг», – это объясняется тем, что данная компания активно занимается дистрибуцией, и именно поэтому столь велика доля оборотных активов, ведь компании требуются большие денежные средства для покупки и последующей перепродажи продуктов кинематографа, причём как отечественного [44].

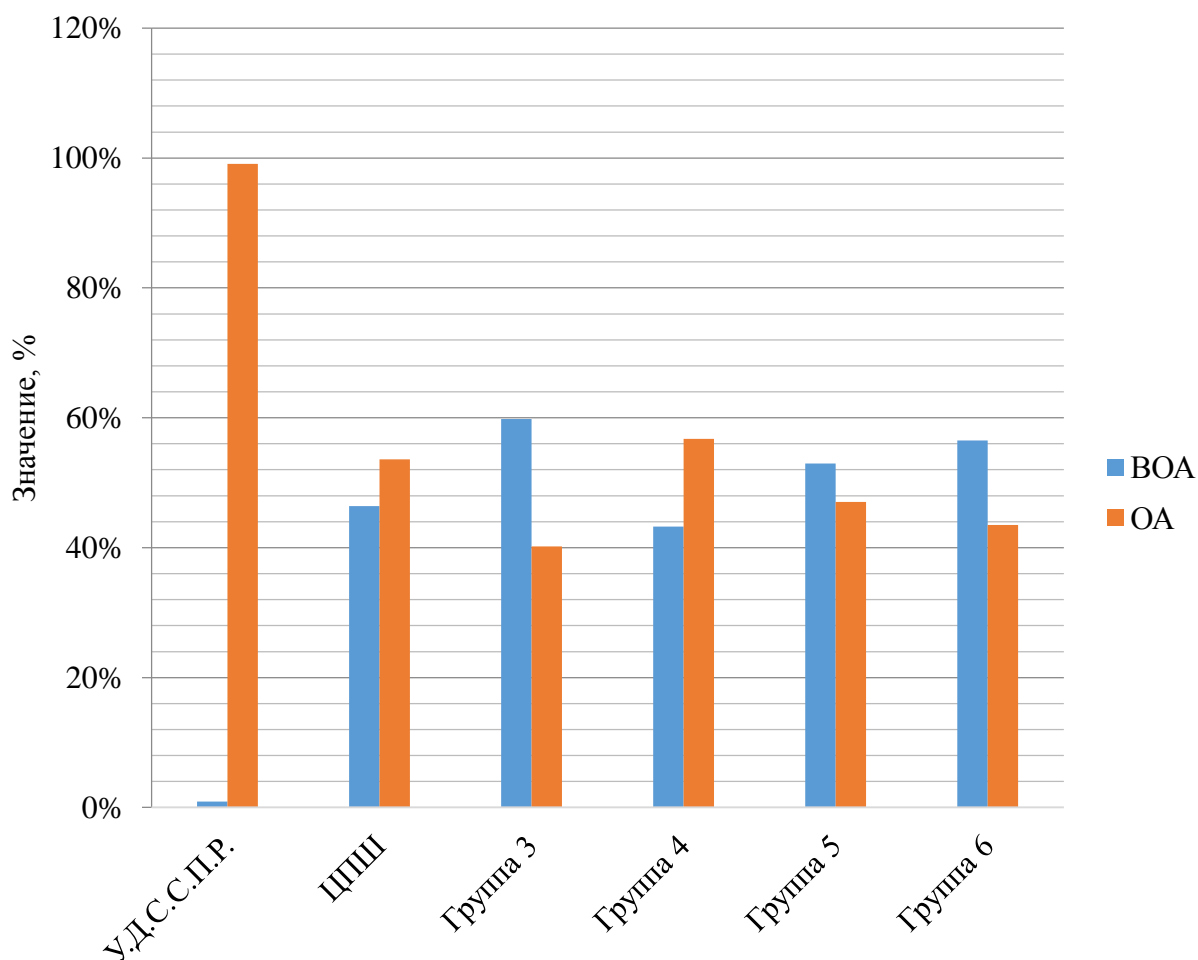


Рисунок 8 – Соотношение ОА и ВОА

Статья «Нематериальные активы» занимает значительную долю в активах каждой из компаний (рисунок 9), (за исключением «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг»), – это связано с тем, что все технологии, сценарные и режиссёрские наработки, сам бренд компании, а также права на все выпущенные ранее фильмы являют собой нематериальный актив. Поэтому, становится ясно, с чем связано такое разительное отличие «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг», – как говорилось ранее, большую часть активов компании занимают денежные средства, что обосновано её активной дистрибуторской деятельностью. Также, стоит отметить, что статья «Дебиторская задолженность» имеет большую долю в составе активов каждой группы рассматриваемых компаний, – так как кинопроизводственная отрасль в принципе работает с большими отсрочками платежей от покупателей, по причине того, что фильмы и другие продукты

производства данных компаний должны сначала собрать «кассу» в кинотеатрах или на каких-либо платформах.

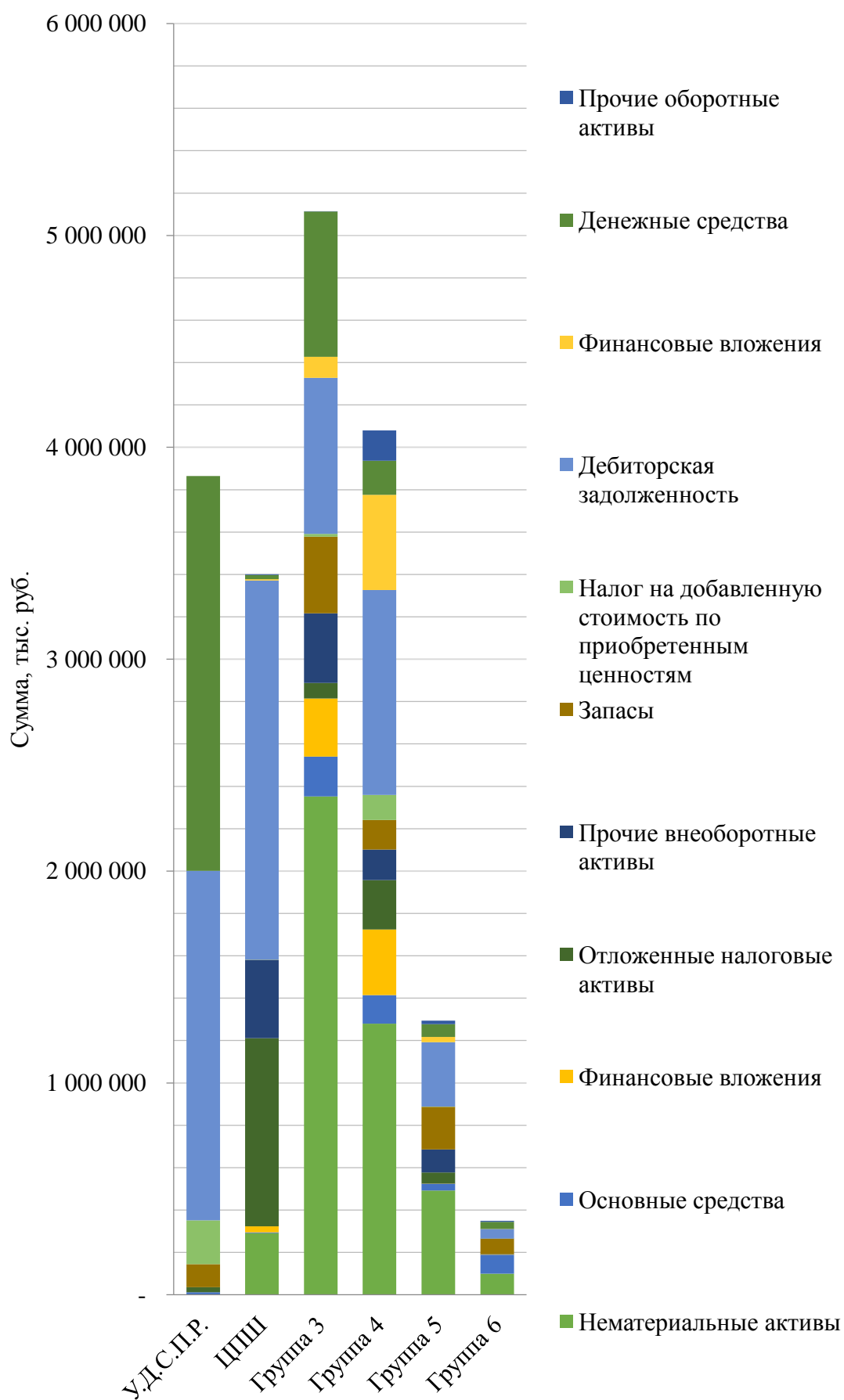


Рисунок 9 – Состав активов

Можно увидеть, что большую долю в составе пассивов всех групп компаний занимает кредиторская задолженность (рисунок 10), что характерно для отрасли кинопроизводства, так как многие выплаты по расчётам с поставщиками и работниками могут быть отсрочены до момента окончания производства. При этом, стоит отметить, что доля кредиторской задолженности, как правило, существенно превышает прочие краткосрочные обязательства, это говорит о том, что, по сути, краткосрочных займов у компаний не так много, они просто осуществляют выплаты с отсрочкой. Также, обратим внимание на то, что, в большинстве своём, кинокомпании предпочитают долгосрочные займы краткосрочным (существенная доля краткосрочных займов только у компаний Группы 3, которые занимаются производством полнометражных фильмов; при этом, у компаний Группы 5, занимающихся производством сериалов доля заёмных средств в принципе очень мала). Доля нераспределённой прибыли у компаний незначительна относительно других статей, выделяется она только у компаний Группы 4, занимающихся смешанным производством и у компании-гиганта «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг». Ещё можно отметить значительную долю добавочного капитала в пассивах у компании «Централ Партнершип» и то, что у всех компаний существенна доля статьи «Доходы будущих периодов».

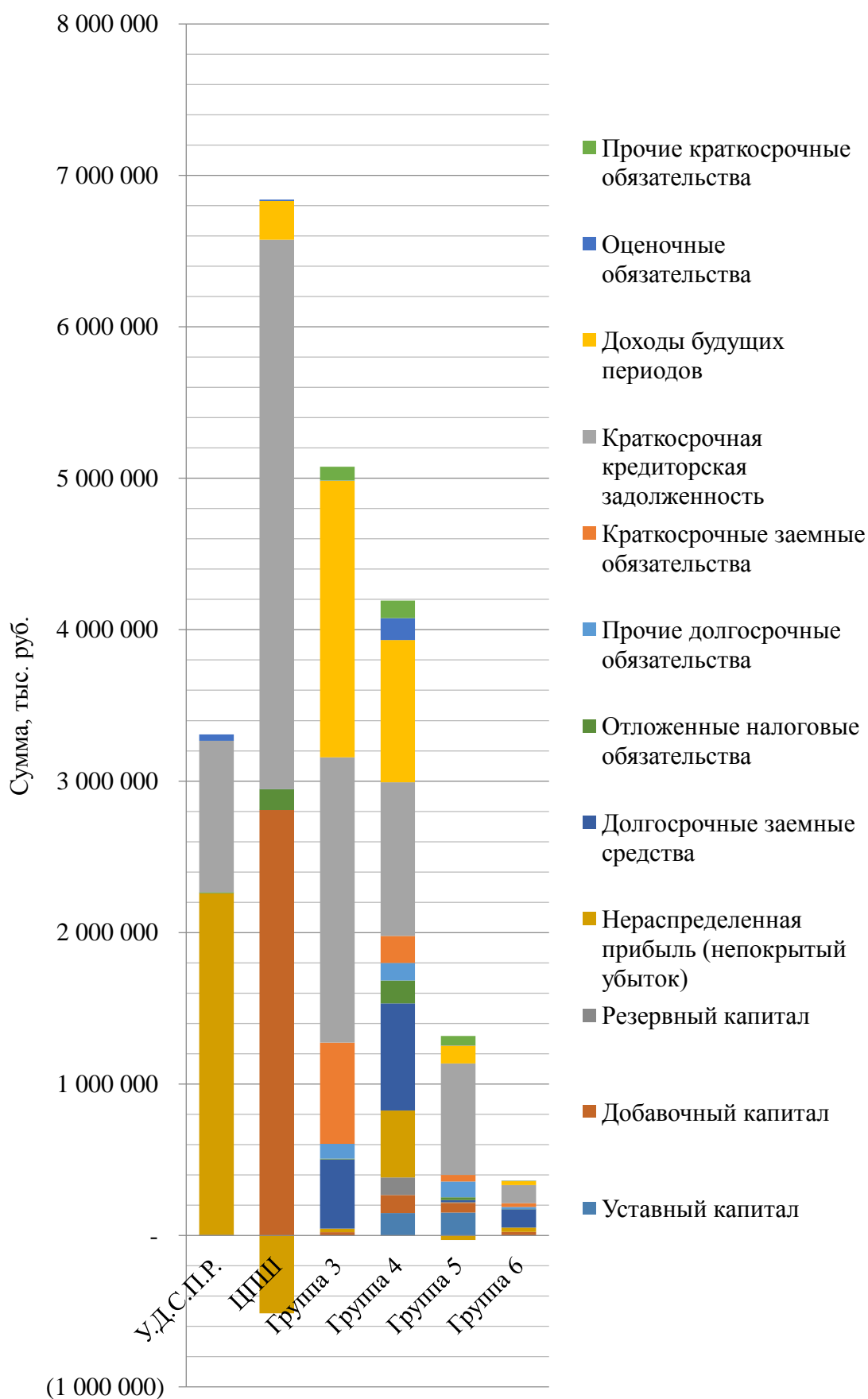


Рисунок 10 – Состав пассивов

Смотря на динамику валюты баланса (рисунок 11), можно увидеть, что наибольший рост за последний рассматриваемый год пришёлся на компанию «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг», при этом в 2019 показатели всех компаний были лучше, чем в предыдущем 2018 году, который, – можно увидеть на рисунке, был для большинства компаний несколько упадочным (исключение – Группа 4, занимающаяся смешанным производством, у которой в 2018 наблюдается скачок валюты баланса, что, в большинстве своём связано с разделом компании «ВБД Групп»).

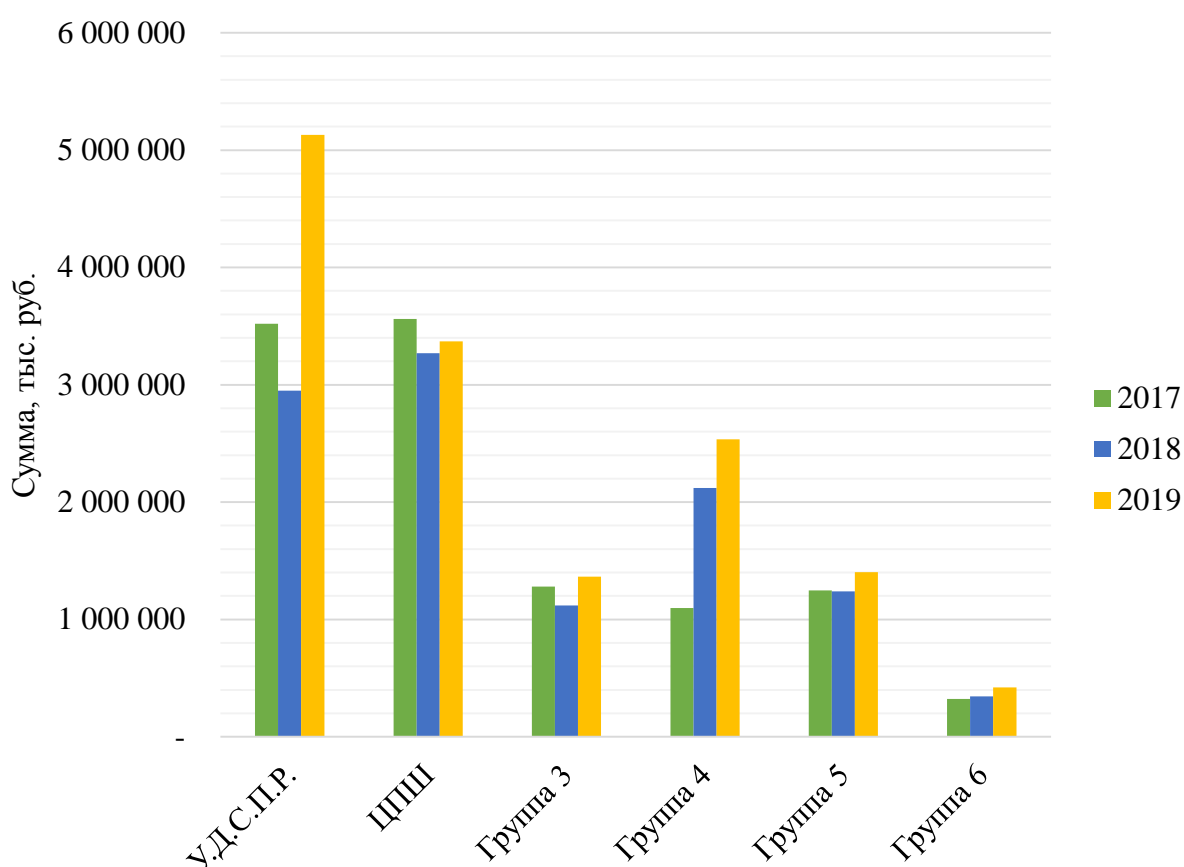


Рисунок 11 – Динамика валюты баланса

За последний рассматриваемый год наибольшая ликвидность отмечена у компании «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» (рисунок 12), а наименьшая у компаний Группы № и Группы 5, занимающихся производством кинофильмов и сериалов соответственно. При этом, стоит отметить, что, в целом, у компании «Централ Партнершип» также высокие значения коэффициентов

текущей и быстрой ликвидности, однако критически низок коэффициент мгновенной ликвидности (что связано с тем, что большая доля оборотных активов у компании приходится именно на дебиторскую задолженность, в то время, как прочие статьи этого раздела составляют значительно меньше).

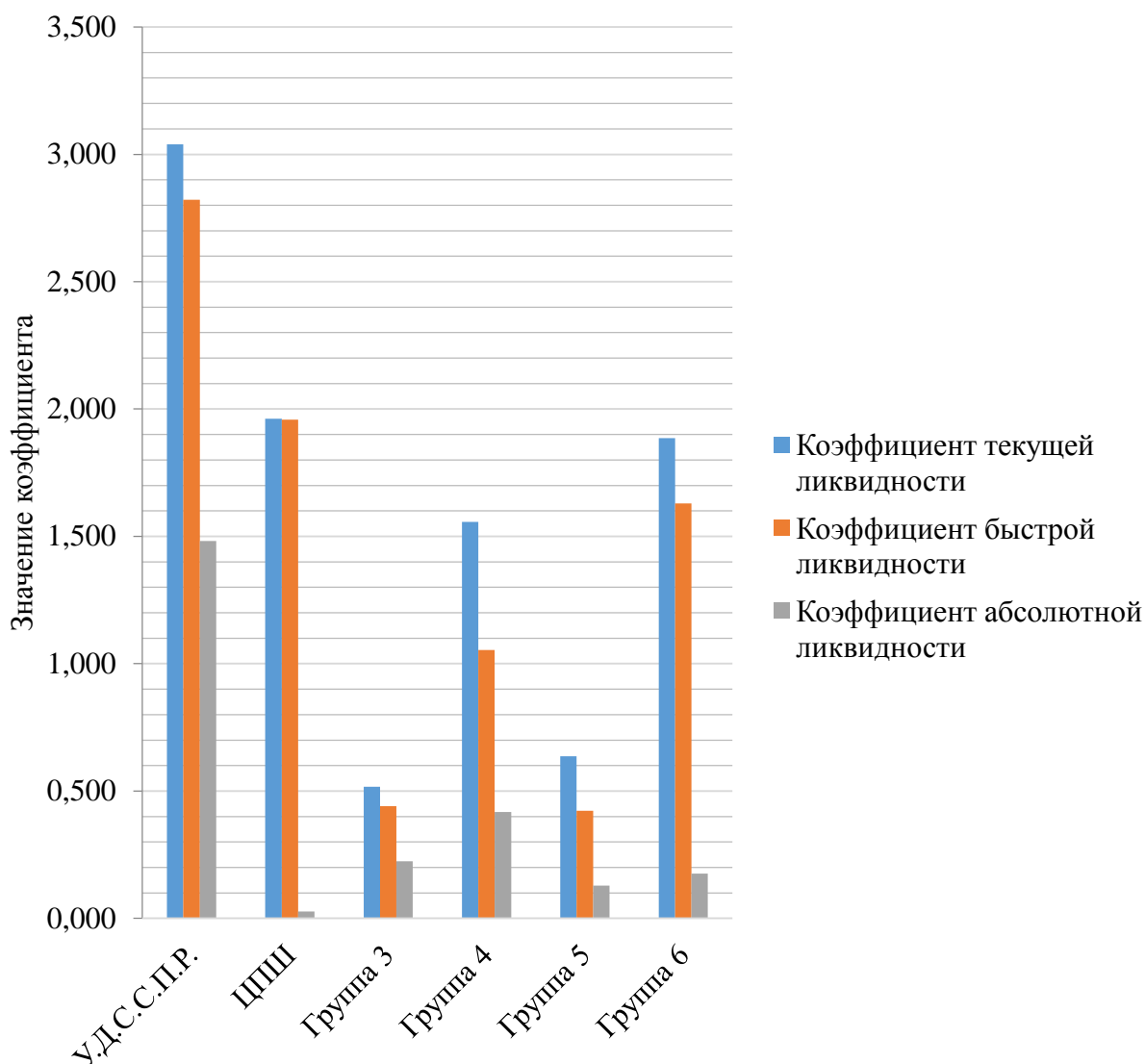


Рисунок 12 – Ликвидность на 2019 год

Коэффициент текущей ликвидности у компаний Группы 3 (кинофильмы) и Группы 5 (сериалы) почти не изменялся на протяжении трёх рассматриваемых лет (рисунок 13), у компаний «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» и «Централ Партнершип» был скачок коэффициента текущей ликвидности в 2018, а затем снижение в 2019 году. У компаний Группы 4 (смешанное производство)

было снижение текущей ликвидности в 2018 году, а затем снова рост в 2019 (что можно связать с разделом компании «ВБД Групп» в 2018 году). А вот у Группы 6, компании которой занимаются производством анимационных фильмов, отмечен значительный рост коэффициента текущей ликвидности в 2019 году, показатель этой группы существенно превосходит показатели других групп в последнем отчётном году.

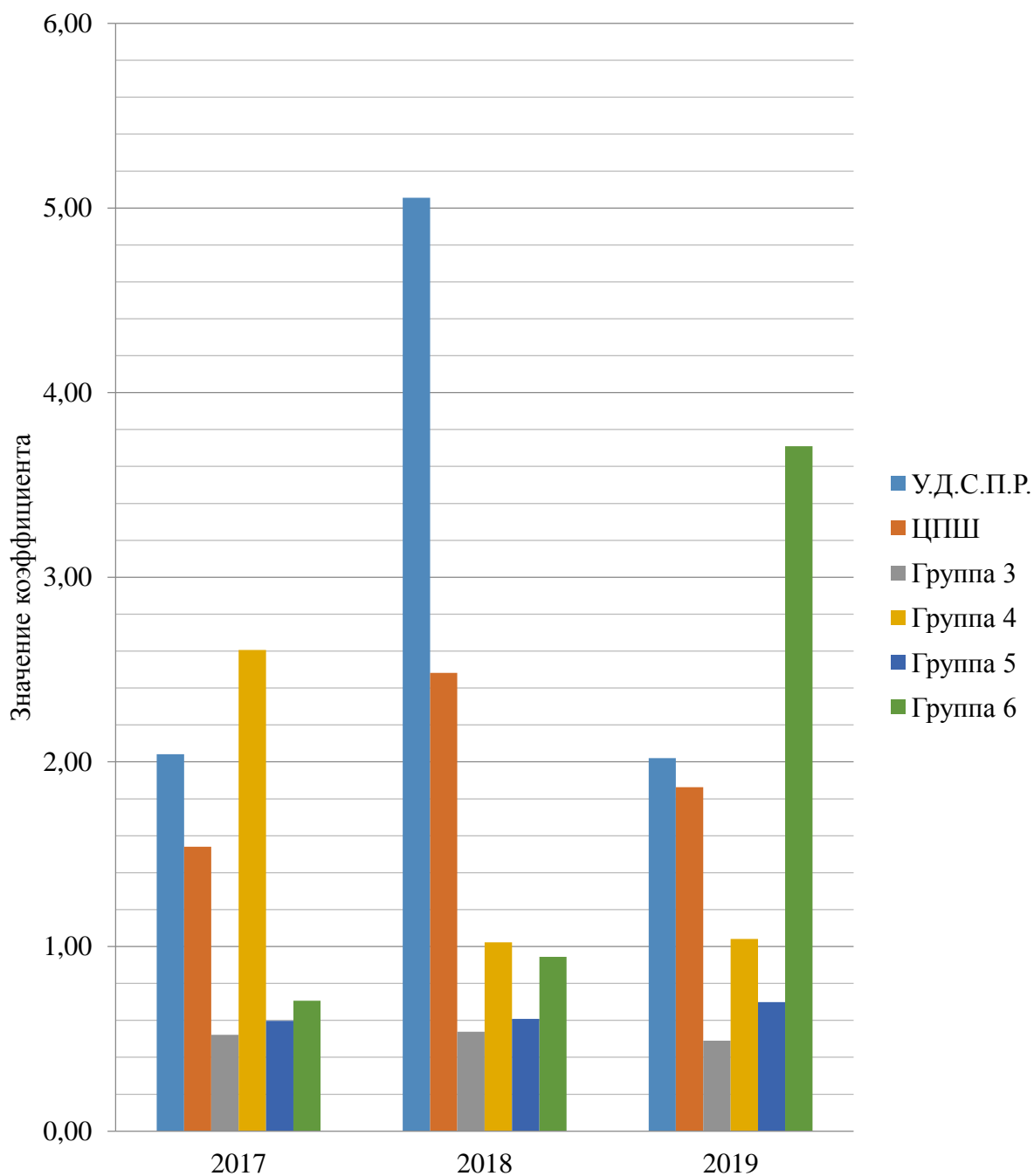


Рисунок 13 – Динамика коэффициента текущей ликвидности

Аналогичная динамика просматривается и у коэффициента быстрой ликвидности, хотя его значения, что логично, несколько ниже (рисунок 14).

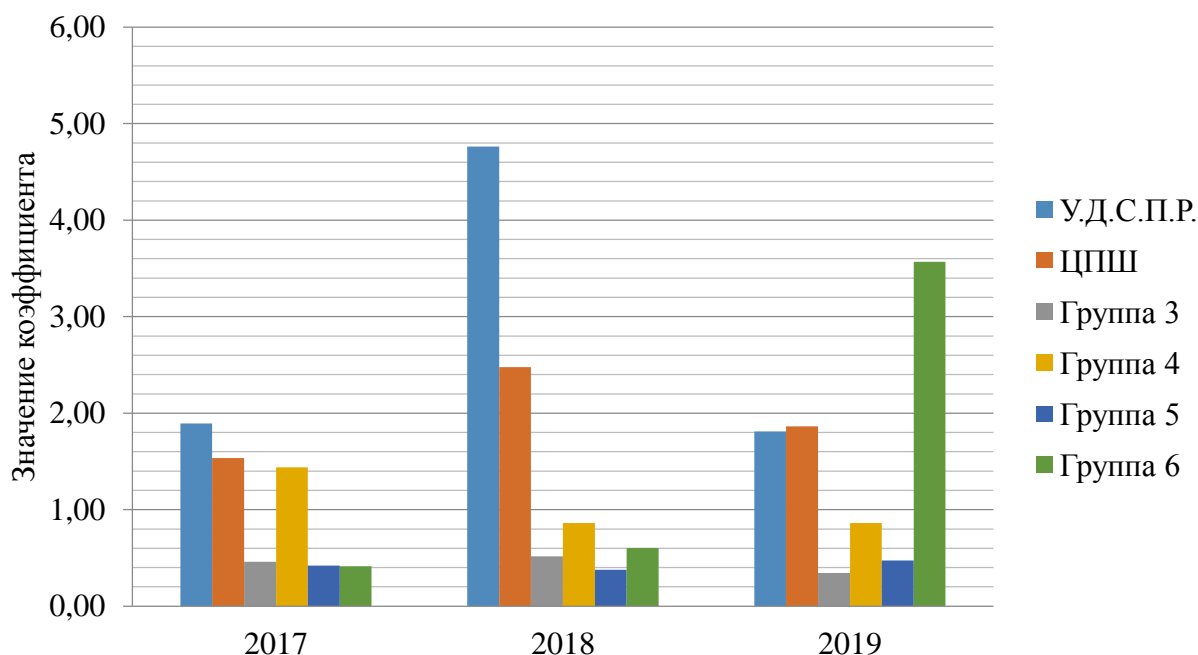


Рисунок 14 – Динамика коэффициента быстрой ликвидности

Коэффициент абсолютной ликвидности существенно ниже двух предыдущих коэффициентов ликвидности (рисунок 15), при этом динамика, в целом, аналогична с предыдущими коэффициентами.

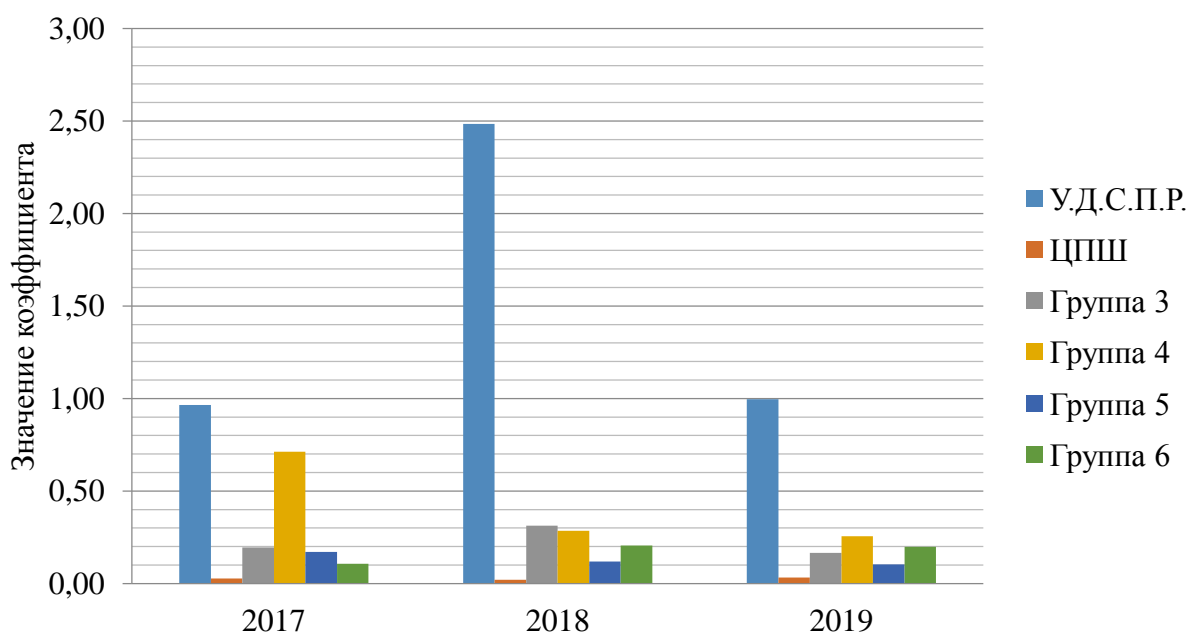


Рисунок 15 – Динамика коэффициента абсолютной ликвидности

В 2019 году лидерами по рентабельности продаж (рисунок 16) были компании «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» – более 30%, «Централ Партнершип» и компании Группы 6 (анимационные фильмы) – более 20%, у всех остальных компаний рентабельность продаж на уровне 10%. По рентабельности активов наибольшие значения показывает Группа 5, занимающаяся производством сериалов: она составила более 50%; и Группы 6 (анимационные фильмы) – более 20%. При этом, отрицательная рентабельность активов замечена у компаний Группы 3 (кинофильмы). Наибольшая рентабельность собственного капитала замечена у Группы 3 (кинофильмы) и Группы 6 (анимационные фильмы) – на уровне 60%; у Группы 5 (сериалы) – отрицательное значение по рентабельности собственного капитала. Показатели рентабельности по чистой прибыли ниже: чуть меньше 30% она составляет у Группы 4 (смешанное производство), у Группы 3 (кинофильмы) и Группы 5 (сериалы) она отрицательна. Наилучшую рентабельность в целом показывает Группы 6, занимающаяся производством анимационных фильмов.

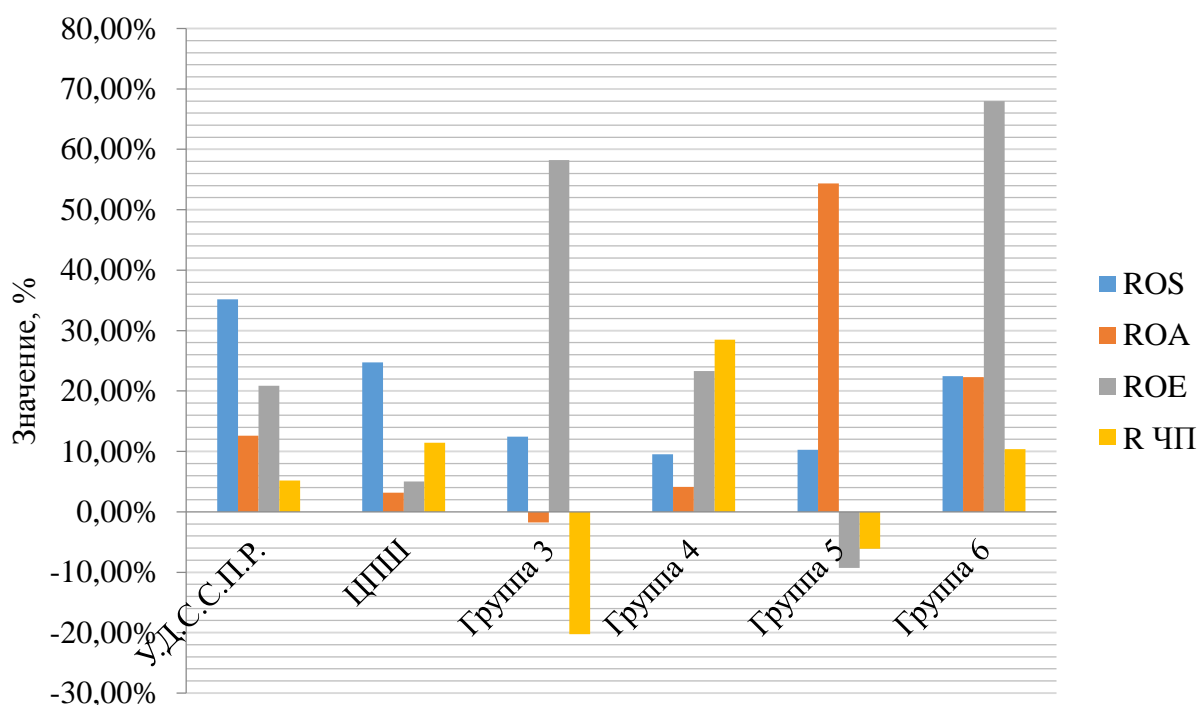


Рисунок 16 – Рентабельность на 2019 год

Нужно график поправить. Для группы 3 проверь ROE. Скорее всего там минус делится и минус и у тебя получился плюс. Об этом тебе на конференции сказали.

Динамика рентабельности продаж (рисунок 17) по «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» и компаниям Группы 6 (анимационные фильмы) – стабильна; у «Централ Партнершип» и компаний Группы 3 (кинофильмы) и Группы 4 (смешанное производство) был скачок рентабельности продаж в 2018 году, но в 2019 значения снизились до уровня прежних, а у Группы 5 (сериалы), напротив, в 2018 был сильный спад с возвращением к исходным значениям в 2019 году.

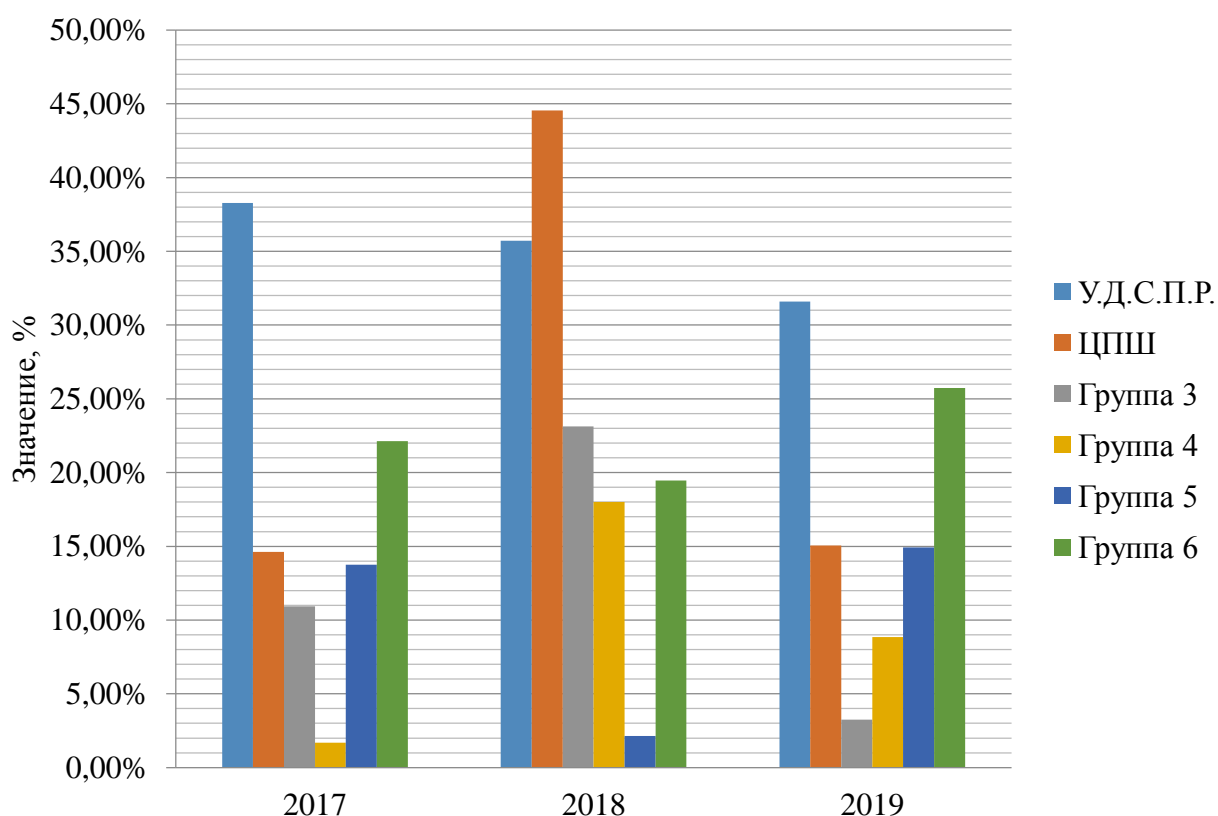


Рисунок 17 – Динамика показателя рентабельности продаж (ROS)

Динамика рентабельности активов (рисунок 18) очень неоднозначна: у «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» она была стабильной, но снизилась к 2019 году, та же тенденция у «Централ Партнершип», но в последнем году значение рентабельности стало ещё и отрицательным. Рентабельность компаний Группы 6 (анимационные фильмы) в начале рассматриваемого периода была отрицательной, но в последующие два года существенно возросла до лидирующих показателей среди рассматриваемых групп, похожая тенденция у

компаний Группы 4 (смешанное производство). При этом, у компаний Группы 3 (кинофильмы) и Группы 5 (сериалы) рентабельность активов стабильно отрицательная.

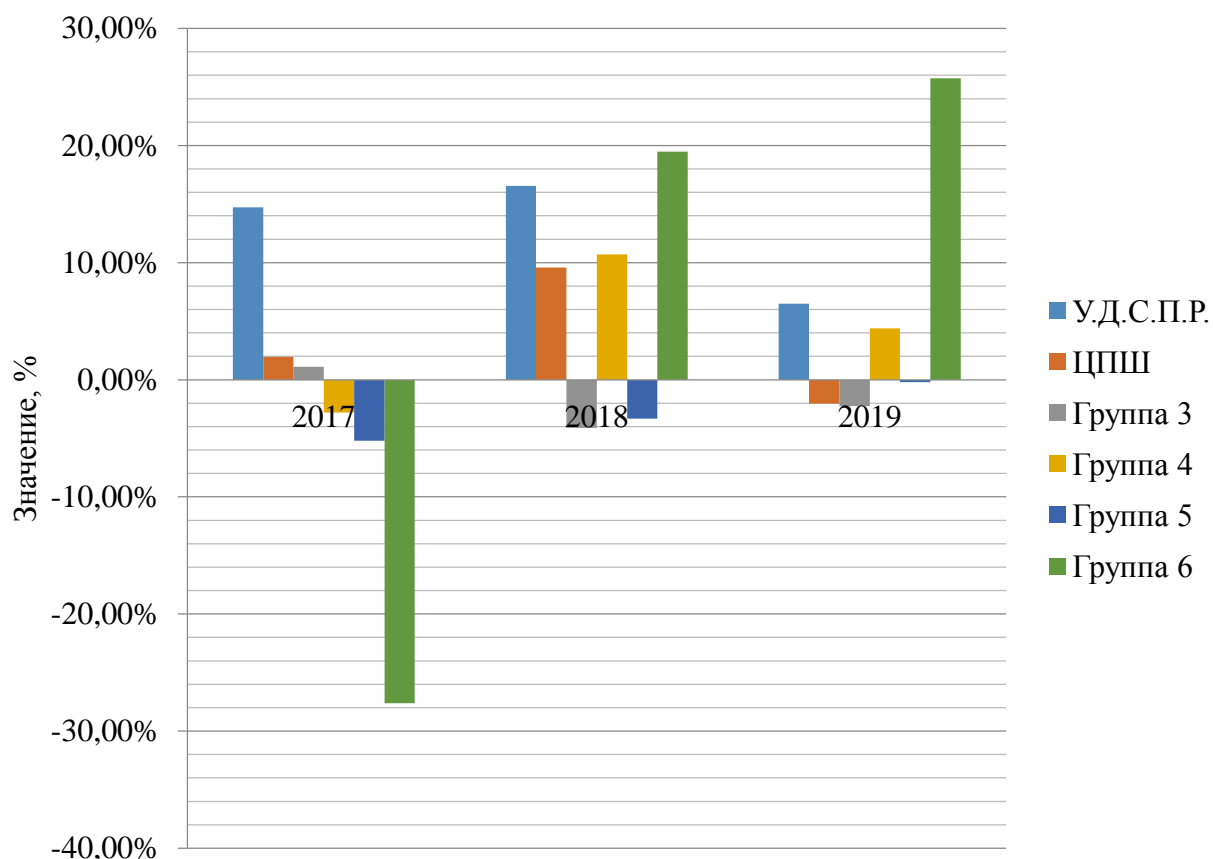


Рисунок 18 – Динамика показателя рентабельности активов (ROA)

Что касается рентабельности собственного капитала, то у «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» и компаний Группы 4 (смешанное производство) она сохраняется примерно на одном уровне, – около 20%, с небольшим снижением к концу рассматриваемого трёхлетнего периода, – до уровня 10% (рисунок 19). Самые низкие показатели рентабельности собственного капитала у «Централ Партнершип», даже несмотря на небольшой прирост рентабельности в 2018 году, в 2019 она снова упала и приняла отрицательное значение. Пика рентабельности собственного капитала за рассматриваемый период в 2018 году достигают компании Группы 3 (кинофильмы), – она преодолевает отметку 100%, но к 2019 снижается до отрицательного значения.

Тенденция Группы 5 (сериалы) похожа, но в гораздо меньших масштабах, – в 2018 она меняет значение с отрицательного на положительное, но ненадолго, – в 2019 она снова ниже нуля. Рентабельность группы 6 (анимационные фильмы), напротив, в 2019 году достигает пика за рассматриваемый период, преодолевая отметку в 160%.

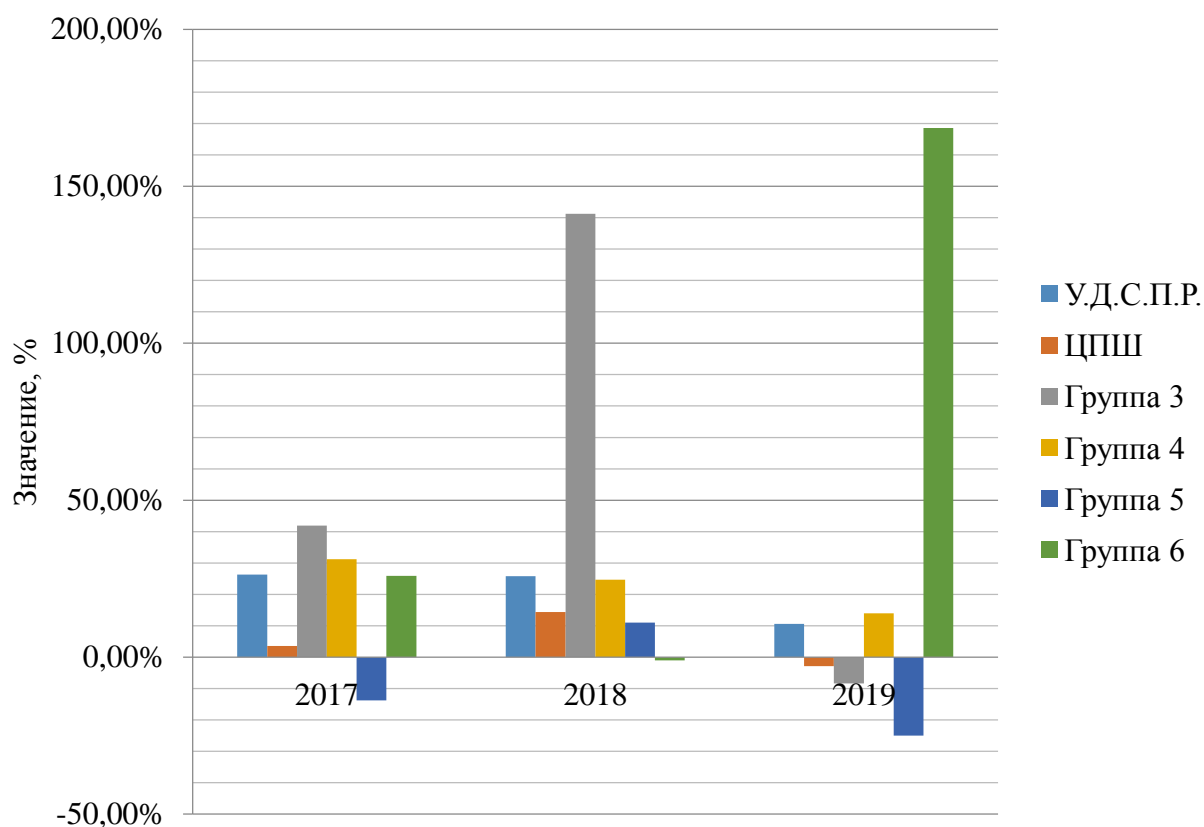


Рисунок 19 – Динамика показателя рентабельности собственного капитала (ROE) аналогично в 2018 для группы 3

Динамика рентабельности по чистой прибыли также неоднозначна (рисунок 20): наиболее стабильна она у «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг», – до 10% и компаний Группы 6 (анимационные фильмы), – только в 2019 году она немного превосходит 10%. Рентабельность по чистой прибыли Группы 4 (смешанное производство) за трёхлетний период постепенно снижается: с 31% до 14%. Группа 3 (кинофильмы) и Группа 5 (сериалы) достигают своего пика по показателю рентабельности в 2018 году, при этом Группа 3 преодолевает отметку 100%, а в 2019 принимает отрицательное значение, – показатели Группы 5 же в

2018 единственный раз за рассматриваемый период принимают положительное значение, похожая тенденция и у «Централ Партнершип».

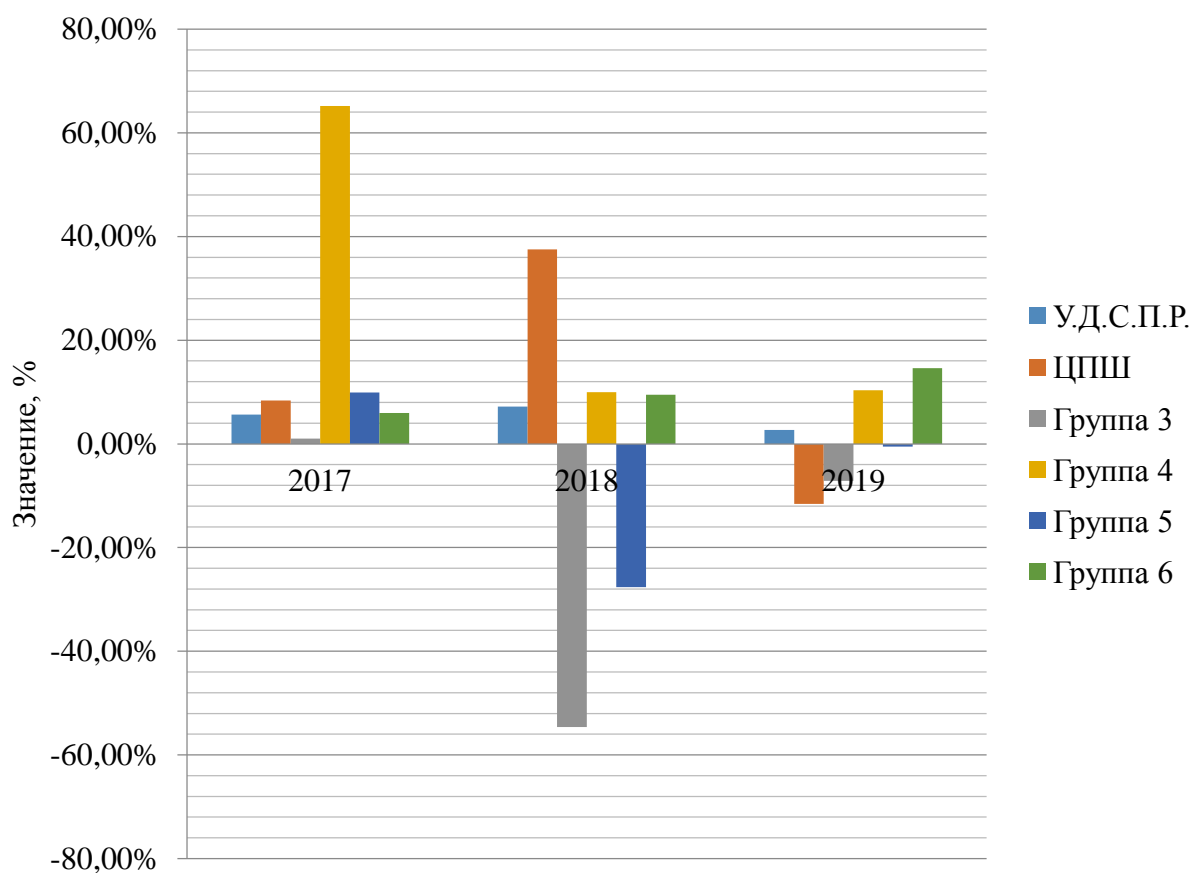


Рисунок 20 – Динамика показателя рентабельности по чистой прибыли

За 2019 год лидерами по показателю коэффициента оборачиваемости активов и коэффициенту оборачиваемости оборотных активов (рисунок 21) были «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» и компании Группы 6 (анимационные фильмы), у «Централ Партнершип» наименьший показатель. То есть, можно говорить о том, что все компании, кроме «Централ Партнершип» в разной мере эффективно используют свои активы; при этом коэффициенты оборачиваемости у компаний-лидеров по данным показателям равны, а у всех других компаний коэффициент оборачиваемости оборотных активов выше, чем просто активов.

Большие значения по коэффициенту оборачиваемости дебиторской задолженности показывают «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг», Группа 3 (кинофильмы), Группа 5 (сериалы), Группа 6 (анимационные фильмы). Значения «Централ Партнершип» опять самые низкие. Кредиторская за

задолженность быстрее всего оборачивается у «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг», – коэффициент преодолевает отметку «10». У всех остальных компаний значения примерно на уровне двух, показатели «Централ Партнершип» самые низкие.

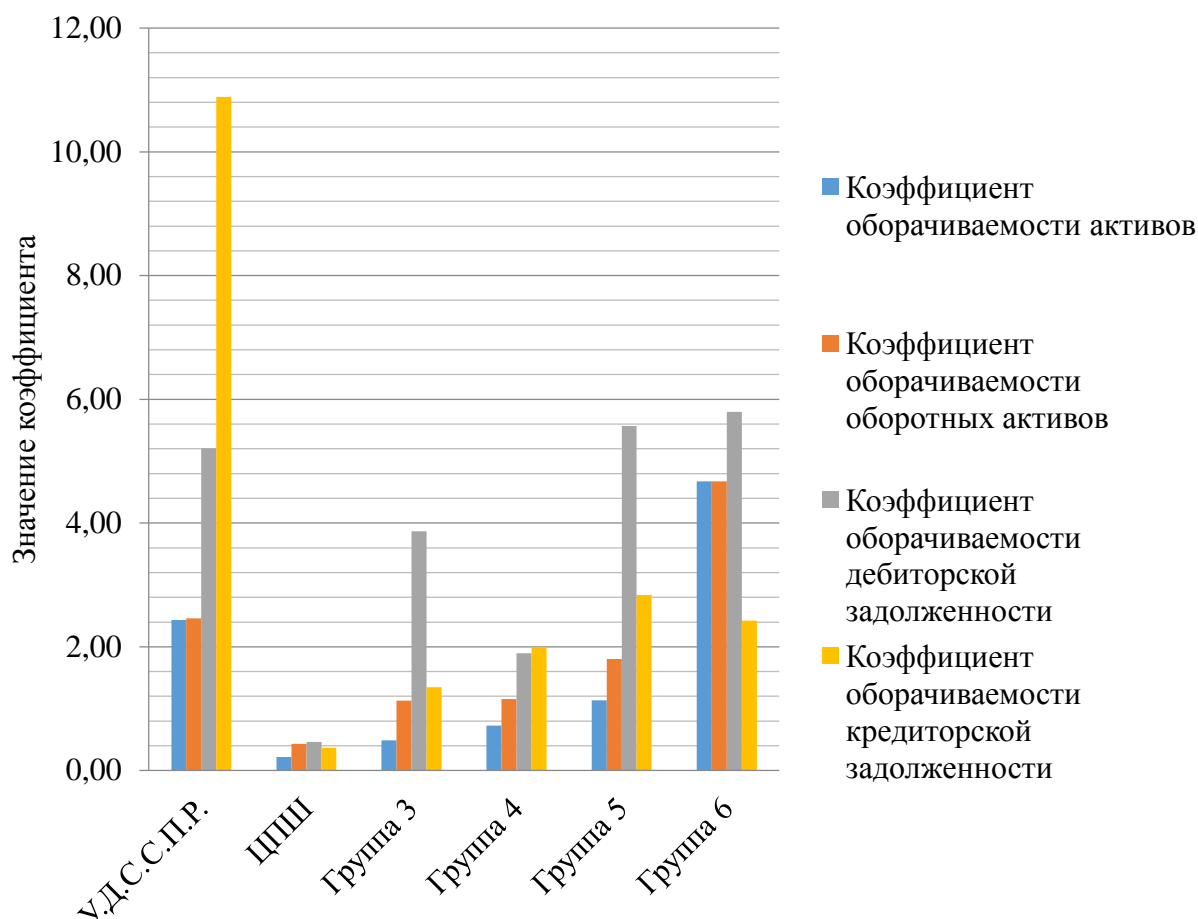


Рисунок 21 – Деловая активность на 2019 год

Смотря на соотношение коэффициентов оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей (рисунок 22), можно увидеть, что у компаний Группы 3 (кинофильмы), Группы 5 (сериалы), Группы 6 (анимационные фильмы) дебиторская задолженность оборачивается быстрее, это означает, что они эффективно распоряжаются финансами, отсрочки дебиторам меньше, чем отсрочки кредиторам, соответственно они успевают больше получить с привлекаемых средств кредиторов. Иная ситуация у «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг», – несмотря на то, что компания быстрее всех других рассматриваемых компаний

оборачивает дебиторскую и кредиторскую задолженности, значение коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности более, чем в два раза превышает коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, можно сказать, что эта компания могла бы использовать свои средства более эффективно. У «Централ Партнершип» и компаний Группы 4 (смешанное производство) коэффициенты оборачиваемости примерно равны, что также может свидетельствовать о не вполне эффективном использовании средств.

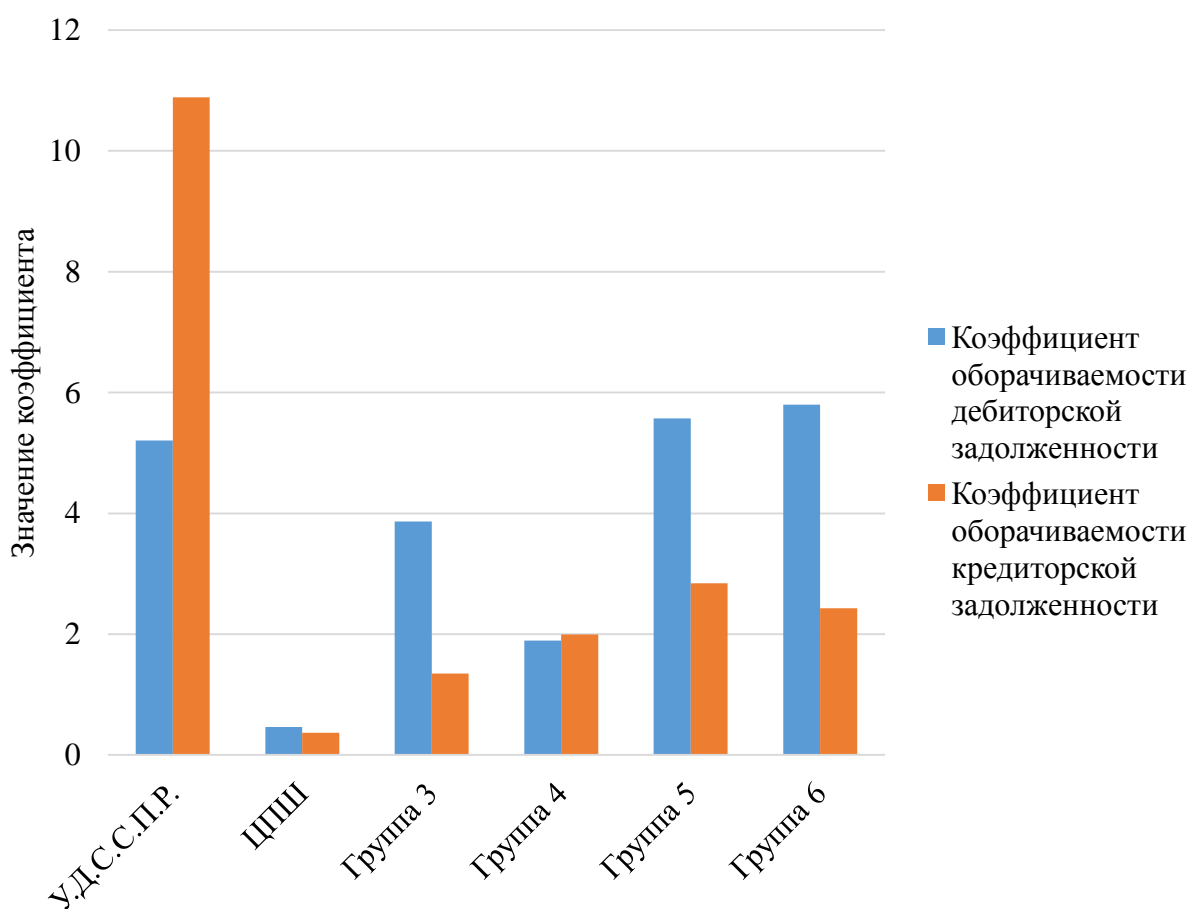


Рисунок 22 – Сравнение скоростей оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей

Динамика коэффициента оборачиваемости активов (рисунок 23) преимущественно стабильна: лидерами по данному показателю, как уже было сказано, являются компании Группы 6 (анимационные фильмы) и «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг»; при этом, у Группы 6 она ненамного снижается к концу рассматриваемого периода, немного снижаются также и

показатели Группы 3 (кинофильмы) и Группы 5 (сериалы). Медленнее всего свои активы оборачивает компания «Централ Партнершип», значения стабильно низкие.

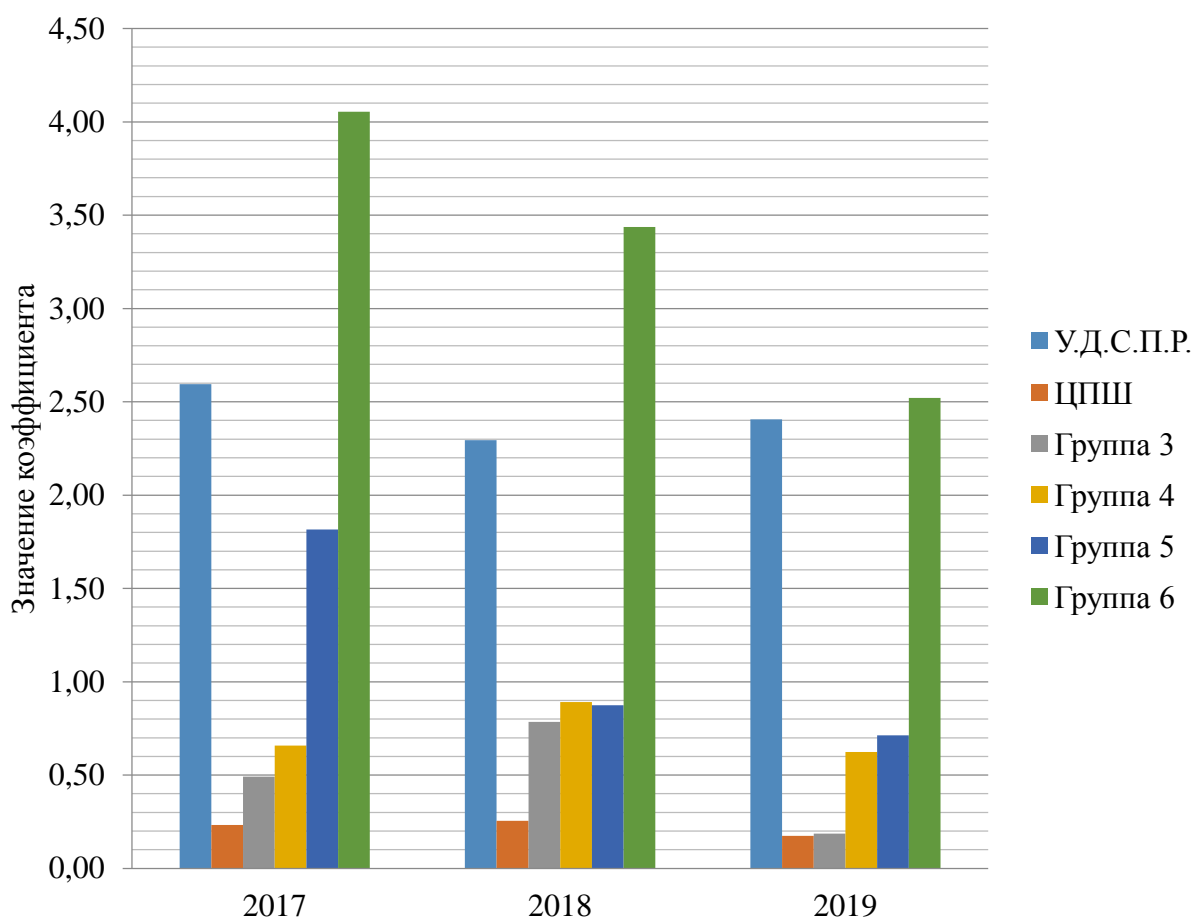


Рисунок 23 – Динамика коэффициента оборачиваемости активов

Динамика коэффициента оборачиваемости оборотных активов повторяет все тенденции коэффициента оборачиваемости активов (рисунок 24). Можно говорить о том, что отрасли в целом характерны довольно высокие значения коэффициентов оборачиваемости.

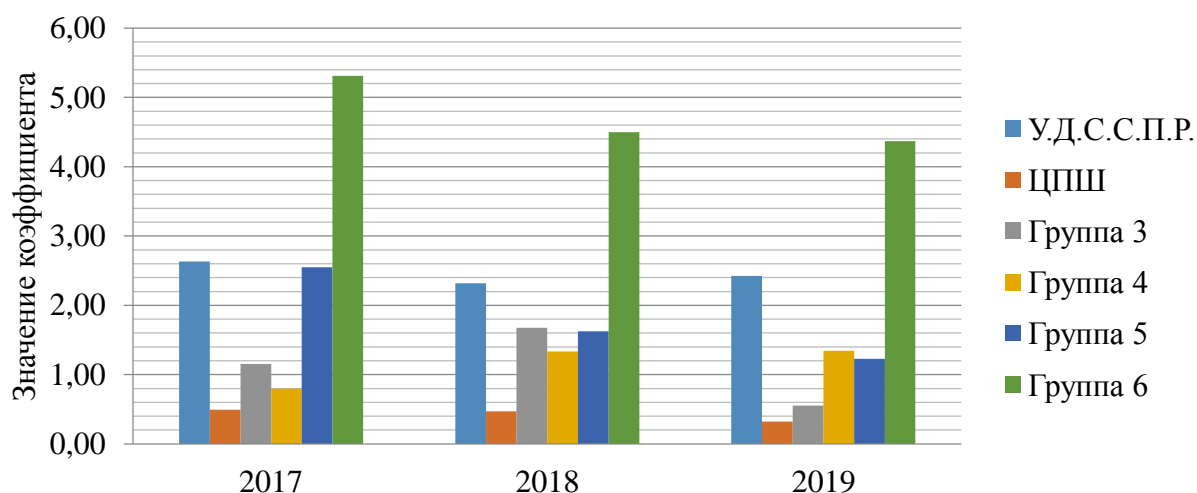


Рисунок 24 – Динамика коэффициента оборачиваемости оборотных активов

Глядя на динамику коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности (рисунок 25), можно увидеть, что и она, в целом, довольно стабильна: наибольшие показатели у «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг», Группы 5 (сериалы) и Группы 6 (анимационные фильмы), при этом значения оборачиваемости последних двух групп к последнему – 2019 году снижается, а у первой, напротив, немного возрастает. В 2018 своих наибольших значений достигают показатели Группы 3 (кинофильмы) и Группы 4 (смешанное производство). Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности компании «Централ Партнершип» стабильно низок.

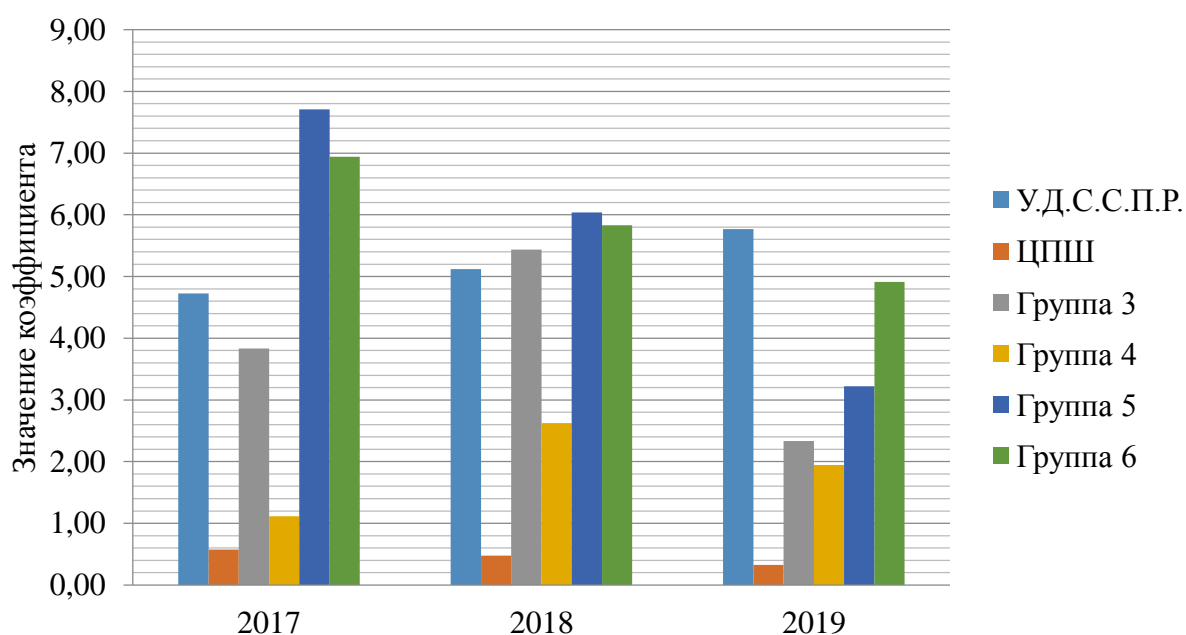


Рисунок 25 – Динамика коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности

По коэффициенту оборачиваемости кредиторской задолженности несомненным лидером за рассматриваемый период является компания «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» (рисунок 26).

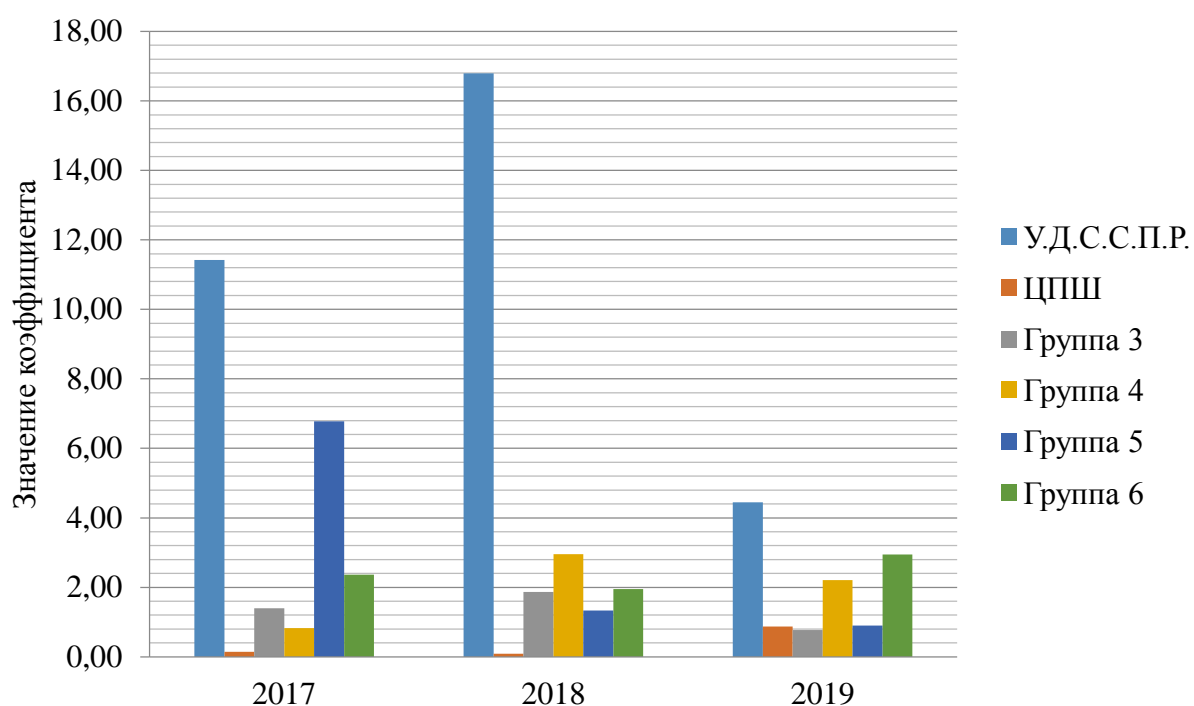


Рисунок 26 – Динамика коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности

Значение коэффициента в 2018 году у У.Д.С.С.П.Р. колоссально велико, – более 16. Группа 5 (сериалы) имела высокое значение коэффициента в 2017 году, но затем оно снизилось до уровня остальных рассматриваемых компаний, которые оборачивают свою кредиторскую задолженность стабильно на протяжении трёхлетнего периода. Самые низкие значения, опять же, у «Централ Партнершип».

2.3 Оценка инвестиционной привлекательности российской киноиндустрии в целом и в разрезе выделенных сегментов рынка

На базе осуществлённых ранее финансового и рискованого анализов, проведём оценку привлекательности отрасли по методике пяти конкурентных сил по Майклу Портеру и выясним, привлекательно ли инвестирование в компании данной отрасли. Чтобы достоверно определить степень влияния для каждой силы, будем использовать специальные критерии оценки, предложенные Портером. Для начала разберём силу давления текущих конкурентов (таблица 9).

Таблица 9 – Оценка угрозы внутриотраслевой конкуренции

Оцениваемый фактор	Критерии оценивания			Оценка
	3 балла	2 балла	1 балл	
Количество игроков	Высокий уровень насыщения рынка	Средний уровень насыщения рынка	Низкий уровень насыщения рынка	2
Темп роста рынка	Стагнация или снижение объёма рынка	Замедляющийся, но растущий	Высокий	3
Уровень дифференциации продукта	Компании продают стандартизированный товар	Товар стандартизирован по основным свойствам, но отличается по дополнительным преимуществам	Продукты компаний значительно отличаются между собой	1
Ограничение в повышении цен	Жёсткая ценовая конкуренция на рынке, отсутствует возможность повышения цен	Есть возможность к повышению цен только в рамках роста затрат	Всегда есть возможность к повышению цен	2
Итоговый балл				8

Итоговый результат составил 8 баллов, что соответствует среднему уровню отраслевой конкуренции. Далее разберём влияние угрозы возникновения новых игроков (таблица 10).

Таблица 10 – Оценка угрозы потенциальных конкурентов

Оцениваемый фактор	Критерии оценивания			Оценка
	3 балла	2 балла	1 балл	

Сильные марки с высоким уровнем знания и лояльности	Отсутствуют крупные игроки	Несколько крупных игроков удерживают около 50% рынка	Несколько крупных игроков удерживают около 80% рынка	2
Дифференциация продукта	Низкий уровень разнообразия товара	Существуют ниши	Все возможные ниши заняты игроками	1
Уровень инвестиций и затрат для входа в отрасль	Низкий (окупается за несколько месяцев работы)	Средний (окупается менее, чем за 1 год)	Высокий (окупается за несколько лет работы)	1

Таблица 10 – Оценка угрозы потенциальных конкурентов (окончание)

Оцениваемый фактор	Критерии оценивания			Оценка
	3 балла	2 балла	1 балл	
Уровень инвестиций и затрат для входа в отрасль	Низкий (окупается за несколько месяцев работы)	Средний (окупается менее, чем за 1 год)	Высокий (окупается за несколько лет работы)	1
Доступ к каналам распределения	Доступ к каналам распределения полностью открыт	Доступ к каналам распределения требует умеренных инвестиций	Доступ к каналам распределения ограничен	2
Политика правительства	Нет ограничивающих актов со стороны государства	Государство вмешивается в деятельность отрасли, но на низком уровне	Государство полностью регламентирует отрасль и устанавливает ограничения	2
Готовность существующих игроков к снижению цен	Игроки не пойдут на снижение цен	Крупные игроки не пойдут на снижение цен	При любой попытке ввода более дешевого предложения игроки снижают цены	3
Темп роста отрасли	Высокий и растущий	Замедляющийся	Стагнация или снижение	1
Итоговый балл				12

Итоговый результат составил 12, что соответствует среднему уровню угрозы входа новых игроков. Затем, необходимо оценить влияние угрозы установления рыночной власти покупателей (таблица 11).

Таблица 11 – Оценка угрозы рыночной власти покупателей

Оцениваемый фактор	Критерии оценивания			Оценка
	3 балла	2 балла	1 балл	

Доля покупателей с большим объемом продаж	Более 80% продаж приходится на несколько клиентов	Незначительная часть клиентов держит около 50% продаж	Объем продаж равномерно распределяется между всеми клиентами	1
Склонность к переключению на товары-субституты	Товар компании не уникален, существуют полные аналоги	Товар компании частично уникален, есть отличительные характеристики, важные для клиентов	Товар компании полностью уникален, аналогов нет	2

Таблица 11 – Оценка угрозы рыночной власти покупателей (окончание)

Оцениваемый фактор	Критерии оценивания			Оценка
	3 балла	2 балла	1 балл	
Чувствительность к цене	Покупатель всегда будет переключаться на товар с более низкой ценой	Покупатель будет переключаться только при значительной разнице в цене	Покупатель абсолютно не чувствителен к цене	2
Потребители не удовлетворены качеством товаров, существующих на рынке	Неудовлетворенность ключевыми характеристиками и товара	Неудовлетворенность второстепенными характеристиками товара	Полная удовлетворенность качеством	2
Итоговый балл				7

Итоговый результат составил 7 баллов, что соответствует среднему уровню угрозы ухода потребителя. Теперь оценим угрозу установления рыночной власти поставщиков (таблица 12).

Таблица 12 – Оценка угрозы рыночной власти поставщиков

Оцениваемый фактор	Критерии оценивания		Оценка
	2 балла	1 балл	
Количество поставщиков	Незначительное количество поставщиков или монополия	Широкий выбор поставщиков	2
Ограниченность ресурсов поставщиков	Ограниченность в объемах	Неограниченность в объемах	2
Издержки переключения	Высокие издержки к переключению на других поставщиков	Низкие издержки к переключению на других поставщиков	2

Приоритетность направления для поставщиков	Низкая приоритетность направления для поставщиков	Высокая приоритетность направления для поставщиков	1
Итоговый балл			7

Итоговый результат составил 7 баллов, что соответствует высокому уровню угрозы рыночной власти поставщиков. И, наконец, разберём влияние угрозы возникновения товаров-заменителей (таблица 13).

Таблица 13 – Оценка угрозы товаров-заменителей

Оцениваемый фактор	Критерии оценивания			Оценка
	3 балла	2 балла	1 балл	
Товары-заменители «цена-качество»	Существуют и занимают высокую долю на рынке	Существуют, только зашли на рынок и их доля мала	Не существуют	3
Итоговый балл				3

Итоговый результат составил 3 балла, что соответствует высокому уровню угрозы со стороны товаров-заменителей.

Мы проанализировали пять конкурентных сил по Портеру и установили рейтинг для каждой из них, теперь, чтобы сформировалась полная картина инвестиционной привлекательности рассматриваемой отрасли, необходимо объединить полученные результаты по каждой конкурентной силе (таблица 14).

Таблица 14 – Сводная таблица анализа пяти конкурентных сил по Портеру

Конкурентная сила	Значение	Описание
Угроза внутриотраслевой конкуренции	Средняя	В данный момент в связи с пандемией темп роста рынка заметно снижен и находится в стагнации, при этом количество компаний – среднее; товары в данной отрасли – уникальны, однако сильное повышение цены невозможно.
Угроза со стороны новых конкурентов	Средняя	Средний уровень угрозы появления новых конкурентов, на рынке присутствуют крупные игроки, за которыми стоит около половины рынка, при этом в каждой нише достаточно игроков. Необходим большой объём инвестиций, при этом, окупаемость занимает довольно долгий срок.
Угроза потери текущих клиентов	Средняя	Средняя угроза потери клиентов, присутствует неудовлетворённость второстепенными характеристиками

		продукта. Однако, на рынке существует множество потребителей, между которыми распределён спрос, – поэтому компании не зависят от каких-то конкретных покупателей. Чувствительность к цене средняя.
Угроза нестабильности поставщиков	Высокая	Высокий уровень угрозы нестабильности поставщиков, так как их количество и объём имеющихся у них ресурсов ограничены в силу специфики деятельности компаний отрасли.
Угроза товаров-заменителей	Высокая	Несмотря на то, что продукт, производимый кинокомпаниями уникален, существует большая угроза взаимозаменяемости не только отечественными, но и зарубежными конкурентами

Таким образом, проведя анализ инвестиционной привлекательности по методике Портера, мы установили, что индустрия кино обладает средней привлекательностью, при этом, уровень риска в ней выше среднего.

Что касается наиболее ярко выраженных перспектив, существующих в отрасли на данный момент, то, условно, их можно разделить на четыре вида аспектов: экономический, политический, социальный и технологический; на рисунке 27 можно увидеть, каким образом факторы, относящиеся к этим аспектам, могут повлиять на дальнейшее развитие киноиндустрии.

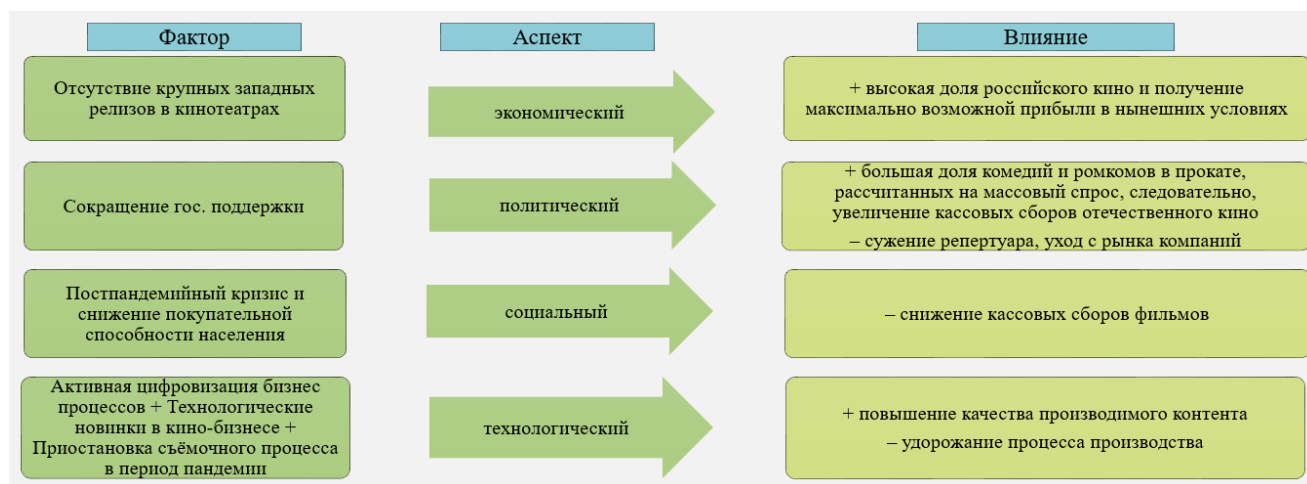


Рисунок 27 – Перспективы развития отрасли на ближайшее время

Можно увидеть, что перспективы развития неоднозначны: есть и положительно влияющие на её развитие аспекты, и отрицательно, – поэтому, важно понимать, что ключевую роль в возможности использования сложившейся ситуации в свою пользу позволит только грамотное стратегическое планирование,

которое позволит минимизировать конкуренцию между отечественными компаниями одного сегмента, а также продуманный маркетинг.

Для того, чтобы спрогнозировать дальнейшее развитие отрасли, необходимо проанализировать окупаемость фильмов, вышедших в последнее время и определить среднюю тенденцию, а также тенденцию, учитывающую фактор пандемии. Расчёты по конкретным фильмам представлены в приложении Б, а на таблице 15 можно увидеть усреднённые результаты анализа окупаемости по сегментам. При этом, отметим, что анализ проводился по четырём направлениям производства, выделенным ранее, продукты компаний «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» и «Централ Партнершип» не рассматривались в данном анализе, так как их деятельность на рынке сочетает в себе кинопроизводственные аспекты и дистрибуторские, а, потому, сложно выделить доли каждого вида деятельности в конечном результате.

Таблица 15 – Средняя окупаемость сегментов киноиндустрии за последние годы
В процентах

Сегмент	2021 (1/2 года)	2020	2019	2018	Средняя тенденция до пандемии	Средняя тенденция после пандемии	Разница между окупаемостью до и после пандемии
Фильмы	93,28	146,92	200,95	231,98	216,46	120,10	-96,36
Смешанное пр-во	131,19	120,66	332,00	173,01	252,51	125,92	-126,59
Сериалы	139,39	139,08	129,70	108,62	119,16	139,24	20,08
Анимация	179,79	179,41	143,63	139,29	141,46	179,60	38,14
Среднее изменение окупаемости в период пандемии							-41,18

На основе полученных значений окупаемости продуктов кинопроизводства по сегментам в предыдущие годы, прогнозируем окупаемость будущих релизов, о выходе которых уже известно и по которым имеется информация о бюджете (таблица 16). Стоит отметить, что никто не может предсказать будущую эпидемиологическую обстановку, поэтому, при прогнозировании будем

рассматривать два возможных сценария: возврата к средней допандемийной тенденции и продолжения тенденции, заданной пандемией, – такое разделение сценариев прогноза легко обосновать: по мнениям экспертов, окупаемость может вернуться к средним значениям допандемийного периода, если все ограничивающие факторы будут сняты и эпидемиологическая обстановка наладится; если же заболеваемость будет на среднем уровне последних полутора лет, то и тенденция развития отрасли сохранится по аналогии с этим периодом.

Таблица 16 – Ключевые показатели планируемых релизов во второй половине 2021 года

Сегмент	Название	Бюджет, тыс. руб.	Прогнозируемые сборы, тыс. руб. (допандемийная тенденция)	Прогнозируемые сборы, тыс. руб. (тенденция пандемии)
Смешанное производство	Последний богатырь 3	650 000	1 641 305	818 496
	Три минуты молчания	250 000	631 271	314 806
	Купе номер шесть	120 000	303 010	151 107
	Хорошие девочки попадают в рай	80 000	202 007	100 738
	Пальма	95 000	239 883	119 626
Фильмы	Чемпион мира	550 000	1 190 539	660 566
	Дышите свободно	89 500	193 733	107 492
	Солнечная линия	300 000	649 385	360 309
	Карамора	300 000	649 385	360 309
	Красный призрак	51 000	110 395	61 253
	Декабрь	250 000	541 154	300 257
Сериалы	Содержанки 3	300 000	357 482	417 714
	Триггер 2	390 000	464 727	543 028
	Спойлер	120 500	143 589	167 782
	Анна Каренина	280 000	333 650	389 866
Анимационные фильмы	Руслан и Людмила	360 000	509 248	646 562
	Маленький ночной секрет	155 000	219 260	278 381

Гензель и Гретель 2	340 000	480 956	610 642
Барбоскины на даче 2	235 000	332 426	422 061
Три богатыря и Конь на троне	210 000	297 061	377 161

С помощью полученных данных, спрогнозируем средние показатели будущих релизов 2021 года по сегментам рынка, согласно сценарию возврата к допандемийной тенденции (таблица 17) и сценарию сохранения тенденции с учётом фактора пандемии (таблица 18).

Таблица 17 – Средние прогнозируемые сборы релизов второй половины 2021 года (сценарий допандемийной тенденции)

Сегмент	Бюджет, тыс. руб.	Сборы, тыс. руб.	Процент возврата
Фильмы	198 100	555 765	280,55
Смешанное	239 000	603 495	252,51
Сериалы	272 625	324 862	119,16
Анимационные фильмы	260 000	367 790	141,46

Таблица 18 – Средние прогнозируемые сборы релизов второй половины 2021 года (сценарий, учитывающий фактор пандемии)

Сегмент	Бюджет, тыс. руб.	Сборы, тыс. руб.	Процент возврата
Фильмы	198 100	308 364	155,66
Смешанное	239 000	300 955	125,92
Сериалы	272 625	379 597	139,24
Анимационные фильмы	260 000	466 961	179,60

По аналогии, рассчитаем будущие сборы релизов первой половины 2022 года, согласно уже выделенным сценариям (таблица 19).

Таблица 19 – Ключевые показатели планируемых релизов в первой половине 2022 года

Сегмент	Название	Бюджет, тыс. руб.	Прогнозируемые сборы, тыс. руб. (допандемийная тенденция)	Прогнозируемые сборы, тыс. руб. (тенденция пандемии)
Смешанное производство	Сердце Пармы	610 000	1 540 302	768 127

	Воланд	800 000	2 020 068	1 007 380
Фильмы	Ампир V	460 000	995 723	552 474

Таблица 19 – Ключевые показатели планируемых релизов в первой половине 2022 года (окончание)

Сегмент	Название	Бюджет, тыс. руб.	Прогнозируемые сборы, тыс. руб. (допандемийная тенденция)	Прогнозируемые сборы, тыс. руб. (тенденция пандемии)
Сериалы	Бессонница	100 000	119 161	139 238
Анимация	Три богатыря	190 000	268 770	341 241

И, так же, спрогнозируем средние показатели релизов первой половины 2022 года по сегментам рынка, согласно сценарию возврата к допандемийной тенденции (таблица 20) и сценарию сохранения тенденции с учётом фактора пандемии (таблица 21).

Таблица 20 – Средние прогнозируемые сборы релизов первой половины 2022 года (сценарий допандемийной тенденции)

Сегмент	Бюджет, тыс. руб.	Сборы, тыс. руб.	Процент возврата
Фильмы	460 000	995 723	216,46
Смешанное	705 000	1 780 185	252,51
Сериалы	100 000	119 161	119,16
Анимационные фильмы	190 000	268 770	141,46

Таблица 21 – Средние прогнозируемые сборы релизов первой половины 2022 года (сценарий, учитывающий фактор пандемии)

Сегмент	Бюджет, тыс. руб.	Сборы, тыс. руб.	Процент возврата
---------	-------------------	------------------	------------------

Фильмы	460 000	552 474	120,10
Смешанное	705 000	887 754	125,92
Сериалы	100 000	139 238	139,24
Анимационные фильмы	190 000	341 241	179,60

Для более наглядного представления информации из вышеприведённых таблиц можно воспользоваться графиком. На рисунке 28 представлен прогноз развития сегментов киноиндустрии согласно сценарию возврата к допандемийной тенденции на ближайшие полтора года.

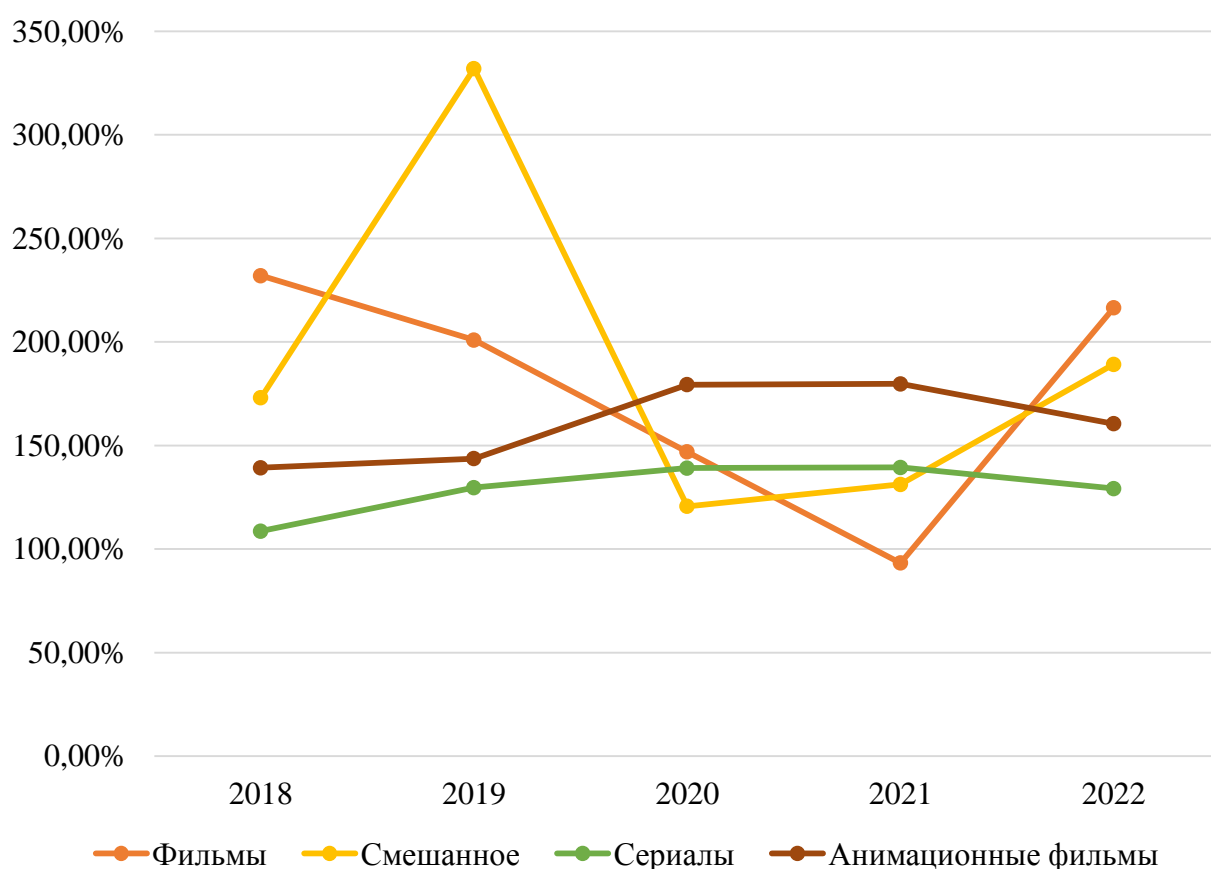


Рисунок 28 – Прогноз развития сегментов киноиндустрии (сценарий допандемийной тенденции)

А на рисунке 29 наглядно продемонстрирован прогноз развития компаний различных сегментов кинорынка по сценарию продолжения тенденций, заданных пандемией коронавирусной инфекции.

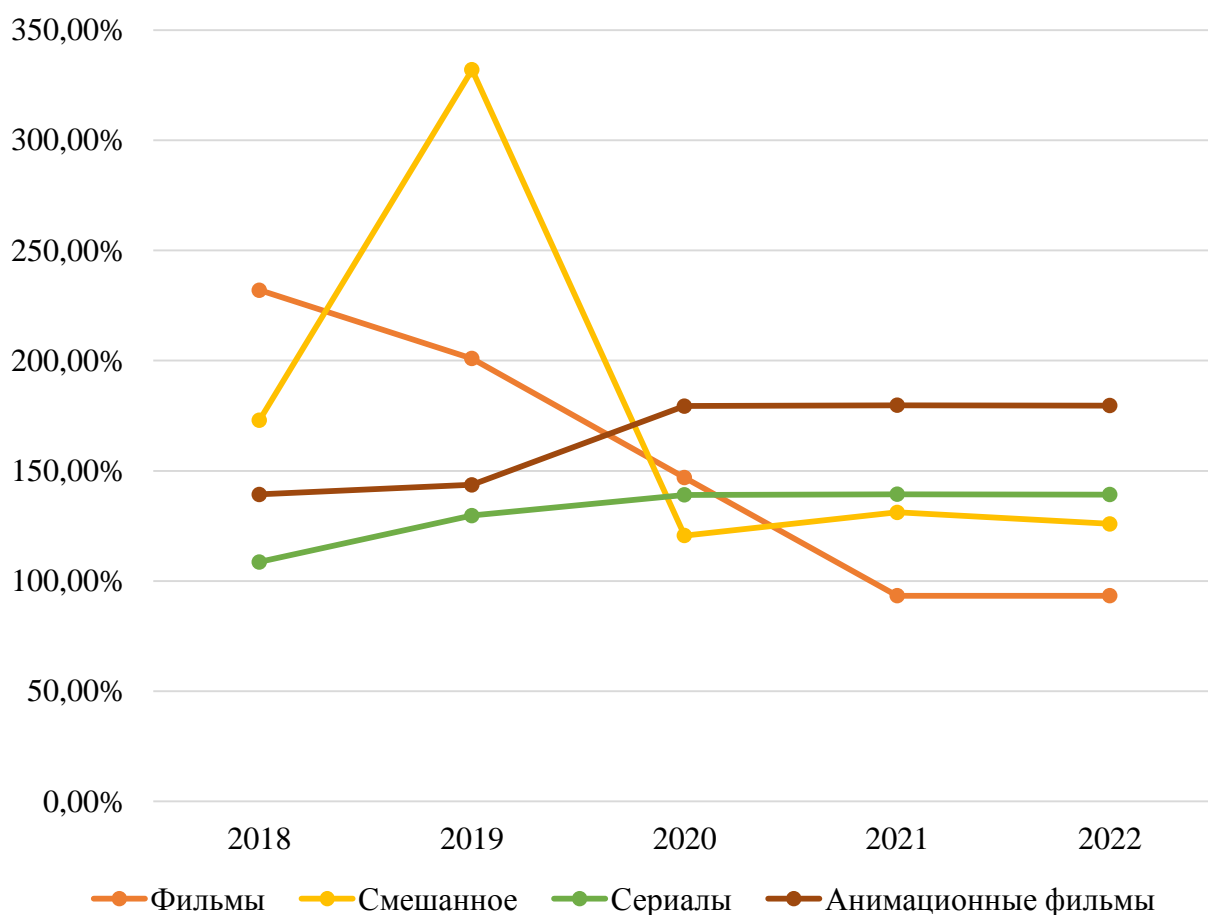


Рисунок 29 – Прогноз развития сегментов киноиндустрии (сценарий, учитывающий фактор пандемии)

Смотря на графики двух различных сценариев, можно увидеть, что, при возвращении к тенденции допандемийного периода, возрастает окупаемость категорий «фильмы» и «смешанное производство», которые показали сильное снижение показателей в период неблагоприятной эпидемиологической обстановки, что было связано с ограничительными мерами и вынужденным карантином; доходы же категорий «сериалы» и «анимационные фильмы» немного снижаются, – это связано с тем, что в период пандемии показатели компаний этих групп сильно возросли, так как люди, находящиеся на карантине, работающие удалённо или учащиеся дистанционно, не имели доступа к развлечениям, а потому активно потребляли контент различных онлайн- и стриминговых сервисов, но с уходом пандемийных ограничений количество пользователей таких платформ, несомненно, снизится, а, значит, снизятся и доходы данных сегментов.

При развитии по сценарию, учитывающему фактор пандемии, динамика всех сегментов рынка сохранится примерно на уровне второй половины 2020 и первой половины 2021 годов.

Для того, чтобы нагляднее отразить ежегодную динамику внутри каждого сегмента, воспользуемся гистограммой: на рисунке 30 представлена динамика по сценарию допандемийной тенденции, а на рисунке 31 – по сценарию тенденций, заданных пандемией.

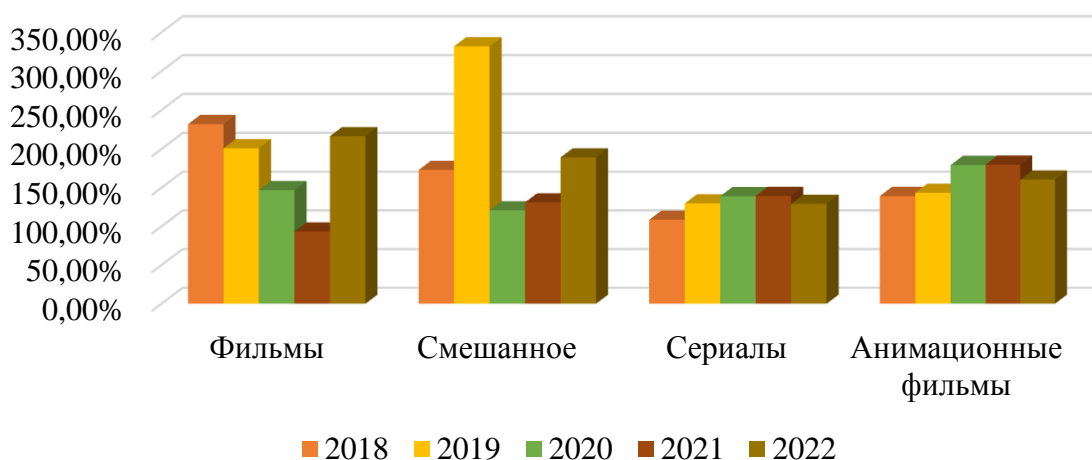


Рисунок 30 – Динамика средней окупаемости в разрезе сегментов (сценарий допандемийной тенденции)

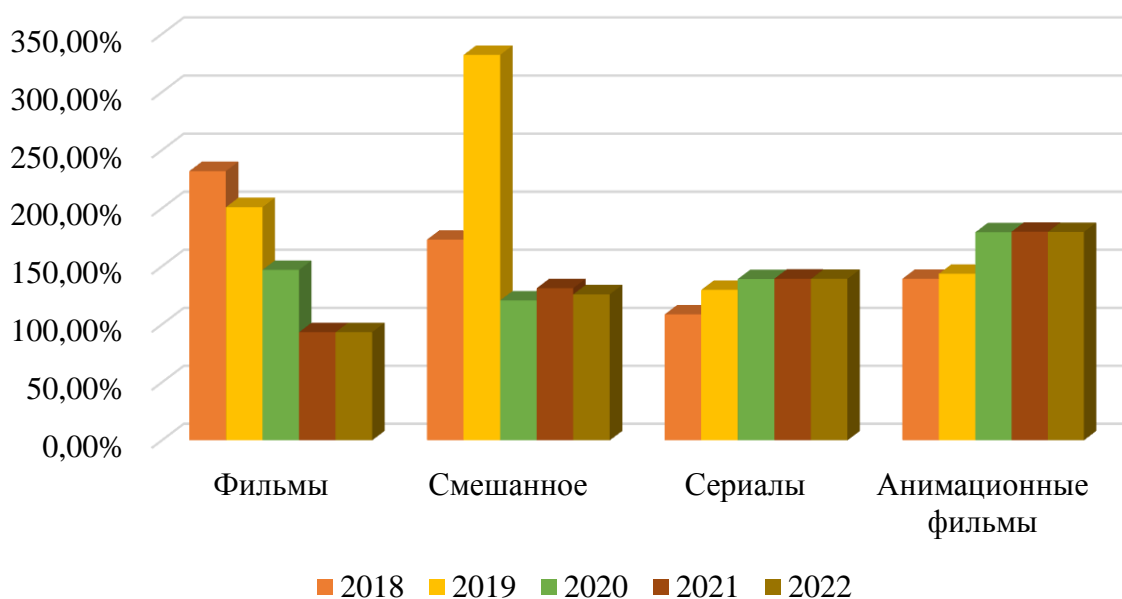


Рисунок 31 – Динамика средней окупаемости в разрезе сегментов (сценарий, учитывающий фактор пандемии)

Подводя итоги всей вышеприведённой информации, можно сделать выводы о том, что наиболее привлекательным сегментом рынка кино в нормальных обстоятельствах является «смешанное производство», и это объясняется тем, что продукты производства таких компаний более диверсифицированы, так как производимый ассортимент включает в себя сразу несколько видов: полнометражные фильмы, сериалы и анимационные полнометражные фильмы. В условиях же пандемии, наиболее выгодным объектом инвестирования являются сегменты «анимационные фильмы» и «сериалы», однако, стоит ожидать, что с окончанием пандемии доходы данных сегментов несколько снизятся при прочих равных обстоятельствах. Наиболее рискованным сегментом, который может не гарантировать получения хоть какой-либо прибыли является производство полнометражных фильмов, что объясняется длительностью и технической сложностью создания продукта данной категории, а также большими объёмами инвестиций относительно других сегментов.

Выводы по разделу два

В рамках второго раздела выпускной квалификационной работы рынок киноиндустрии был сегментирован по типам производимых продуктов. В каждом сегменте выделены крупные игроки и проведен анализ их финансовой деятельности. Также привлекательность отрасли была оценена по методике М.Портера. Также были идентифицированы наиболее значимые релизы последних лет, оценена их окупаемость, проведен сравнительный анализ эффективности продуктов выделенных ранее сегментов и сделаны выводы об инвестиционной привлекательности компаний, входящих в их состав. В заключительной части оценены перспективы и построен прогноз развития отрасли на ближайшее время.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рынок кино в России активно развивается, об этом свидетельствует тот факт, что ежегодно индустрия бьёт собственные рекорды по кассовым сборам и масштабам деятельности, – поэтому, данная отрасль может интересовать многих потенциальных инвесторов, однако, в силу своей специфики, она также может вызывать и большие опасения. Поэтому, целью данной выпускной квалификационной работы стал анализ инвестиционной привлекательности российской киноиндустрии, выявление её основных тенденций и прогнозирование перспектив развития, – и она была достигнута.

В ходе работы были выполнены следующие задачи:

1) Были изучены теоретические основы оценки инвестиционной привлекательности отрасли: даны различные определения данного понятия; рассмотрены факторы, на неё влияющие; разобраны рыночный, бухгалтерский и комбинированный подходы к оценке; было уделено внимание методам интегральной, балльной и рейтинговой оценки; изучены авторские методики оценки инвестиционной привлекательности по Портеру, Ансоффу и Томпсону.

2) Были рассмотрены существующие тенденции на рынке кино в данный момент, наиболее яркими из которых были обозначены: переход в стриминг; рост кассовых сборов отечественного кинематографа; рост числа кинотеатров и кинозалов; концентрация рынка кинопроката; рост сборов от зарубежного проката российских фильмов; рост поддержки со стороны государства. Также, было рассмотрено влияние пандемии коронавирусной инфекции на отрасль и прогнозы по поводу её восстановления.

3) Были выявлены основные риски, влияющие на состояние отрасли, для этого использована PEST-матрица; проанализированы риски каждого сегмента рынка и оценена сила их влияния.

4) Была проведена оценка финансового состояния 22 наиболее крупных компаний различных сегментов рынка по пяти направлениям: оценка

имущественного потенциала; оценка ликвидности и платёжеспособности; оценка финансовой устойчивости; оценка показателей прибыльности и рентабельности; оценка деловой активности.

5) Был проведён сравнительный анализ и оценка динамики финансовых показателей основных сегментов российского кинорынка. Выявлено, что наиболее высокие показатели доходности свойственны компаниям, сочетающим кинопроизводственную деятельность с дистрибуторской.

6) Была осуществлена оценка инвестиционной привлекательности российской киноиндустрии в целом на основании методики 5 конкурентных сил М. Портера – определено, что привлекательность отрасли средняя; проанализирована привлекательность каждого отдельного сегмента с опорой на показатели окупаемости продуктов данных категорий.

По завершении работы был представлен прогноз дальнейшего развития киноиндустрии в России на ближайшее время по двум сценариям, первый из которых базируется на возвращении к допандемийным тенденциям, а второй – на сохранении тенденций, учитывающих фактор пандемии. Выявлено, что в нормальных условиях наибольшей инвестиционной привлекательностью обладает сегмент смешанного производства, а в условиях пандемии лидерские позиции удерживают сегменты, производящие сериалы и анимационные фильмы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Александрова, М.Б. Какие фильмы получают безвозвратную господдержку и что это говорит о Минкульте? [Электронный ресурс] / М.Б. Александрова // Яндекс Дзен. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/blackmariakino/kakie-filmy-poluchaiut-bezvozvratnuiu-gospodderjku-i-chto-eto-govorit-o-minkulte-5db17597e4fff000ad0f3a4d>

2 Алиев, Т.А. Коронавирус и кино. Как эпидемия испытывает индустрию [Электронный ресурс] / Т.А. Алиев, А.Л. Карташов // КиноПоиск. – Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4000910/>

3 Аскинадзи, В. М. Инвестиции: учебник для бакалавров / В. М. Аскинадзи, В. Ф. Максимова – М.: Юрайт, 2019. – 422 с.

4 Бочкарёв, И.А. Как будет развиваться киноиндустрия после пандемии [Электронный ресурс] / И.А. Бочкарёв, Г.В. Яковлев // Сноб. – Режим доступа: <https://snob.ru/entry/192241/>

5 Брюховецкая, С.В. Методы оценки инвестиционной привлекательности отраслей экономики [Электронный ресурс] / С.В. Брюховецкая, В.А. Громько, К.Н. Кожевникова // Киберленинка: электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-investitsionnoy-privlekatelnosti-otrasley-ekonomiki>

6 Буторина, О.В. Инвестиционная привлекательность компании: сущность, сопоставление методик оценки [Электронный ресурс] / О.В. Буторина, И.В. Шишкина // Киберленинка: электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnaya-privlekatelnost-kompanii-suschnost-sopostavlenie-metodik-otsenki>

7 Бюллетень кинопрокатчика [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.kinometro.ru/>

8 Васильцова, А.М. Сравнительный анализ трактовок и методик оценки инвестиционной привлекательности предприятия [Электронный ресурс] / И.В.

Ковалёва // Электронный научно-практический журнал «Экономика и менеджмент инновационных технологий». – Режим доступа: <https://ekonomika.snauka.ru/2013/08/2935>

9 Ведомости [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/>

10 Газета.ру [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/>

11 Горениченко, А.А. Киноэкономика. Как в киноиндустрии зарабатывают деньги [Электронный ресурс] / А.А. Горениченко // Investopedia. – Режим доступа: <https://blickk.com/economics>

12 КиноПоиск [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/>

13 Ковалёва, И.В. К вопросу методологии и методики оценки инвестиционной привлекательности отрасли [Электронный ресурс] / И.В. Ковалёва // Киберленинка: электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-metodologii-i-metodiki-otsenki-investitsionnoy-privlekatelnosti-otrasli>

14 Минько, Л.В. Оценка инвестиционной привлекательности отраслей промышленности региона [Электронный ресурс] / Л.В. Минько // Киберленинка: электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-investitsionnoy-privlekatelnosti-otrasley-promyshlennosti-regiona>

15 Мелай, Е.А. Подходы к оценке инвестиционной привлекательности организации: сравнительный анализ. [Электронный ресурс] / Е.А. Мелай, А.В. Сергеева // Киберленинка: электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-investitsionnoy-privlekatelnosti-otrasley-promyshlennosti-regiona>

16 Нгуен, Т.Т. Содержание понятия инвестиционной привлекательности [Электронный ресурс] / Т.Т. Нгуен // Киберленинка: электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-ponyatiya-investitsionnoy-privlekatelnosti>

- 17 Официальный сайт Министерства Культуры РФ [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://culture.gov.ru/>
- 18 Официальный сайт АО «Аэроплан» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.aeroprods.ru/>
- 19 Официальный сайт АО «ВБД Групп» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.ybw-group.ru/>
- 20 Официальный сайт АО «Всемирные Русские Студии» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://serial-go.org/rws/>
- 21 Официальный сайт ООО «Амедиа Продакшн» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://amediafilm.ru/>
- 22 Официальный сайт ООО «Анимаккорд» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://animaccord.ru/>
- 23 Официальный сайт ООО «Арт Пикчерс Вижн» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://vision.art-pictures.ru/>
- 24 Официальный сайт ООО «Арт Пикчерс Студия» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://studio.art-pictures.ru/>
- 25 Официальный сайт ООО «Базелевс» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://bazelevs.ru/>
- 26 Официальный сайт ООО «Гуд Стори Медиа» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://1-2-3production.com/>
- 27 Официальный сайт ООО «Киностудия КИТ» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.gpm-kit.ru/kit>
- 28 Официальный сайт ООО «Кинокомпания СТВ» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ctb.ru/>
- 29 Официальный сайт ООО «Медиаслово» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://mediaslovo.ru/>
- 30 Официальный сайт ООО «Мостелефильм Дистрибьюшн» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://mostelefilm.ru/>

- 31 Официальный сайт ООО «Нон-Стоп Продакшн» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://nonstopkino.ru/>
- 32 Официальный сайт ООО «Продюсерская Компания Среда» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://sredatv.ru/>
- 33 Официальный сайт ООО «Студия Мельница» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://melnitsa.com/>
- 34 Официальный сайт ООО «Студия Паровоз» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://parovoz.tv/>
- 35 Официальный сайт ООО «Тритэ» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.trite.ru/>
- 36 Официальный сайт ООО «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://wdsspr.ru/>
- 37 Официальный сайт ООО «Централ Партнершип» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.centpart.ru/>
- 38 Официальный сайт ООО «1-2-3 Продакшн» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://1-2-3production.com/>
- 39 Официальный сайт Фонда Кино РФ [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.fond-kino.ru/>
- 40 ПрофиСинема [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.proficinema.ru/>
- 41 РБК [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.rbc.ru/>
- 42 РусКино [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ruskino.ru/>
- 43 Сазыкин, В.Л. Новый метод интегральной оценки [Электронный ресурс] / В.Л. Сазыкин // Киберленинка: электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/novyy-metod-integralnoy-otsenki>
- 44 Спарк [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.spark-interfax.ru/>
- 45 Теплова, Т. В. Инвестиции: учебник / Т. В. Теплова – М.: Юрайт, 2011. – 724 с.

46 Федеральный закон "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25.02.1999 N 39-ФЗ [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/

47 Фёдорова, М.К. Как эпидемия коронавируса повлияет на будущее киноиндустрии [Электронный ресурс] / М.К. Фёдорова // Vogue Russia. – Режим доступа: <https://www.vogue.ru/lifestyle/kak-epidemiya-koronavirusa-povliyaet-na-budushee-kinoindustrii>

48 Чекко [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://checko.ru/>

49 Adindex [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://adindex.ru/>

50 Esquire [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://esquire.ru/>

51 Forbes [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.forbes.ru/>

52 Movie Start [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://moviestart.ru/>

53 The Hollywood Reporter [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://thr.ru/>

Общие сведения о компаниях

Таблица А1 – Список и краткая характеристика рассматриваемых компаний

Группа	Наименование	Правовая форма	УК, тыс. руб.	численность	Дата регистрации	и число лет на рынке	Выручка за 2019 год, тыс. руб.	Расходы за 2019 год, тыс. руб.	Прибыль за 2019 год, тыс. руб.	Принадлежность к медиа-группе
–	Дисней Студиос Сони Пикчерс	ООО	2 629,77	35	12.01.2007	14	9 697 760	9 554 470	261 820	–
–	Централ Партнершип	ООО	100,34	4	27.02.2010	11	757 710	813 190	–67 290	Газпром– Медиа (в составе ГПМ КИТ)
Группа 3 «Производство кинофильмов»	Тригэ	ООО	10	32	22.12.1992	29	81 500	77 108	2 110	–
	Базелевс	ООО	10	5	15.06.2006	15	535 200	619 760	–72 950	–
	Нон–Стоп Продакшн	ООО	5 100	19	30.10.2009	12	789 990	830 620	–33 310	–
	Дирекция кино	ЗАО	300	19	12.08.2005	16	229 580	230 910	–3 700	–
	Арт Пикчерс Студия	ООО	10	13	18.02.2005	16	443 821	450 279	–5 447	НМГ (в составе Арт Пикчерс Групп)

Продолжение таблицы А1

Группа	Наименование	Правовая форма	УК, тыс. руб.	Списочная численность	Дата регистрации	Количество лет на рынке	Выручка за 2019 год, тыс. руб.	Расходы за 2019 год, тыс. руб.	Прибыль за 2019 год, тыс. руб.	Принадлежность к медиа-группе
Группа 4 «Смешанное производственное»	ВД Групп	АО	30 000	4	12.08.2010	11	1 069 970	761 415	224 980	Газпром-Медиа
	СТВ	ООО	20	27	29.07.1997	24	1 685 721	1 623 869	49 479	-
	КИТ	ООО	989, 53	14	20.10.2011	10	1 597 970	1 564 380	26 720	Газпром-Медиа (в составе ГПМ КИТ)
Группа 5 «Производственный сериалов»	Арт Пикчерс Вижн	ООО	10	18	21.03.2012	9	1 014 176	1 072 136	-53 863	НМГ (в составе Арт Пикчерс Групп)
	Медиаслово	ООО	5 000	5	13.03.2007	14	331 340	331 229	82	-
	1-2-3 Продакшн	ООО	1 800	5	29.06.2016	5	1 467 047	1 387 198	60 280	Газпром-Медиа
	Гуд Стори Медиа	ООО	10	43	11.12.2013	8	697 643	708 450	-9 840	Газпром-Медиа

Окончание таблицы А1

Группа	Наименование	Правовая форма	УК, тыс. руб.	численность	Дата регистрации	Количество лет на рынке	Выручка за 2019 год, тыс. руб.	Расходы за 2019 год, тыс. руб.	Прибыль за 2019 год, тыс. руб.	Принадлежность к медиа-группе
Группа 5 «Производство сериалов»	Амедиа Продакшн	ООО	4 350	19	23.11.2007	14	809 460	607 000	157 700	–
	Продюсерская Компания Среда	ООО	10	18	22.06.2010	11	708 230	651 000	43 780	–
	Всемирные Русские Студии	АО	1 142 058	7	18.12.2007	14	485 632	701 600	–189 140	–
	Мостелефильм Дистрибьюшн	ООО	64 521	31	02.08.2010	11	419 100	370 300	38 930	–
Группа 6 «Производство анимационных фильмов»	Анимаккорд	ООО	1 000	50	08.02.2008	13	167 613	132 860	33 313	–
	Мельница	ООО	20	269	26.03.1999	22	149 090	143 540	4 430	–
	Аэроплан	АО	5 500	27	07.04.2005	16	192 300	125 250	53 610	–
	Паровоз	ООО	10	41	06.07.2017	4	570 083	566 030	2 140	–

Данные о кино релизах предыдущих лет

Таблица Б1 – Данные о релизах 2018 года

Название фильма	Бюджет, тыс. руб.	Сборы в России	Сборы всего	Гос. поддержка, тыс. руб.	Гос. поддержка	Процент возврата	Доля от общих затрат
Фильмы							
Тренер	450 000	875 140	875 140	260 000	57,78%	194,48%	0,43
Ёлки последние	230 000	485 000	512 000	120 000	52,17%	222,61%	0,22
Лёд	250 000	700 000	850 000	50 000	20,00%	340,00%	0,24
Селфи	115 000	187 000	187 000	0	0,00%	162,61%	0,11
Смешанное							
Супер Бобровы 2	140 000	180 102	180 810	0	0,00%	129,15%	0,21
Русалка. Озеро мертвых	42 000	102 829	233 968	0	0,00%	557,07%	0,06
Соната	20 000	8 849	10 488	25 000	125,00%	52,44%	0,03
Рубеж	300 000	96 154	97 627	200 000	66,67%	32,54%	0,44
О чём говорят мужчины. Продолжение	100 000	439 544	217 044	0	0,00%	217,04%	0,15
Сериалы							
Год культуры	145 000	85 000	85 000	0	0,00%	58,62%	0,10
Спящие	150 000	61 458	60 000	0	0,00%	40,00%	0,11
Улица	400 000	500 000	500 000	0	0,00%	125,00%	0,28
Эпидемия	240 000	300 000	500 000	0	0,00%	208,33%	0,17
Звоните ДиКаприо!	200 000	140 000	140 001	0	0	70,00%	0,14
Обычная женщина	100 000	112 000	112 001	0	0,00%	112,00%	0,07
Конная полиция	120 000	60 000	60 000	0	0,00%	50,00%	0,08
Спарта	60 000	80 000	80 000	0	0,00%	133,33%	0,04
Анимационные фильмы							
Три Богатыря и Наследница Престола	187 620	575 674	584 363	120 000	63,96%	311,46%	0,14
Маша и медведь	320 000	380 500	412 000	0	0,00%	128,75%	0,24
Фиксики	265 200	320 000	400 000	0	0,00%	150,83%	0,20
Сказочный патруль	300 000	350 000	402 500	0	0,00%	134,17%	0,22

Таблица Б2 – Данные о релизах 2019 года

Название фильма	Бюджет, тыс. руб.	Сборы в России	Сборы всего	Гос. поддержка, тыс. руб.	Гос. поддержка	Процент возврата	Доля от общих затрат
Фильмы							
Т-34	600 000	2 344 577	2 747 105	180 000	30,00%	457,85%	0,24
Дылда	5 000	27 922	103 026	0	0,00%	2060,51%	0,00
Союз спасения	980 000	753 852	753 852	400 000	40,82%	76,92%	0,39
Вторжение	944 000	1 035 420	1 477 993	533 993	56,57%	156,57%	0,37
Смешанное							
Холоп	160 000	3 219 565	3 253 581	60 000	37,50%	2033,49%	0,12
Завод	35 000	37 829	39 765	0	0,00%	113,61%	0,03
Сторож	15 000	7 177	7 177	0	0,00%	47,85%	0,01
Доктор Лиза	72 000	19 529	19 529	20 000	27,78%	27,12%	0,05
Тобол	520 000	138 775	140 967	130 000	25,00%	27,11%	0,39
Уличное правосудие	200 000	128 050	128 050	0	0,00%	64,03%	0,15
Лучше, чем люди	320 000	300 000	800 000	0	0,00%	250,00%	0,24
Сериалы							
Гоголь	126 000	250 000	265 000	0	0,00%	210,32%	0,11
Подкидыш	160 000	175 000	175 000	0	0,00%	109,38%	0,14
Мертвое озеро	75 000	55 932	130 932	0	0,00%	82,58%	0,07
Молодёжка	340 000	432 000	432 000	0	0,00%	127,06%	0,30
Кухня	420 000	520 000	520 000	0	0,00%	123,81%	0,37
Анимационные фильмы							
Иван Царевич и Серый Волк 4	300 000	548 372	548 372	150 000	50,00%	182,79%	0,21
Урфин Джюс 2	60 000	78 565	89 766	20 000	33,33%	149,61%	0,04
Маша и медведь	250 000	312 000	450 000	0	0,00%	180,00%	0,17
Фиксики	300 000	380 000	500 000	0	0,00%	166,67%	0,21
Сказочный патруль	200 000	250 000	290 000	0	0,00%	145,00%	0,14
Волки и Овцы	350 000	157 017	218 837	120 000	34,29%	62,52%	0,24

Таблица Б3 – Данные о релизах 2020 года

Название фильма	Бюджет, тыс. руб.	Сборы в России	Сборы всего	Гос. поддержка, тыс. руб.	Гос. поддержка	Процент возврата	Доля от общих затрат
Фильмы							
Стрельцов	330 000	348 914	354 911	200 000	60,61%	107,55%	0,12
Серебряные коньки	500 000	478 936	478 120	300 000	60,00%	95,62%	0,18
Огонь	550 000	704 500	875 000	300 000	54,55%	159,09%	0,19
Спутник	190 000	1 356	150 000	30 000	15,79%	78,95%	0,07
Лёд 2	322 350	980 000	1 111 111	75 000	23,27%	344,69%	0,11
Вторжение	944 000	1 150 751	1 198 066	400 000	42,37%	126,91%	0,33
Смешанное							
Отель "Белград"	150 000	437 797	447 923	0	0,00%	298,62%	0,08
Нинель	90 000	110 000	110 000	0	0,00%	122,22%	0,05
Неидеальный мужчина	150 147	558 126	553 419	0	0,00%	368,58%	0,08
Непосредственно, Каха!	150 000	514 705	619 642	0	0,00%	413,09%	0,08
Кома	305 000	162 922	176 490	0	0,00%	57,87%	0,17
Напарники	75 000	55 000	55 000	0	0,00%	73,33%	0,04
Вратарь галактики	786 400	101 245	101 428	400 000	50,86%	12,90%	0,43
Сериалы							
Магомаев	240 000	300 600	300 600	0	0,00%	125,25%	0,15
Беспринципны	80 000	65 850	65 850	0	0,00%	82,31%	0,05
Триггер	368 000	550 000	550 000	0	0,00%	149,46%	0,24
Колл-центр	135 000	280 400	200 000	0	0,00%	148,15%	0,09
Игра на выживание	300 000	495 000	515 000	0	0	171,67%	0,19
Перевал Дятлова	200 000	265000	287400	0	0,00%	143,70%	0,13
Анимационные фильмы							
Конь Юлий и Большие Скачки	180 000	350 722	350 722	60 000	33,33%	194,85%	0,18
Барбоскины на даче	150 000	68 420	68 420	60 000	40,00%	45,61%	0,15
Фиксики	270 000	340 750	540 500	0	0,00%	200,19%	0,26
Маша и медведь	300 000	480 000	650 300	0	0,00%	216,77%	0,29
Ми-ми-мишки	120 000	180 000	220 050	0	0,00%	183,38%	0,12

Таблица Б4 – Данные о релизах первой половины 2021 года

Название фильма	Бюджет, тыс. руб.	Сборы в России	Сборы всего	Гос. поддержка, тыс. руб.	Гос. поддержка	Процент возврата	Доля от общих затрат
Фильмы							
Пара из будущего	120 000	534 961	534 961	30 000	25,00%	445,80%	0,07
Чернобыль	689 000	396 379	395 051	230 000	33,38%	57,34%	0,40
Рашн Юг	180 000	62 458	62 458	40 000	22,22%	34,70%	0,10
Батя	75 000	536 852	536 997	0	0,00%	716,00%	0,04
Северный ветер	69 400	80 057	87 526	0	0,00%	126,12%	0,04
Майор Гром: Чумной доктор	600 000	332 992	333 168	0	0,00%	55,53%	0,35
Смешанное							
Конёк-Горбунок	760 000	1 175 303	1 181 172	360 000	47,37%	155,42%	0,48
Родные	160 000	498 436	498 436	0	0,00%	311,52%	0,10
Спасите Колю!	100 000	54 956	315 045	0	0,00%	315,04%	0,06
Прабабушка лёгкого поведения	80 000	96 000	96 000	20 000	25,00%	120,00%	0,05
Гуляй, Вася! 2	120 000	31 874	14 885	20 000	16,67%	12,40%	0,08
Сериалы							
Мастер	100 000	78 025	78 025	0	0,00%	78,03%	0,11
Красота небесная	80 000	95 870	95 870	0	0,00%	119,84%	0,09
Пищеблок	80 000	133 177	133 177	0	0,00%	166,47%	0,09
Соседи	85 000	112 400	112 400	0	0,00%	132,24%	0,09
Медиатор	120 000	192 500	205 000	0	0,00%	170,83%	0,13
Полёт	115 500	85 000	85 000	0	0,00%	73,59%	0,13
Топи	95 000	145 050	154 500	0	0,00%	162,63%	0,10
Хэппи-энд	20 000	23 000	23 000	0	0,00%	115,00%	0,02
Анимационные фильмы							
Ми-ми-мишки	115 000	187 560	315 000	0	0,00%	273,91%	0,12
Барбоскины	200 000	235 000	245 852	0	0,00%	122,93%	0,21
Деревяшки	120 000	155 000	198 000	0	0,00%	165,00%	0,12
Маша и медведь	260 500	340 000	490 000	0	0,00%	188,10%	0,27
Сказочный патруль	200 000	245 050	350 000	0	0,00%	175,00%	0,21
Кошечки-Собачки	80 000	125 000	155 000	0	0,00%	193,75%	0,08