

РЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

А.М. Кокорин

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ КИНОИНДУСТРИИ

Развитие российской киноиндустрии способно оказать значительное влияние на повышение привлекательности регионов страны. Однако этот культурный ресурс освоен на региональном уровне недостаточно по сравнению с существующими мировыми практиками, что актуализирует исследование данной проблемы. Целью статьи является рассмотрение возможных направлений взаимодействия организаций кинопроизводства, кинопродвижения, кинопоказа и регионов России по формированию, развитию и использованию партнерских ресурсов. Использование ресурсов кинематографа как на уровне производства, так и на уровне проката, способно повысить привлекательность среды региона по различным направлениям. Участие региональных бюджетов, местного бизнеса на всех этапах кинопроцесса создают дополнительные условия как для производства и проката кино, так и для социально-экономического развития региона. Возможный эффект этих процессов является пока недооцененным для повышения инвестиционной привлекательности, региональной конкурентоспособности за счет повышения уровня узнаваемости и формирования идентичности городов. Создание более комфортной культурной и сервисной среды благодаря фактору привлечения хозяйствующих субъектов киноиндустрии требует разработки специальных подходов. Рассматривается специфика использования ресурсов региональных кинокомиссий и региональных сервисных компаний как экономических и институциональных агентов киноиндустрии при производстве кинопродуктов. Использование региональных кинофестивалей как потенциальных и реальных событий по продвижению образа самих регионов способствует повышению привлекательности имиджа территории и их локаций. Разрабатывается концепция по влиянию киноотрасли на формирование позитивного узнаваемого имиджа регионов. Предложенный универсальный алгоритм может быть использован при разработке стратегии по развитию, продвижению и реализации региональных программ в сфере культуры, туризма и образования, основанных на принципах национальной и региональной идентичности.

Кокорин Александр Михайлович — соискатель кафедры экономики инновационного развития факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: prav_mol@mail.ru

Ключевые слова: киноиндустрия, ресурсы киноиндустрии, региональное кино, региональные риски киноиндустрии, региональные кинокомиссии, рибейты, региональные кинофестивали, сервисные кинокомпании, имидж региона.

Development of the Russian film industry is capable to have a considerable impact on increase in appeal of regions of the country. However, this cultural resource is mastered at the regional level insufficiently in comparison with the existing world practices. It does the presented material relevant. The purpose of article is consideration of the possible directions of interaction of the organizations of film production, film advance, a film screening and regions of Russia on formation, development and use of partner resources. Use of resources of cinema both on level of production, and at the level of a hire, is capable to increase the appeal of the environment of the region in various directions. Participation of regional budgets, local business at all stages of film process create additional conditions both for production and a hire of cinema, and for social and economic development of the region. The possible effect of these processes is still underestimated by opportunities of increase in investment attractiveness, regional competitiveness due to increase in level of recognition and formation of identity of the cities. Creation of more comfortable cultural and service environment thanks to a factor of involvement of economic entities of the film industry demands development of special approaches. The specifics of use of resources of the regional film commissions and regional service companies as economic and institutional agents of the film industry are considered by production of film products. Use of regional Film Festivals as potential and real events on advance of an image of regions, promotes increase in appeal of image of the territory and their locations. The concept on influence of the film industry on formation of positive recognizable image of regions is developed. The offered universal algorithm can be used when developing a strategy for development, advancement and implementation of regional programs in the sphere of culture, tourism and education based on the principles of national and regional identity.

Keywords: film industry, film industry resources, regional cinema, regional risks of the film industry, regional film commissions, rebates, regional Film Festivals, service film companies, image of the region.

Определение базовых принципов формирования устойчивости и экономической безопасности развития российской киноиндустрии в разрезе национальной безопасности¹ может быть дополнено за счет формирования культурной политики пространственной децентрализации отрасли.

¹ Кокорин А.М. Формирование базовых принципов экономической безопасности в киноиндустрии (часть I) // Государственное управление. Электронный вестн. № 71. 2018; Кокорин А.М. Формирование базовых принципов экономической безопасности в киноиндустрии (часть II) // Государственное управление. Электронный вестн. № 73. 2018.

Реализация принципов экономической безопасности киноиндустрии на региональном уровне невозможна без учета специфики, ресурсного потенциала и социально-культурных потребностей конкретного субъекта РФ. Возникает устойчивое взаимовлияние особенностей развития социально-экономической среды самих регионов и хозяйствующих субъектов киноиндустрии. К ним относятся как внешние организации, так и те предпринимательские структуры, которые инициированы активизацией кинодеятельности в регионе². В течение продолжительного времени считалось, что на региональном и муниципальном уровне эта взаимосвязь существует, в основном, исключительно на уровне кинопроката, т.е. когда население городов и населенных пунктов выступают как потребители кинопродукта. Однако с 1990-х гг. начинает развиваться новое культурное явление — участие территорий в создании кинопродукта. Первоначально это происходило практически на безвозмездной основе. Выгодополучателем являлись производители продукта. Регионы же недооценивали возможности комплексного использования присутствия организация кинопроизводства как ресурса развития. С 2010-х гг. формируются экономические, социальные и творческие процессы включения регионов как активных хозяйствующих субъектов отрасли киноиндустрии. Однако возможный эффект для обеих сторон является до сих пор недооцененным и нуждается в более глубоком анализе.

Использование территориальных ресурсов для развития и поддержки киноотрасли

Современная российская киноиндустрия становится одной из наиболее привлекательных отраслей культуры, которая способна вовлекать различные виды материальных и нематериальных ресурсов регионов: природно-пространственных, историко-архитектурных, институциональных, интеллектуальных и т.д. В развитие региональной киноиндустрии постепенно включаются те ресурсы, потенциал которых не мог быть задействован ранее³. В регионах

² Сидорова А.Д. Роль маркетинга в деятельности малых и средних предприятий на основе комплексного изучения рынка киноиндустрии // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. № 3. 2015. С. 163–175.

³ Леонтьева Л.С., Воронов А.С., Доронина И. Управление ресурсами при развитии предпринимательского потенциала региона // Государственное управление. Электронный вестн. № 67. 2018. С. 203–222.

на всех уровнях производства, продвижения, проката возникают дополнительные условия для повышения экономической безопасности отрасли.

По мнению П.А. Алексеевой и В.В. Покитко, согласно современному российскому законодательству, на федеральном уровне формируются экономические и правовые основы для поддержки киноотрасли⁴. К ним относятся «разработка проекта законов и иных нормативных правовых актов в области кинематографии, разработка и реализация федеральных программ по сохранению и развитию кинематографии, участие в разработке федерального бюджета в части расходов на кинематографию, координация развития инфраструктуры кинематографии и т.д.»⁵. В приказе Министерства культуры России 07.02.2019 «Об основных принципах государственной поддержке кинопроизводства в 2019 г.» определяются типы национальных фильмов, получающих государственную поддержку. К ним относятся социально значимые полнометражные фильмы (военно-исторические, сложно-постановочные, полнометражные авторские и экспериментальные фильмы; неигровые фильмы, связанные с количеством экспедиций за пределы региона нахождения киностудий⁶.

Наряду с федеральными программами появляются региональные программы участия в кинопроцессе на уровнях кинопроизводства, кинопроката и кинопоказа.

В течение последних 5–6 лет в ряде субъектов Российской Федерации наблюдается тенденция активизации регионального кино. Эти регионы могут выполнять некоторую пилотную функцию по формированию модели учета территориальных возможностей развития кинопроизводства. В перспективе к их числу могут относиться как экономически развитые регионы и муниципальные образования, так и те территории, которые имеют структурные проблемы, связанные с депрессивным характером развития: высокий уровень безработицы, наличие на территории большого количества неиспользуемых объектов промышленного назначения,

⁴ Алексеева П.А., Покитко В.В. Основные направления совершенствования системы государственной поддержки кинематографии // Петербургский экономический журнал № 4. 2016. С. 68–78.

⁵ О государственной поддержке кинематографии № 126-ФЗ от 26 августа 1996 г. (дата обращения 20.04.2019).

⁶ Приказ Министерства культуры России 07.02.2019 «Об основных принципах государственной поддержки кинопроизводства в 2019 г.» (дата обращения: 20.04.2019).

архитектурных памятников, нуждающихся в реставрации и т.д. Подобная ситуация существует, например, в старопромышленных моногородах, сохранивших свой исторический облик, но утративших свой экономический потенциал, а также в целых монорегионах⁷. Киноиндустрия способна стать локомотивом их будущего развития. Реальная оценка возможности использования региональных ресурсов позволит сформировать не только спонтанное территориальное размещение хозяйствующих субъектов киноиндустрии, но определить и поддержать сопряженное развитие предпринимательства в других сферах (инфраструктура гостеприимства, туризм, транспорт, профессиональное образование в различных сферах).

На основании рейтинга, составленного Союзом Кинематографистов России «О состоянии кинематографии в регионах РФ» на региональном уровне активизирован активный процесс по совершенствованию региональной нормативной правовой базы в сфере регулирования и поддержки кинематографии:

- в 8 субъектах РФ имеется отдельный законодательный акт по вопросам регулирования и поддержки кинематографии;
- в 13 субъектах РФ на институциональном уровне (органе исполнительной власти региона) закреплены функции регулирования и поддержки кинематографии;
- в 19 субъектах РФ реализуются кинопроекты в форме государственно-частных или муниципально-частных партнерств по поддержке киноотрасли на разных этапах производства, продвижения и проката фильмов;
- по аналогии с Фондом поддержки кино России наблюдается тенденция по созданию фондов поддержки регионального кино⁸.

С 2016 г. в национальном масштабе в качестве пилотного проекта запущена система рибейтов при кинопроизводстве фильмов, представляющая собой возврат производителям части расходов на производство кинопродукции из региональных бюджетов, на территории которых осуществляется съемочный процесс. Подобная практика имеет значительную мировую историю в других странах, где киноотрасль не приобрела такого высокого уровня простран-

⁷ Горячева Т.А. Устойчивое развитие старопромышленных городов и регионов // Транспортное дело России. 2005. № 5. С. 154–156.

⁸ Союз кинематографистов России составил рейтинг состояния кинематографии в регионах РФ // Союз кинематографистов Российской Федерации. 2016. URL: <https://unikino.ru//regions-rating-cinema-2016/> (дата обращения: 15.05.2019).

ственной централизации, как в Российской Федерации (Австралия, Великобритания, Франция, США)⁹.

Следует отметить, что в регионах создаются кинокомиссии как некоммерческие общественные организации, которые поддерживают работу кинематографистов во время производства фильмов на конкретных территориях, формирующих региональные концепции поддержки киноотрасли. Подобная политика способствует диверсификации финансовых рисков благодаря возвратным средствам из региональных бюджетов¹⁰.

К концу 2017 г. в России действовали 11 кинокомиссий, 4 из них (представлено в табл. 1) реально располагаются условием по выплате рибейтов за счет нормативно установленных сумм из регионального бюджета.

Таблица 1

Системы пилотных рибейтов в регионах РФ¹¹

Субъект РФ	Процент возврата от сметы затрат	Сумма, выделенная под рибейт
Приморский край	15%	до 5 млн руб. на проект
Калининградская область	20%	до 20 млн руб. на проект
Иркутская область	20%	до 20 млн руб. на проект
Ульяновская область	20–40%	до 20 млн руб. на проект

Региональные кинокомиссии должны взять на себя роль драйвера по ускорению и оптимизации процесса съемок федеральными крупными кинокомпаниями на территории регионов, что должно

⁹ Белова Е.Д. Территориальные различия в уровне развития киноиндустрии стран мира // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер. 5. География. 2018. № 1(1). С. 57–65.

¹⁰ Тевелева О.В., Татарников А.С. Зарубежный и отечественный опыт финансирования кинопроизводства и диверсификации рисков при инвестировании в кино // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2013. № 40(178). С. 32–40; Лайков А.Ю. Кинобизнес в России: ограничения и риски развития // Менеджер кино. 2010. № 2. С. 30–35; Хитрова Е.М. Методы оценки регионального риска и управления им // Известия БГУ. 2008. № 2(58). С. 56–59.

¹¹ Составлено по «Семь регионов присоединились к программе рибейтов» <https://asi.ru/news/64901/>; Как работает кинокомиссия приморского края <https://www.the-village.ru/village/weekend/industry/289340-kinokomissiya-primorskogo-kraja/>; Кинокомиссия Калининграда <https://cinema39.ru/kinokomissiya/>; Сибирская кинокомиссия <http://filminsiberia.ru> (дата обращения: 15.04.2019).

оптимизировать и снизить затраты на производства фильмов за счет региональных ресурсов.

Таблица 2

Правовые и финансовые основания функционирования системы рибейтов в регионах РФ

Регион	Нормативный акт	Реализуемый кинопродукт	Сумма выплат
Приморский край	Постановление Администрации Приморского края от 31.10.2016 № 504 ПА	«На районе»	5 млн руб.
Калининградская область	Постановление Правительства Калининградской области от 17.06.2017 № 365	«Черные бушлаты», «Желтый глаз дракона», «Живой», «Золотая парочка», «На Париж»	14,4 млн руб.
Ульяновская область	Постановление правительства Ульяновской области от 19.06.2017 № 352П	«Морские дьяволы»	3 млн руб.
Иркутская область	Соглашение о сотрудничестве в области развития кино и телепроизводства на территории Иркутской области между АНО «АСИ», Ассоциации продюсеров кино и телевидения и губернатором Иркутской области	Реализованных проектов нет	Выплат нет
Астраханская область	Приказ Министерства культуры и туризма Астраханской области о создании кинокомиссии	Реализованных проектов нет	Выплат нет Механизм возврата не предусмотрен

В Республиках Крым, Карелия, Татарстан, Башкортостан благодаря усилиям региональный инициативных кинематографических групп, предпринимательских структур с частичной поддержкой правительств республик созданы кинокомиссии. Формируется

ресурсная, профессиональная и информационная база для развития региональной киноиндустрии. В этих регионах должны быть созданы условия для производителей контентов. Регионы отбираются в зависимости от их транспортной и производственной доступности, а также от разнообразия природных площадок и узнаваемых разнообразных ландшафтов. Однако пока в этих регионах нормативно не разработан механизм возврата финансовых средств на условиях рибейтов. По мнению Е.В. Смолокурова, перспективным ресурсом финансирования кинопроектов может стать краудфандинг, совместное финансирование проектов интернет пользователей. Автор считает, что этот инструмент может быть использован для финансовой поддержки малобюджетных региональных кинопроектов¹².

Кинокомиссии выступают новыми институтами обеспечения экономической безопасности за счет перераспределения части ресурсных рисков на региональные и муниципальные местные бюджеты и предпринимательские структуры¹³. За счет развития региональных сервисных компаний по взаимодействию с региональными комиссиями осуществляется:

- консультация по выбору локаций съемок в регионах;
- формирование баз данных по актерам из региональных театров, которые могут быть задействованы на ведущие и эпизодические роли;
- консультации по наличию специальной техники (осветительной, пиротехнической, постановочной), по реквизиту и костюмам, по предоставлению транспортных услуг, размещению и питанию на съемочных площадках;
- получение разрешения на проведения съемок;
- консультации по вопросам возможности регионального финансирования в виде рибейтов;
- PR поддержка и освещение кинопроектов за счет координации работы со СМИ;
- обеспечение всех видов безопасности во время съемок (МЧС, ГИБДД, скорая медицинская помощь).

По данным Союза кинематографистов РФ на территории 5 субъектов Российской Федерации осуществляется производство

¹² Смолокуров Е.В. Тенденции и проблемы развития киноиндустрии в Российской Федерации // Петербургский экономический журнал. 2013. № 4. С. 41.

¹³ Огурчиков П.К. Управление рисками в российском кинобизнесе // Вестн. ун-та ГУУ. 2013. № 2. С. 77–84.

полнометражных фильмов внешними студиями на постоянной основе. На территории 40 субъектов осуществляются отдельные проекты. К сожалению, распределение сервисных компаний не попадает в общую статистику, поскольку для большинства из них этот вид услуг не является основным.

По мнению О. Иванова, руководителя проектного офиса Министерства Культуры ФГБУК «Роскульпроект», в отечественном кинематографе наблюдается бум регионального кино¹⁴. Он осуществляется по всем направлениям: по производству региональных фильмов, по показу региональных фильмов в кинотеатрах. В региональных бюджетах ряда территорий закладываются определенные средства для поддержки кинопроизводства на местном уровне. Цель их использования не всегда напрямую связана с кинопроизводством. Так, в целом ряде исторических городов как Ульяновск, Ярославль, Углич, Нижний Новгород и др., которые являются привлекательными для киносъемок, осуществляется реставрация старинных зданий, внутригородских ландшафтов, поддержка организаций малого и среднего бизнеса, осуществляющих сервисные услуги для кинокомпаний.

Процессам кинопродвижения способствуют региональные кинофестивали, которые не только ускоряют доступ российского и регионального кино зрителям, но и влияют на общую социокультурную среду регионов. На территории субъекта федерации могут проводиться кинофестивали международного, федерального, регионального масштабов. Из 157 фестивалей 99 проводятся в регионах России, не считая Москвы и Санкт-Петербурга. 69 региональных фестивалей имеют международный статус, 24 — всероссийский статус, 6 — региональный. При этом поддержку Министерства культуры России имеют 38 международных, всероссийских и региональных фестивалей. Как правило, регионы используют кинофестиваль не только для укрепления регионального и межрегионального сообщества, но и для формирования позитивного имиджа региона с учетом территориальных особенностей. Это позволяет обоснованно подойти к выбору факторов, влияющих на зрительскую аудиторию, сформулировать приемлемые варианты тактической реализации стратегии развития киноиндустрии в регионе и продвижение инновационных продуктов регионального кино на местных рынках.

¹⁴ Россия переживает бум провинциального кино // Взгляд. URL: <https://vz.ru/culture/2017/12/28/901706.html> (дата обращения: 11.05.2019).

Создаются правовые экономические условия для показа национальных фильмов в населенных пунктах Российской Федерации с численностью населения до 500 000 чел. государственными и некоммерческими организациями, осуществляющими показ фильмов¹⁵.

Вследствие разрушения системы кинопоказа в 90-е гг. и необдуманной приватизации единственных кинотеатров в малых и средних городах, закрытия клубных организаций с залами кинопоказа в сельских населенных пунктах, возникла современная диспропорция по регионам и территориям страны. По этим причинам в городах с населением не более 300 000 чел. возник неудовлетворенный спрос на качественный кинопоказ. Важность реконструкции старых и открытия новых кинозалов и кинотеатров в малых городах определяется как необходимостью преодоления разрыва между объемом кинопроизводства национальной продукции, так и расширением рынка качественного кинообслуживания. Поддержка этих процессов со стороны федерального бюджета важна для модернизации отрасли в целом и для решения значимых социально-культурных задач общегосударственного масштаба. Впервые за последние 30 лет по инициативе Министерства культуры России запущена в 2016 г. комплексная программа кинофикации регионов, было выделено 2155 млрд руб. на переоборудование 437 кинозалов по всей стране¹⁶. В это число вошли кинозалы преимущественно в малых городах. Сбор заявок на реконструкцию осуществлялся на основе предложений департаментов культуры региональных администраций. Как отмечает Е.Ю. Колобова, налоговая политика государства в сфере кинематографии оказывает положительное влияние на развитие регионального кинопроката в виде специального налогового режима. Согласно статье 149 Налогового кодекса РФ деятельность кинотеатров освобождается от налогообложения, т.е. НДС составляет 0%¹⁷.

Согласно Федеральной программе восстанавливаются и создаются новые организации кинопоказа. Они, как правило, функциони-

¹⁵ Постановление Правительства от 26 января 2016 г. № 38 «Правила предоставления субсидий из федерального бюджета на поддержку кинематографии». URL: <https://base.garant.ru/71316708/> (дата обращения: 27.05.2019).

¹⁶ Молчанова Н.П. Финансирование кинематографии как высокорискового вида деятельности // Вестн. ВГИК. № 2 (36). С. 108–119.

¹⁷ Колобова Е.Ю. Формирование системы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа // Петербургский экономический журнал. 2017. № 2. С. 163.

руют на новых экономических условиях в рамках территориальных социально-культурных центров, имеющих разные организационно-правовые формы. Наряду с государственными источниками финансирования реализуются возможности привлечения частного бизнеса для создания государственно-частных и регионально-частных партнерств. Объекты недвижимости, которые могут быть использованы для восстановления и развития кинопроката, передаются на условиях концессии предпринимательским структурам при условии обеспечения жителей данной территории современными кинотеатрами и кинозалами.

Согласно проведенному в Год кино анализу состояния киноиндустрии в 70 регионах РФ, в разделе кинопроката было выявлено, что современными кинозалами в среднем по региону представлена следующая градация:

- более 4 залов на 100 тыс. жителей — в 12 субъектах РФ (17%);
- от 2 до 4 залов на 100 тыс. жителей — в 28 регионах РФ (40%);
- менее 2 залов на 100 тыс. жителей — в 30 регионах РФ (43%)¹⁸.

Учитывая, что в России наблюдается бум регионального кино, все больше этот процесс затрагивает и региональный прокат. В кинотеатрах регионов лидеров по региональному кинопроизводству (Якутия, Татарстан, Башкортостан) демонстрируются до 30 фильмов, снятых местными киносообществами. На постоянно основе фильмы регионального производства демонстрируются в 9 субъектах Российской Федерации¹⁹. Решение вопросов обеспечения кинопоказом жителей тех малых городов и населенных пунктов, которые не имеют стационарных оборудованных кинозалов, возможно с восстановлением системы передвижных киноустановок современного поколения. По данным того же исследования на постоянной основе восстановления этого типа кинопроката осуществляется в 25 регионах российской федерации. Особенно важно развитие передвижного кинопроката в тех малочисленных и отдаленных населенных пунктах, где отсутствует полноценный доступ к современным средств связи.

Таким образом, активизация использования ресурсного потенциала регионов для децентрализации отрасли киноиндустрии на этапе производства и продвижения, восстановления старых и

¹⁸ Союз кинематографистов России составил рейтинг состояния кинематографии в регионах РФ // Союз Кинематографистов Российской Федерации. 2016. URL: <https://unikino.ru//regions-rating-cinema-2016/> (дата обращения: 15.05.2019).

¹⁹ Россия переживает бум провинциального кино // Взгляд. 2017. URL: <https://vz.ru/culture/2017/12/28/901706.html> (дата обращения: 11.05.2019).

развития новых форм кинопроката создает условия для устойчивого пространственного развития не только самой отрасли, но и тех регионов, потенциал которых пока не полностью задействован.

Влияние киноиндустрии на формирование привлекательного позитивного имиджа регионов

Для комплексной поддержки развития киноиндустрии в регионах необходима разработка реальной оценки степени воздействия этой отрасли на общие социально-экономические процессы и формирования узнаваемого положительного имиджа территории. Подобный подход направлен на проведение комплексного анализа влияния составляющих киноиндустрии (кинопроизводство, кинопрокат и кинопоказ) на социально-культурную среду региона, динамику региональных и муниципальных бюджетов, количество создания новых рабочих мест. Подобный анализ направлен на выявление скрытых резервов региональной экономики, которые могут быть задействованы не только на объектах кинопроизводства, но и в других сопряженных сферах деятельности, способен повысить инвестиционную привлекательность региональной киноотрасли²⁰. По мнению Д.А. Шевченко, «у каждого блага существует базовая функциональная ценность или полезность, к которой можно добавлять дополнительные услуги, создающие вторичную полезность самой разной природы. Дополнительные услуги на кинорынке варьируются в зависимости от канала распределения кинокартин»²¹. Определение рейтинга регионов по уровню влияния киноиндустрии на их территориях на экономическое развитие может быть использовано федеральными и региональными властями для формирования взвешенной политики по определению мер поддержки регионального кино. Для повышения объективности к процедуре оценки могут быть привлечены заинтересованные эксперты из разных профессиональных групп (представители властей региона, деятели киноиндустрии, заинтересованные в продвижении своих проектов на территории, предприниматели, потенциальные инвесторы, представители общественных сообществ). Роль узнаваемых кинобрендов отдельных городов в стратегическом развитии территорий трудно

²⁰ Аракелян А.М. Формирование условий повышения инвестиционной привлекательности киноотрасли в России // Сервис PLUS. 2016. Т. 10. № 2. С. 74–78.

²¹ Шевченко Д.А. Киномаркетинг — теория и практика продвижения // Практический маркетинг 2013. № 12 (202). С.10.

переоценить. Использование социокультурных ресурсов в формировании имиджа регионов подробно описал в своем исследовании «Маркетинг мест» Филип Котлер, однако в этом исследовании не рассматривается специфически региональный киноресурс²².

Определим основные признаки формирования экспертных оценок, позволяющих определить степень влияния региональной киноиндустрии на формирования положительного имиджа региона:

- степень проявления имиджа;
- качество состояния имиджа;
- степень исключительности имиджа;
- степень устойчивости имиджа;
- уровень управляемости имиджа.

Диагностика степени влияния киноиндустрии на положительный имидж региона осуществляется по следующим структурным составляющим:

- социальный имиджа региона;
- ресурсный имидж региона;
- визуальный имидже региона;
- имидж регионального рынка товаров и услуг.

Таблица 3

Матрица диагностики степени влияния киноиндустрии на положительный имидж региона²³

1.	Состояние признаков имиджа Структурные составляющие имиджа региона	Социальный имидж региона
2.	Степень проявления имиджа (выражен сильно, слабо, неопределенно)	Определяется степень влияния киноиндустрии на занятость, структуру досуга населения, направление качества социальных программ, уровень социальной стабильности (снижение уровня преступности)
3.	Качество состояния имиджа (позитивный, негативный)	Занятость растет/падает, структура досуга улучшается/ухудшается, качество социальных программ повышается/понижается, уровень преступности снижается

²² Котлер Ф. Маркетинг мест. СПб.: Стокгольм. Школа Экономики, 2005.

²³ Табл. 3–6 составлены автором на основе методики, представлений в монографии Леонтьевой Л.С. «Совокупная организационная культура (региональный аспект)» Моск. междунар. высш. шк. бизнеса «МИРБИС» (Институт), Ин-т гос. и муницип. упр. МУБиНТ. С. 110–117.

4.	Степень исключительности (стандартный, уникальный, традиционный)	Благодаря развитию региональной киноиндустрии формируется уникальный социальный имидж, используются стандартные правила кинопроизводства на территории, социальная ситуация не меняется
5.	Степень устойчивости (стабильный, нестабильный)	Формируется/не формируется стабильная система взаимодействия между субъектами киноиндустрии и хозяйствующей системой региона, что позволяет менять/не менять социальную ситуацию
6.	Уровень управляемости (спонтанный, управляемый)	В регионе существует/не существует правовая система регулирования или поддержки кинематографии (наличие правовых актов, отдельного подразделения с функцией управления, проекты в форме ГЧП)

Таблица 4

Матрица диагностики степени влияния киноиндустрии на ресурсный имидж региона

1.	Состояние признаков имиджа Структурные составляющие имиджа региона	Ресурсный имидж региона
2.	Степень проявления имиджа (выражен сильно, слабо, неопределенно)	Степень использования всех видов материальных/нематериальных ресурсов региона в сфере киноиндустрии
3.	Качество состояния имиджа (позитивный, негативный)	Влияние киноотрасли на улучшение состояния ресурсов региона (кадровых, материальных, финансовых и т.д.)
4.	Степень исключительности (стандартный, уникальный, традиционный)	Повышение степени узнаваемости региона за счет продвижения уникальных ресурсов киноиндустрией
5.	Степень устойчивости (стабильный, нестабильный)	Наличие баланса интересов по длительному использованию и воспроизводству ресурсов между регионом и организациями киноиндустрии
6.	Уровень управляемости (спонтанный, управляемый)	Наличие системы договоров между регионом и организациями киноиндустрии на использование и воспроизводство ресурсной базы

**Матрица диагностики степени влияния киноиндустрии
на визуальный имидж региона**

1.	Состояние признаков имиджа Структурные составляющие имиджа региона	Визуальный имидж региона
2.	Степень проявления имиджа (выражен сильно, слабо, неопределенно)	Степень представленности узнаваемых символических мест региона в продуктах и услугах киноиндустрии
3.	Качество состояния имиджа (позитивный, негативный)	Формирование позитивной коннотации при упоминании региона в продукции киноиндустрии
4.	Степень исключительности (стандартный, уникальный, традиционный)	Выявление и продвижение средствами киноиндустрии уникальных, ранее неизвестных природных, исторических, событийных артефактов
5.	Степень устойчивости (стабильный, нестабильный)	Составление баз данных по символам узнаваемости региона для использования на всех этапах киноиндустрии
6.	Уровень управляемости (спонтанный, управляемый)	Включение в договоры обязательного пункта об упоминании и визуальном включении в кинопродукты символом узнаваемости региона как условия рибейтов

**Матрица диагностики степени влияния киноиндустрии
на имидж регионального рынка товаров и услуг**

1.	Состояние признаков имиджа Структурные составляющие имиджа региона	Имидж регионального рынка товаров и услуг
2.	Степень проявления имиджа (выражен сильно, слабо, неопределенно)	Влияние киноиндустрии на повышение качества сервисный культуры региона, использование региональных кинобрендов в производстве товаров для повышения их цены
3.	Качество состояния имиджа (позитивный, негативный)	Использование позитивной коннотации при реализации регионального бренда товаров и услуг

4.	Степень исключительности (стандартный, уникальный, традиционный)	Использование уникальных характеристик для продвижения региона при организации кинематографического туризма и региональных кинофестивалей
5.	Степень устойчивости (стабильный, нестабильный)	Участие в региональных и всероссийских выставках с использованием кинобренда региона
6.	Уровень управляемости (спонтанный, управляемый)	Разработка положения по product placement региональных товаров и услуг как части договорной политики с организациями киноиндустрии

Воздействие киноиндустрии на формирование отличительных признаков социально-экономической среды региона формирует ряд специфических эффектов, которые могут иметь прямой, косвенный и латентный характер²⁴. Производство фильмов и развитие кинопроката оказывает прямое воздействие на динамику валового регионального продукта, благодаря дополнительным поступлениям в региональные бюджеты. Благодаря развитию региональной киноиндустрии создаются новые рабочие места, развиваются новые региональные киношколы, появляются новые, не характерные ранее для региона профессиональные сообщества. Также коммерциализируются нематериальные ресурсы регионов (историко-архитектурное наследие, уникальные ландшафты).

Косвенный эффект проявляется в активизации использования при производстве фильмов традиционных ремесел, специфических региональных традиций фольклора как создания привлекательного и узнаваемого имиджа территории. Возникает особый вид регионального туризма — кинематографический, который связан с использованием наследия съемок (декораций, костюмов) для привлечения посетителей²⁵. Своеобразный бум тот или иной регион, как правило, переживает после выхода в прокат того или иного фильма. Примером использования нематериального ресурса зрительских впечатлений для поддержания кинематографического имиджа могут быть Баку (после выхода фильма «Бриллиантовая рука»), Ростов Великий (после выхода фильма «Иван Васильевич меняет профессию») и т.д.

²⁴ Белова Е.Д. Цит. соч. С. 57.

²⁵ Власова М.Ю. Культурное наследие и искусство как составляющая брендинга городов // Известия УрГЭУ. № 6(38) 2011. С. 57.

Латентный эффект связан с формированием повышения качества проведения свободного времени для всех слоев населения²⁶, особенно подростков и молодежи, создания условий для сопричастности к творческому времяпрепровождению (участие в массовых сценах, получение временной занятости при производства кинопродукта и организации региональных фестивалей).

Устойчивость процессов развития киноиндустрии на региональном уровне характеризует важность этой отрасли культуры как современного драйвера социально-экономического развития субъектов РФ. С одной стороны, это является проявлением положительной децентрализации кинематографии, направленной на формирование новых киноцентров на карте России, в которых прослеживается осуществление полного цикла кинопроизводства (производство, прокат, показ). С другой стороны, появляются новые институты, заинтересованные в создании механизмов экономической безопасности киноиндустрии на региональном уровне, в защите, преумножении и воспроизводстве уникальных интеллектуальных, кадровых, историко-культурных ресурсов. Проведенное автором исследование доказывает наличие устойчивого взаимовлияния позитивных тенденций продвижения киноиндустрии в регионы и изменение состояния отрасли благодаря использованию специфических особенностей территорий.

Список литературы

Аракелян А.М. Формирование условий повышения инвестиционной привлекательности киноотрасли в России // Сервис PLUS. 2016. Т. 10. № 2. С. 74–78.

Алексеева П.А. Покитко В.В. Основные направления совершенствования системы государственной поддержки кинематографии // Петербургский экономический журнал. 2016. № 4. С. 68–78.

Белова Е.Д. Территориальные различия в уровне развития киноиндустрии стран мира // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. География. 2018. № 1. С. 57–65.

Власова М.Ю. Культурное наследие и искусство как составляющая брендинга городов // Известия УрГЭУ. 2011. № 6 (38). С. 56–61.

Горячева Т.А. Устойчивое развитие старопромышленных городов и регионов // Транспортное дело России. 2005. № 5. С. 154–156.

²⁶ *Ивонинский А.Н.* Социальная диверсификация предприятий кинопоказа // ПСЭ. 2015. № 2 (54). С. 398–400.

Ивонинский А.Н. Социальная диверсификация предприятий кинопоказа // ПСЭ. 2015. № 2 (54). С. 398–400.

Лайков А.Ю. Кинобизнес в России: ограничения и риски развития // Менеджер кино. 2010. № 2. С. 30–35.

Кокорин А.М. Формирование базовых принципов экономической безопасности в киноиндустрии (часть I) // Государственное управление. Электронный вестн. 2018. № 71.

Кокорин А.М. Формирование базовых принципов экономической безопасности в киноиндустрии (часть II) // Государственное управление. Электронный вестн. 2019. № 73.

Колобова Е.Ю. Формирование системы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа // Петербургский экономический журнал. 2017. № 2. С. 155–164.

Котлер Ф. и др. Маркетинг мест СПб., Стокгольм: Школа Экономики, 2005. 367 с.

Леонтьева Л.С. Совокупная организационная культура (региональный аспект). Моск. междунар. высш. шк. бизнеса «МИРБИС» (Институт), Ин-т гос. и муницип. упр. МУБиНТ, 2004.

Леонтьева Л.С., Воронов А.С., Доронина И.Э. Управление ресурсами при развитии предпринимательского потенциала региона / Под ред. Л.С. Леонтьева, А.С. Воронов, И.Э. Доронина // Государственное управление. Электронный вестн. 2018. № 67. С. 203–222.

Молчанова Н.П. Финансирование кинематографии как высокорискового вида деятельности // Вестн. ВГИК 2018. № 2 (36). С. 108–119.

Огурчиков П.К. Управление рисками в российском кинобизнесе // Вестн. ун-та ГУУ. 2013. № 2. С. 77–84.

Сидорова А.Д. Роль маркетинга в деятельности малых и средних предприятий на основе комплексного изучения рынка киноиндустрии // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. 2015. № 3. С. 163–175.

Смолокуров Е.В. Тенденции и проблемы развития киноиндустрии в Российской Федерации // Петербургский экономический журнал. 2013. № 4. С. 38–44.

Тевелева О.В., Татарников А.С. Зарубежный и отечественный опыт финансирования кинопроизводства и диверсификации рисков при инвестировании в кино // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2013. № 40 (178). С. 32–40.

Хитрова Е.М. Методы оценки регионального риска и управления им // Известия БГУ. 2008. № 2 (58). С. 56–59.

Шевченко Д.А. Киномаркетинг — теория и практика продвижения // Практический маркетинг. 2012. № 12 (202). С. 3–1.

Россия переживает бум провинциального кино // Взгляд. 2017. URL: <https://vz.ru/culture/2017/12/28/901706.html>

Союз кинематографистов России составил рейтинг состояния кинематографии в регионах РФ // Союз Кинематографистов Российской Федерации, 2016. URL: <https://unikino.ru//regions-rating-cinema-2016/>

Приказ Министерства культуры России 07.02.2019 «Об основных принципах государственной поддержки кинопроизводства в 2019 г.».

О государственной поддержке кинематографии №126-ФЗ от 26 августа 1996 года. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11454/

Постановление Правительства от 26 января 2016 г. № 38 «Правила предоставления субсидий из федерального бюджета на поддержку кинематографии». URL: <https://base.garant.ru/71316708/>