

Правда, ложь, или статистика

Ксения Леонтьева, аналитик Невафильм Research

В последнее время все чаще практически во всех киноотраслях компании сталкиваются с проблемами, которые носят системный стратегический характер и могут повлиять на конкурентоспособность всей отечественной кинематографии в долгосрочном периоде.

Прежде всего, к проблемам этого плана относится кадровый дефицит, который уже сейчас оказывает серьезное влияние на кинопроизводство. Менее очевидна нехватка квалифицированного персонала в прокате и показе, однако и здесь она становится все более заметна по мере усиления конкуренции на этих рынках.

Другая немаловажная стратегическая проблема, о которой, к сожалению, мало говорится в последнее время – это проблема фрагментарности и некачественности статистических данных о работе предприятий кинематографии, прежде всего киносети (самой многочисленной по составу предприятий киноотрасли).

В чем причина

Проблема киностатистики в России имеет две стороны: первая заключается в несовершенстве отечественной терминологии в сфере кинопоказа и в несоответствии единиц статистической отчетности мировым стандартам; вторая же сторона проблемы связана с отсутствием обязательного порядка предоставления статистических данных всеми участниками рынка кинозрелищных услуг

Что касается терминологической проблемы, то приведем пару примеров ее проявления. Основным понятием, до сегодняшнего дня применяемым в статистической отчетности в РФ, является киноустановка – согласно ОСТ 19-154-94, это помещение, приспособленное для кинопоказа, размещения и обслуживания зрителей.

Именно киноустановка, по определению отечественной государственной статистики, является основной единицей рынка. Как правило, под этим подразумевается не отдельный кинопроекторный аппарат (или система постов для показа одного кинофильма), т.е. кинозал – принятый в общемировой практике, – но комплекс, предназначенный для показа фильмов: при этом ничего не говорится о количестве залов на его территории. В результате такой неясности определения, каждый региональный орган государственной статистики самостоятельно трактует понятие киноустановки при подсчете данных по региону.

Кроме того, официальная статистика не учитывает сегодня уровень качества обслуживания зрителей, наличие современного оборудования в кинотеатре и возможности предоставления услуг в соответствии с требованиями рынка (имеется в виду деление кинотеатров на современные, старого типа и номинальные, которые вообще давно отказались от уставной деятельности, но числятся в качестве кинотеатров; не выделяются также некоммерческие киноплощадки, залы неполного дня работы).

Таким образом, в качестве киноустановки современный справочник по статистике кинематографии может одинаково отразить и многозальный мультиплекс, и кинопроектор, установленный в санатории или детском летнем лагере, хотя очевидно, что они будут оказывать совершенно разное влияние на кинорынок региона.

Большинство терминов российской статистики в настоящее время не отвечают в полной мере современным реалиям отечественного и мирового рынка кинопоказа. В то время как в зарубежной практике используется ясная терминология. Так, в ежегодных отчетах о состоянии европейского рынка кинопоказа исследовательской группы Media Sales, помимо стандартных единиц кинорынка (кинотеатров – cinemas, и экранов – screens), фигурируют следующие показатели состояния киносети: мультиплекс (multiplex) – кинотеатр с 8-ю и более залами; кинотеатр арт-хаусного и экспериментального кино (art cinema); уровень концентрации (business concentration) – общая доля рынка, на основе валового сбора, трех крупнейших киносетей; количество жителей на экран (number of inhabitants per screen); плотность киноэкранов (screen density) – количество киноэкранов на 100 тысяч жителей; и др.

Как можно заметить, подобный терминологический аппарат позволяет получить достаточно полную информацию о состоянии рынка. Частично эти категории используются и в российской исследовательской практике, однако по большей части к

расчету данных показателей прибегают независимые эксперты, а не государственные органы статистики.

Несоответствие российского и зарубежного понятийного аппарата ведет к сложности и ошибкам оценки состояния рынка, а также препятствует возможности адекватного сравнения отечественного и мирового положения в сфере кинопоказа.

Кто в ответе

Второе направление проблемы киностатистики России заключается в том, что после разрыва единой системы управления кинопрокатом и киносетью страны и отмены обязательных сборов статистической информации, данные стали поступать далеко не от всех кинотеатров. Поскольку статистическая отчетность носит сейчас добровольный характер и многие операторы киносетей рассматривают эту информацию в качестве коммерческой тайны, поэтому говорить об уровне кинопосещаемости на территории страны можно лишь приблизительно.

Основными источниками статистики проката и киносети сегодня являются независимые третьи стороны, в частности издание «Кинобизнес Сегодня», которое сотрудничает с дистрибьюторами и аккумулирует сведения о результатах проката картин на территории России и стран СНГ. Компания «Невафильм» ведет собственную базу современных кинотеатров России и самостоятельно отслеживает все изменения, происходящие среди участников рынка кинопоказа.

Однако предоставляемые независимыми исследователями сведения обладают рядом недостатков.

Информация, получаемая исследователями при помощи лишь собственных ресурсов (без поддержки директив, обязывающих участников рынка сотрудничать с аналитиками), может быть неполной. Ограниченность ресурсной базы исследователей также может сказываться на оперативности получения и проверки информации.

Что касается данных о результатах проката фильмов, недостатки существующей сегодня системы сбора сведений заключаются, во-первых, в том, что данные, которые поступают в распоряжение исследователей, не являются, строго говоря, официальными. Они формируются исключительно «со слов» участников рынка и не подтверждаются документально.

Во-вторых, система сбора данных на сегодняшний день не дает возможности получения информации о состоянии кинорынка на уровне различных пространственных срезов. Дистрибьюторы в своих отчетах разделяют посещаемость и валовые сборы на Украине и в других странах СНГ, включая Россию, тогда как сейчас рынки отдельных стран (таких как Казахстан) постоянно растут и уже не могут быть безболезненно интегрированы в данные о российском прокате – это ведет к искажениям статистики. Кроме того, сегодня не существует статистики по отдельным городам и регионам России: частично имеются данные по Москве, тогда как кинорынки Санкт-Петербурга и других городов миллионников не могут быть оценены объективно с помощью статистики.

Отметим, что государственные органы управления кинематографией осознают проблему отсутствия единого информационного пространства киносети и кинопроката и пытаются бороться с ней. В частности, в Федеральной целевой программе «Культура России (2001-2005)» было намечено введение обязательной государственной системы единых электронных кинобилетов, предусматривающей не только применение стандартизированной формы билетов, но и создание единого информационного пространства для учета посещаемости кинозалов страны и кассовых сборов от проката фильмов. Однако, к сожалению, по ряду причин до сегодняшнего момента эта цель не была достигнута.

Что можно сделать

Как и в случае с терминологической базой, обратимся к зарубежному опыту организации системы сбора данных в сфере кинематографии.

Существует три пути организации системы статистики: сбор может осуществляться государственным органом управления кинематографией (так работает французская система: ответственный орган здесь Национальный центр кинематографии – CNC); второй путь – работа торгово-промышленных палат (так, в Нидерландах эти функции берет на себя сообщество кинодистрибьюторов при Национальной торговой

ассоциации); третий способ – поручение сбора сведений независимым исследовательским компаниям (таким как AC Nielsen-EDI, Dodona Research и др. – эта система работает в США, Великобритании).

Каков бы ни был выбранный способ организации сбора данных, за рубежом он всегда обеспечивает получение информации как по результатам проката кинофильмов, так и по работе отдельных кинотеатров. Причем возможна комбинация этих данных в любом сочетании: т.е. теоретически можно получить сведения о сборах конкретного фильма в конкретном кинозале. Другое дело, что обязательства защиты конфиденциальности данных, которые берет на себя статистический центр, позволяют выдачу разумно детализированных справок. При этом доступ к необходимой информации имеют все участники рынка.



Сбор данных статистическими центрами осуществляется по двум основаниям: в соответствии с законодательными решениями (так, во Франции данные обязаны предоставлять все кинотеатры по условиям лицензирования их деятельности) или же на основе договоренности между участниками рынка и заключенным с Торговыми палатами соглашения (или контрактами – с исследовательскими компаниями).

Наши предложения

Подводя итоги, отметим основные меры, принятие которых, на наш взгляд, может способствовать решению проблемы статистической отчетности в российских киноотраслях, которые способны повысить конкурентоспособность всей отечественной кинематографии.

- Создание комиссии по гармонизации терминологии и разработке форм единой статистической отчетности в соответствии с европейскими и мировыми стандартами;

- Решение проблемы конфиденциальности информации о работе кинотеатров, предоставляющих сведения о посещаемости и валовых сборах своих залов, а также о других источниках дохода;

- Введение норм обязательной статистической отчетности перед уполномоченными организациями и гарантирование полноты и достоверности этой информации;

- Разработка системы сбора статистических данных и определение организации, которая возьмет на себя роль единого координационного центра по сбору данных из всех регионов страны и будет отвечать за предоставление всем заинтересованным лицам справок о работе киносети России. Роль статистического центра может взять на себя не только государственная организация (такая как специальное подразделение ФАКК или Комитета по статистике), но и частная компания, определяемая на конкурсной основе. При этом основанием для сбора данных этой организацией должна стать законодательная база, поскольку попытки организации этой системы на

добровольной основе до сих пор не увенчались успехом. В этом случае задачей ФАКК будет выбор ответственной организации, предоставление ей соответствующих полномочий, а также контроль за ее действиями с целью обеспечения доступности информации для всех заинтересованных лиц с одновременной защитой коммерческой тайны о работе отдельных участников рынка.

В случае осуществления предложенной программы, российская кинематография сможет успешно преодолеть этап перехода к зрелому рынку кинопроката и оказания кинозрелищных услуг, а также снизить риски освоения новых территорий страны и внедрения новых технологий в сфере кинопоказа за счет большей определенности ситуации на рынке и обоснованности своих действий.

© 2007 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™