



Особенности управления финансовыми ресурсами предприятий кинопоказа

П.К. Огурчиков

доктор культурыологии, кандидат экономических наук, профессор



Э.А. Пичугин

кандидат экономических наук, доцент

Доходы предприятий кинопоказа зависят от многих разнообразных факторов, в том числе от структуры распределения денежных поступлений, от кассовых сборов. Поэтому задача управления денежными потоками приобретает особое значение, требует системного подхода и учета особенностей сферы кинообслуживания. В статье рассматривается специфика финансовых ресурсов предприятий кинопоказа, предлагается классификация факторов, влияющих на объемы денежных потоков кинотеатров. Данная классификация позволяет своевременно разрабатывать и осуществлять меры по оптимизации политики управления денежными потоками, что, в конечном счете, позволит улучшить финансовое состояние предприятий кинопоказа.

финансовые ресурсы, финансовый менеджмент, кинопоказ, факторы денежных потоков кинотеатров

В настоящее время кинопоказ в России является сферой, аккумулирующей существенные финансовые потоки. Так, валовой сбор от показа фильмов в 2011 году составил 1,149 млрд. долл., увеличившись по сравнению с 2010 годом на 8,7%. В сохранении высоких темпов развития российского рынка кинопоказа первостепенное значение, для предприятий этой сферы, приобретают новые эффективные методы управления финансами. Наиболее значимым функциональным направлением финансового менеджмента становится управление денежными потоками.

Процесс управления финансовыми ресурсами принято называть финансовым менеджментом, сущность которого состоит в

управлении внешними и внутренними финансовыми потоками с помощью логистики. Управление финансовыми ресурсами — более узкое понятие и характерно для отдельной организации, киностудии, съемочной группы, кинотеатра.

Учитывая высокую зависимость доходов предприятий кинопоказа от структуры распределения денежных поступлений от кассовых сборов между кинодистрибьютором и кинотеатром, сезонности спроса на демонстрируемые кинокартины, а также другие факторы, оказывающие влияние на денежные потоки, задача управления денежными потоками приобретает особое значение и требует системного подхода и научной обоснованности.

Организация финансов на предприятии, независимо от его отраслевого и организационно-правового статуса, строится на общих принципах экономической независимости, самостоятельности, финансовой ответственности, самофинансирования, материальной заинтересованности, обеспечения финансовыми резервами, контроля. При универсальности принципов управления финансами различные сферы экономики имеют специфические особенности реализации финансовых отношений, поэтому особое значение приобретает разработка форм и методов управления финансовыми ресурсами, учитывающих специфику конкретной отрасли, включая доступ к инструментам финансовых рынков, банковским кредитам, факторы, влияющие на интенсивность и объемы денежных потоков, уровень рисков, структуру активов, издержек, степень ликвидности активов, скорость оборота капитала, доходность операций.

Основой эффективного финансового менеджмента на предприятии является управление денежными потоками, обеспечивающее возрастание рыночной стоимости предприятия. Реализация указанной цели достигается в процессе формирования, распределения и использования денежных средств на предприятии, организации их оборота, направленных на обеспечение финансового равновесия и устойчивого роста предприятия, ускорение оборачиваемости денежных средств.

Для предприятий кинопоказа актуальны проблемы, обусловленные отсутствием должной организации системы планирования, неэффективным управлением финансами, денежными потоками, приводящим к задержкам выплат по обязательствам перед поставщиками, кредитными организациями, бюджетом, внебюджетными фондами, персоналом.

Специфика организации управления финансовыми ресурсами предприятий кинопоказа определяется отраслевыми особенностями экономического, организационного и правового меха-

низма, обусловленного природой кинообслуживания, местом и ролью кинопоказа как конечного звена кинопроцесса.

Особенности финансовых ресурсов предприятий кинопоказа заключаются в следующем:

- сложность планирования входящих денежных потоков в условиях сильной зависимости доходов кинотеатров от содержания и популярности новых кинокартин, заинтересованности в их просмотре потребителей киноуслуг;
- поступления денежных потоков от бизнес-процесса кинотеатров обладают многофакторной зависимостью. Бизнес-процесс кинотеатров включает в себя поступления от продажи билетов, рекламы и сопутствующих товаров, а именно напитков, попкорна, закусок. Поступления от продажи билетов в первую очередь определяются ценой входного билета и количеством сеансов. Уровень наполняемости кинозалов и цена билета в высокой степени взаимосвязаны, при этом наполняемость является зависимой переменной (рис. 1).

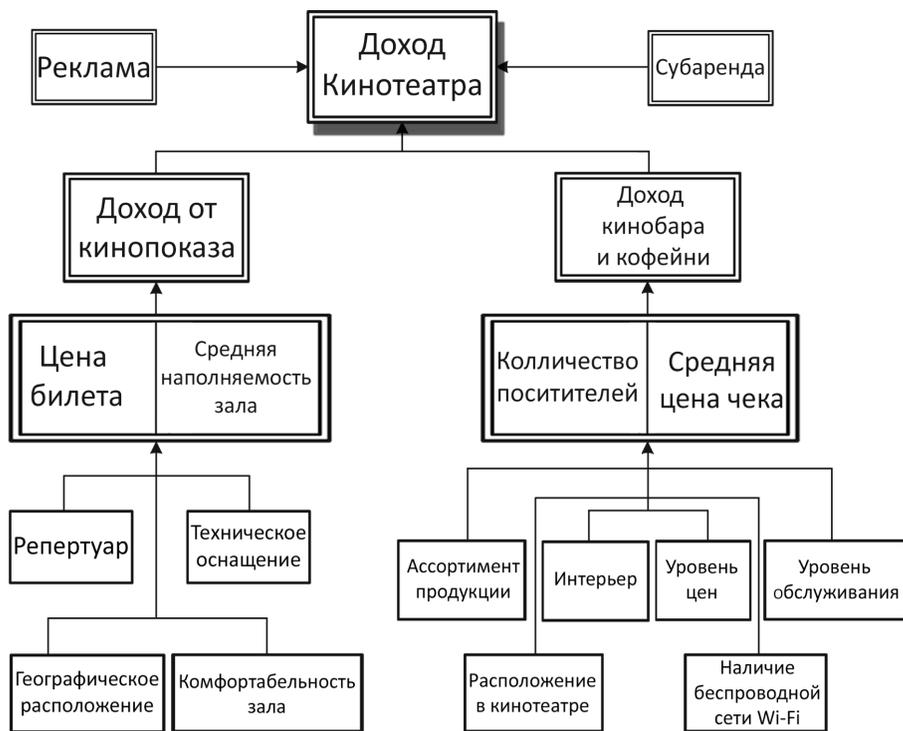


Рис. 1. Взаимосвязь внутренних факторов формирования дохода предприятия кинопоказа

По мнению экспертов кинобизнеса оборот F'n'B—Food & Beverages — кинобара (в пер. с английского — еда и напитки) в кинотеатре составляет 35–40%. При этом удельный вес прибыли от деятельности кинобара может достигать до 60%. Таким образом, кинотеатр показывает кино для обеспечения положительных денежных потоков от F'n'B оборота.

На уровень посещаемости также оказывают влияние такие факторы, как местоположение кинотеатра, репертуар, реклама, уровень обслуживания и квалификация персонала, комфортабельность помещений, качество интерьеров.

- Постоянно растущая зависимость российского рынка кинопоказа от торговых центров ставит этот рынок в сложную ситуацию в условиях финансово-экономического кризиса. Высокий уровень арендных ставок, продолжающихся расти, ухудшает положение тех арендаторов, чьи комплексы начали работать в 2007–2008 годах: их контракты изначально предусматривают жесткие условия аренды, инвестиции на открытие еще не были возвращены, круг постоянных лояльных потребителей не успел сложиться, а экономический кризис приводит к снижению поступлений денежных потоков, и, следовательно, к сокращению прибыли. В то же время кинотеатры, открывшиеся четыре-пять лет назад, менее подвержены влиянию кризиса: благодаря своей популярности, к тому же они располагаются в торговых комплексах, открытых в те времена, когда места для строительства были доступны, и имеют лучшие условия аренды; затраты же на открытие этих комплексов уже полностью или частично погашены.
- Наличие жесткой схемы разделения доходов, полученных от кассовых сборов, между предприятием кинопоказа и дистрибьютором кинопродукции. Анализ статистики распределения доходов между дистрибьюторами и кинотеатрами свидетельствует о делении доходов в соотношении 50:50. Таким образом, кинотеатры заинтересованы в увеличении такого вида денежного потока, как поступления от кинобара.

Помимо вышеуказанных особенностей, присущих финансам предприятий кинопоказа, в целях эффективного управления последними необходимо детально исследовать и систематизировать факторы, влияющие на объемы и интенсивность денежных потоков. Данные факторы предлагается классифицировать на внешние и внутренние по четырем критериям: экономические, финансовые, организационные, правовые (рис. 2).

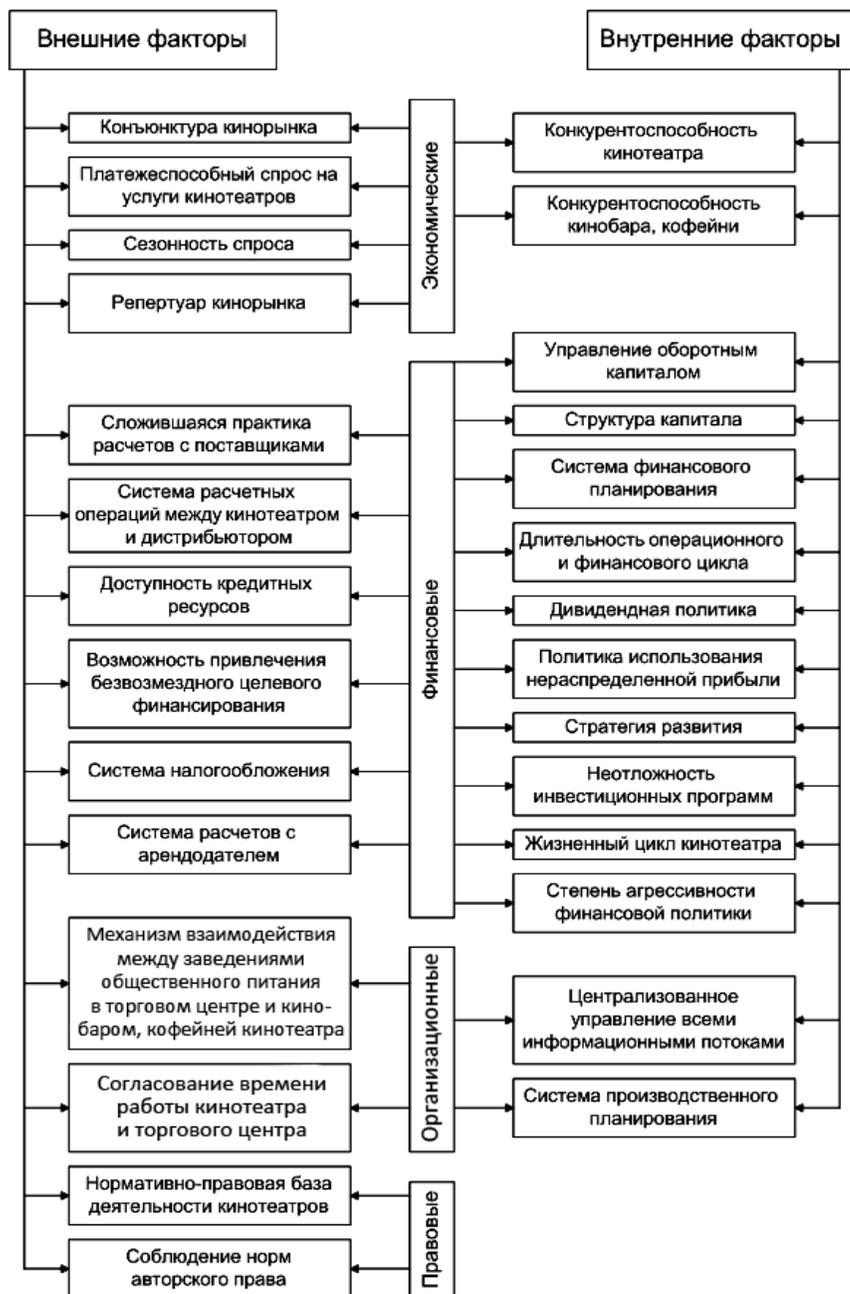


Рис. 2. Классификация факторов, влияющих на объемы денежных потоков предприятий кинопоказа

Исследование внешних и внутренних экономических факторов позволяет оценить перспективы развития предприятий кинопоказа, сезонность спроса, конкурентоспособность кинотеатров и кинобаров, определить платежеспособный спрос на услуги кинопоказа. Эта подгруппа включает следующие факторы.

Конъюнктура кинорынка. Последствия изменения конъюнктуры рынка кинопоказа обуславливают изменения денежных потоков кинотеатров от демонстрации фильмов, и, следовательно, от оказания сопутствующих услуг кинобара, кофейни.

Платежеспособный спрос на услуги кинотеатров. На успешное функционирование и развитие кинотеатров, формирование величины положительных денежных потоков от операционной деятельности большое влияние оказывают показатели спроса на киноуслуги.

Сезонность спроса. По источникам своего возникновения этот фактор относится к числу внешних, однако внедрение в процесс демонстрации технологических новинок (например, цифровой показ фильмов со стереоэффектом) позволяет кинотеатру оказывать непосредственное воздействие на интенсивность его проявления. Рынок кинопоказа характеризуется сезонными колебаниями спроса. Повышенный спрос наблюдается в периоды школьных каникул, новогодних и майских праздников. Сезонность спроса оказывает существенное влияние на формирование денежных потоков кинотеатра во времени. Этот фактор необходимо учитывать в процессе управления эффективностью использования временно свободных остатков денежных средств.

Репертуар кинорынка. В основе спроса на услуги кинотеатров, а, следовательно, роста положительных денежных потоков, лежит коммерческий успех выпускаемых картин, способных привлечь в кинотеатры дополнительную аудиторию. Однако, как показывают проведенные исследования рынка кинопоказа, отсутствие в течение года на экранах кинокартин, имеющих высокие показатели по кассовым сборам, приводит к существенному сокращению доходов предприятий кинопоказа.

Конкурентоспособность кинотеатра. На доход кинотеатров оказывает влияние месторасположение кинотеатра, репертуар, техническое оснащение, комфортабельность кинозалов, уровень обслуживания и дизайн интерьера.

Конкурентоспособность кинобара, кофейни. В условиях мирового экономического кризиса кинобары становятся для предприятий кинопоказа важным источником дохода. На доход кинобара, который может составлять более половины от общего дохода кинотеатра, оказывают влияние следующие факторы:

месторасположение бара или кофейни, ассортимент и стоимость предлагаемой продукции, наличие беспроводной сети Wi-Fi. Опыт США и Европы показывает, что проведение промо-акций со специальным предложением кинобара для зрителей, может существенно увеличить объем продаж. Кроме того, промо-акции позволяют кинотеатрам донести до потребителей актуальную коммерческую информацию, а именно, предложение приобрести набор, включающий определенную порцию попкорна и напиток вместе с сувениром (к фильму) по выгодной для зрителя цене. Исследования показывают, что проведение таких акций позволяет повысить выручку на один проданный билет и способствует не только увеличению продаж продуктов из ассортимента кинобара или кофейни, но и служит дополнительной рекламой фильма, поскольку начинается за несколько дней до выхода его в прокат.

На формирование денежных потоков предприятий кинопоказа влияют обширные внешние финансовые факторы, включающие в себя, в том числе, конъюнктуру фондового рынка, сложившуюся практику расчетов с поставщиками, доступность кредитных ресурсов, систему налогообложения кинотеатров, и внутренние факторы, определяющие структуру капитала, формы и методы управления капиталом, длительность операционного и финансового цикла и др. Рассмотрим последовательно факторы данной группы.

Конъюнктура рынка ценных бумаг. Конъюнктура рынка ценных бумаг важна для управления финансовыми ресурсами с точки зрения возможности их формирования за счет эмиссии облигаций и акций. Кроме того, конъюнктура рынка ценных бумаг влияет на формирование объемов денежных потоков, создаваемых портфелем ценных бумаг в форме получаемых процентов и дивидендов. Прибыль может быть получена при эффективном управлении временно свободными денежными средствами в составе оборотных активов и капитализации нераспределенной прибыли в финансовые инструменты, при благоприятной конъюнктуре рынка ценных бумаг за счет формирования портфеля высоколиквидных бумаг.

Сложившаяся практика расчетов с поставщиками. В данном случае практика расчетов определяет порядок приобретения кинотеатром готовой продукции и полуфабрикатов для последующей продажи в баре и кофейне, находящихся на территории кинотеатра и обслуживающих посетителей кино. Существует несколько вариантов расчетов с поставщиками за поставленную продукцию: на условиях предоплаты, наличного платежа, отсрочки платежа. Влияние данного фактора на денежные потоки

кинотеатра проявляется в виде формирования как отрицательных (при закупке готовой продукции, полуфабрикатов), так и положительных денежных потоков (при реализации продукции кинобара).

Система расчетных операций между кинотеатром и дистрибьютором кинопродукции. В рамках данного фактора определяется система расчетов при приобретении кинотеатром кинокартин для их последующей демонстрации в кинозалах. Традиционная практика расчетов заключается в следующем: дистрибьютор кинофильмов получает от кинотеатра доход в размере от 40 до 50% кассовых сборов по каждой картине, которую демонстрирует кинотеатр.

Доступность кредитных ресурсов. Доступность кредитных ресурсов во многом определяется сложившейся конъюнктурой кредитного рынка, характеризующейся уровнем процентных ставок. Конъюнктура кредитного рынка определяет возможность формирования положительных денежных потоков предприятий кинопоказа при получении кредита и отрицательных денежных потоков при осуществлении выплат по кредиту.

Возможность привлечения безвозмездного целевого финансирования. В случае реализации данного фактора у кинотеатра сформируется дополнительный положительный денежный поток, увеличивающий величину чистого денежного потока без формирования соответствующей суммы отрицательного денежного потока.

Система налогообложения кинотеатров. Влияние данного фактора заключается в отсутствии у кинотеатров механизмов воздействия на него или его регулирования. Таким образом, фактор является сложно управляемым для предприятия, при этом он оказывает существенное воздействие на результаты финансовой деятельности кинотеатров, проявляющееся в соответствующих изменениях в объеме и характере отрицательного денежного потока кинотеатра.

Проявления этого фактора характеризуются, в частности, введением новых видов налогов и сборов на осуществление отдельных аспектов хозяйственной деятельности кинотеатров, возможностью роста действующих налоговых ставок, изменением сроков и условий исчисления и уплаты налоговых платежей, вероятностью отмены налоговых льгот.

Согласно части 1 и 3 Закона «О государственной поддержке кинематографии в Российской Федерации», организации кинематографии пользуются коммунальными услугами, услугами организаций почтовой, телеграфной и телефонной связи по тарифам, предусмотренным для бюджетных организаций.

Система расчетов с арендодателем — торговым центром. Влияние данного фактора проявляется в постоянно растущей в последние годы зависимости объемов отрицательных денежных потоков кинотеатров от торговых центров.

Структура капитала. Долевое соотношение компонентов в структуре капитала оказывает существенное влияние на риск и стоимость каждого элемента капитала, а также на величину и интенсивность как входящих, так и исходящих денежных потоков предприятий кинопоказа.

Управление оборотным капиталом. Основу денежного потока предприятия составляет движение денежных активов. Поскольку денежные средства являются частью оборотного капитала, то определение его оптимальной величины лежит в основе эффективного управления денежными потоками. С одной стороны, недостаток наличных средств может нарушить платежеспособность предприятия, с другой стороны, чрезмерное накопление денежных средств лишает предприятие возможности получить дополнительную прибыль от инвестирования этих средств, что приводит к омертвлению капитала и снижает эффективность его использования.

Если предприятие кинопоказа придерживается политики пассивного или менее рискованного управления оборотными средствами, то есть не использует все возможности для получения дополнительной прибыли за счет их рационального использования, объема, интенсивности и рентабельности валового денежного потока, а также результативный показатель чистого денежного потока будут более низкими, чем у компаний, осуществляющих активную политику управления оборотным капиталом.

Система финансового планирования. Учет влияния этого фактора при управлении денежными потоками обусловлен спецификой хозяйственной деятельности предприятия кинопоказа, заключающейся в постоянном мониторинге положительных и отрицательных денежных потоков. Разработанная индивидуально система оперативного и краткосрочного финансового и производственного планирования, с учетом всех особенностей, дает возможность финансовым менеджерам наиболее эффективно управлять денежными потоками кинотеатра.

Длительность операционного и финансового циклов. Доход кинотеатра строится за счет двух основных источников: кассовых сборов от фильма, выручки от услуг кинобара и кофейни. Таким образом, для более эффективного использования денежных средств целесообразно определять продолжительность операционного цикла по каждому виду деятельности киноцентра.

При рассмотрении операционного цикла кинобара и кофейни следует учитывать традиционное мнение о том, что сокращение продолжительности цикла приведет к ускорению оборачиваемости денежных средств, инвестированных — в оборотные активы, и, соответственно, увеличению объемов положительного и отрицательного денежного потока.

Операционный цикл демонстрационной деятельности кинотеатра может быть рассмотрен в разрезе конкретных кинокартин, и как период времени от момента поступления фильма в кинотеатр до момента получения последнего платежа от покупателя билета, что определяется его популярностью у зрителя. В том случае, если демонстрируемые в кинотеатре картины пользуются успехом, они могут находиться в показе более длительный период времени по сравнению с менее популярными фильмами. В таком случае продолжительный операционный цикл дает возможность кинотеатру получить максимальную прибыль от фильма.

По сути, операционный цикл является периодом обращения кредиторской и дебиторской задолженности. После продажи готовой продукции наступает финансовый цикл как период оборота средств, равный интервалу между притоком и оттоком оборотного капитала. Фактически финансовый цикл приравнен к периоду обращения дебиторской задолженности.

Специфика хозяйственной деятельности предприятия кинопоказа определяет временной интервал его операционного и финансового цикла. Если рассматривать основную деятельность кинотеатра — кинопоказ, то финансовый цикл здесь практически отсутствует — услуга оплачивается сразу перед ее получением, следовательно, дебиторская задолженность не образуется.

Если рассматривать взаимодействие операционного и финансового циклов в кинобаре, то его операционный цикл длится от момента поступления полуфабрикатов и готовой продукции на склад до оплаты счета посетителем кинобара. При этом продажа готовой продукции в кинобаре в основном совпадает со временем получения платежа. Следовательно, финансовый цикл в общепринятом смысле, как период обращения дебиторской задолженности, отсутствует. Таким образом, дебиторская задолженность у кинотеатра может возникнуть только в случае сдачи им помещений в субаренду.

Дивидендная политика. Политика начисления и выплаты дивидендов как фактор оказывает значительное воздействие на объемы оттоков и притоков денежных средств, обусловленное объемом изъятия денежной массы из чистой прибыли на выпла-

ту дивидендов акционерам и принятыми периодами их выплаты. Частота и размер дивидендных выплат акционерам в первую очередь оказывают влияние на инвестиционную деятельность кинотеатра — при сокращении выплат акционерам компания получает возможность дальнейшего использования доли нераспределенной прибыли для повышения своей деловой активности. Таким образом, размер дивидендных выплат оказывает влияние на величину денежных потоков. Период или частота начисления и выплаты дивидендов, выбранные акционерами, определяют изъятие денежных средств из оборота компании. Более частые выплаты собственникам приводят к снижению суммы денежных средств, находящейся в распоряжении кинотеатра, то есть к уменьшению валового денежного потока в следующем периоде и к снижению возможностей наиболее эффективного использования части полученной чистой прибыли.

Политика использования нераспределенной прибыли кинотеатра. Прибыль, оставшаяся в распоряжении кинотеатра, может использоваться в следующих направлениях: приобретение основных средств и нематериальных активов для расширения перечня, повышения качества и конкурентоспособности услуг; оказываемых кинотеатром в процессе кинопоказа, и услуг кинобара; формирование портфеля финансовых инвестиций с целью получения прибыли от инвестиционной деятельности.

Вариант капитализации прибыли в основные средства (проекционное и звуковое оборудование и т. д.) и нематериальные активы предполагают потенциальный рост финансовых результатов предприятия кинопоказа от основного вида деятельности в будущем за счет привлечения новых посетителей. Положительный денежный поток в результате приобретения основных средств и нематериальных активов на первоначальном этапе включает в себя амортизационные отчисления. Сделать прогноз относительно ожидаемой экономической эффективности и увеличения объемов денежных потоков в дальнейшем, при подобном использовании нераспределенной прибыли, возможно лишь предположительно. Тем не менее, на этапе вложения денежных средств для подобных целей, происходит отток денежных средств, который приводит к снижению показателей объема и интенсивности денежного потока кинотеатра.

Использование нераспределенной прибыли для формирования портфеля финансовых инвестиций, напротив, имеет целью наращивание денежных потоков. Отрицательный денежный поток на первоначальном этапе формируется за счет денежных средств, направленных на приобретение финансовых инструментов, со-

ответствующих выбранной стратегии формирования портфеля, и в дальнейшем за счет пополнения портфеля или его реформирования. Положительный денежный поток формируется за счет полученных дивидендов и денежных средств, полученных в результате продажи финансовых инструментов из состава портфеля. Стратегия, выбранная финансовыми менеджерами предприятия кинопоказа при управлении портфелем ценных бумаг, обуславливает получение наилучших финансовых результатов и наращивание отрицательных и положительных денежных потоков при допустимом уровне риска.

Неотложность инвестиционных программ. По каждой инвестиционной программе кинотеатра в современных экономических и финансовых условиях может быть рассчитана степень неотложности, которая формирует потребность в объеме соответствующего отрицательного денежного потока по конкретному инвестиционному проекту, увеличивая, таким образом, необходимость формирования положительного денежного потока от реализации проекта. Данный фактор существенно влияет не только на величину денежных потоков предприятия кинопоказа, но и на их интенсивность.

Жизненный цикл кинотеатра. В процессе управления денежными потоками необходимо учитывать вероятность уменьшения объемов денежных потоков из-за спада деловой активности кинотеатра в целях прогнозирования отрицательных тенденций финансовых показателей его деятельности и принятия своевременных управленческих решений по направлениям дальнейшей деятельности.

Степень агрессивности финансовой политики. Выбор консервативных, умеренных или агрессивных принципов финансирования активов и осуществления других финансовых операций определяет структуру видов денежных потоков кинотеатра, уровень доходности финансовых инвестиций (объем денежного потока по полученным процентам и дивидендам)¹.

Стратегия развития. Стратегия развития кинотеатра обуславливает планирование целевых параметров деятельности предприятия кинопоказа в целом, а также управления денежными потоками. Если кинотеатром выбрана стратегия расширения деятельности в будущем, увеличения занимаемой ниши на рынке кинопоказа, тогда и политика управления денежными потоками должна ей соответствовать. Объемы и интенсивность денежных потоков при такой стратегии отличаются в сторону увеличения от подобных характеристик денежных потоков кинотеатров с более пассивной стратегией развития.

¹ Бланк И.А. Управление финансовыми рисками. — К.: Ника-Центр, 2005.

К организационным факторам, влияющим на объемы денежных потоков предприятий кинопоказа, следует отнести: механизм взаимодействия между заведениями общественного питания в торговом центре и кинобаром, кофейней; согласование времени работы кинотеатра и торгового центра; централизованное управление маркетинговой информацией; систему производственного планирования; обеспечение безопасности посетителей кинотеатра.

Механизм взаимодействия между заведениями общественного питания в торговом центре и кинобаром, кофейней. Как свидетельствуют последние статистические данные, более 50% кинотеатров России расположены в торгово-развлекательных центрах, чаще всего обладающих развитой инфраструктурой общественного питания, поэтому необходимо учесть риск недополучения дохода кинобаром и кофейней вследствие конкуренции со стороны кафе и ресторанов, расположенных в торговом центре. Этот риск может быть минимизирован путем проведения согласованной политики по ограничению доступа посетителей с продукцией, приобретенной в других пунктах общественного питания.

Согласование времени работы кинотеатра и торгового центра. Этот фактор еще раз подтверждает зависимость кинотеатра от торгового центра, в котором он расположен, поскольку время работы кинотеатра и большинства магазинов не совпадает. Причем ограничения накладываются на вечернее время с наибольшей аудиторией и максимальной стоимостью билета, что естественно негативно отражается на объеме положительного денежного потока. Воздействие данного фактора на потенциальные доходы кинотеатра может быть снижено за счет организации отдельного входа в кинотеатр, если же это невозможно, необходимо согласование с его администрацией удобного маршрута прохода зрителей в нерабочие часы торгового центра.

Централизованное управление информационными потоками. Важную роль в управлении предприятием кинопоказа играет согласованные сбор, обработка информации о посещаемости и продаже кино-билетов, а также о продажах в кинобаре и кофейне. Совместный анализ вышеуказанных данных является достоверным источником маркетинговой информации о вкусовых предпочтениях аудитории в зависимости от времени сеанса и жанра кинокартины. Формирование на основе этих данных специальных предложений в кинобаре позволит существенно увеличить его доход.

Система производственного планирования. Планирование, как один из важнейших инструментов менеджмента, оказыва-

ет существенное влияние на эффективность бизнеса кинотеатра. При оперативном планировании деятельности кинотеатра должны в первую очередь учитываться график, аудитория и прогнозная посещаемость кинокартин, выходящих в прокат. Без учета этих данных вероятны сбои в деятельности кинотеатра — переполненность кинозалов во время показа фильмов, оказавшихся популярными, отсутствие достаточного количества сеансов и наоборот. Кроме того, под календарный график показа фильма планируется деятельность кинобара и кофейни, дополнительный персонал. Все эти действия в совокупности влияют как на положительные (кассовые сборы и доход кинобара), так и на отрицательные денежные потоки (зарплата персонала, стоимость товаров, закупаемых для кинобара и кофейни). Таким образом, при отсутствии ошибок в оперативном планировании существенно повышается эффективность деятельности кинотеатра.

К правовым факторам, воздействующим на денежные потоки предприятий кинопоказа, относятся: нормативно-правовая база деятельности кинотеатров, соблюдение норм авторского права.

Нормативно-правовая база деятельности кинотеатров. Для кинотеатров данный рискообразующий фактор связан, прежде всего, с общими изменениями правил посещения и демонстрации фильмов, что на данный момент регулируется Постановлением Правительства РФ «Об утверждении Правил по киноvideослуживанию населения»².

Другим важнейшим нормативно-правовым документом для всей киноиндустрии в целом, и для кинотеатров в частности, является Закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации»³. Положения данного закона предусматривают, что часть денежных потоков кинотеатров как организаций кинематографии, а именно коммунальные услуги, услуги организаций почтовой, телеграфной и телефонной связи калькулируются по тарифам, предусмотренным для бюджетных организаций.

Таким образом, фактор законодательного регулирования влияет как на организационный аспект деятельности кинотеатров, так и на экономический.

Соблюдение норм авторского права. Данный фактор в последнее время приобретает все большее значение для кинотеатров. Постоянная борьба дистрибьюторов с нелегальным копированием новейших кинолент заставляет администрацию кинотеатров уделять особое внимание мерам по противодействию видеосъемке в кинозалах. Расторжение дистрибьютором

² «Об утверждении правил по киноvideослуживанию населения». Постановление Правительства РФ от 17.11.1994 № 1264 (ред. от 10.03.2009).

³ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации». Федеральный закон от 22.08.1996 № 126-ФЗ (в ред. от 30.12.2008).

договора с кинотеатром при неоднократном факте нелегальной видеосъемки фактически означает прекращение деятельности предприятия кинопоказа.

Исследование и систематизация факторов, оказывающих воздействие на формирование и объемы денежных потоков кинотеатров, позволяют сделать следующие выводы:

- существуют макро- и микроэкономические факторы, в значительной степени определяющие финансовое положение кинотеатров;
- эффективность функционирования и развития кинотеатров обусловлена не только технологическим оснащением, системой финансового планирования, управления денежными потоками, но и сезонностью спроса, набором кинокартин, предлагаемых дистрибьюторами для демонстрации.

Таким образом, данная классификация факторов позволяет своевременно осуществлять меры по оптимизации политики управления денежными потоками, выявлять и прогнозировать возможные последствия их воздействия, снизить степень отрицательного воздействия и получить более высокие результаты управления финансовыми ресурсами. ■

ЛИТЕРАТУРА:

1. Березин О. Цифровой кинопоказ 2011,2012, далее везде... // *Синемаскоп*. 2012. № 1 (37). — С. 14–5.
2. Бертонеш М., Найт Р. *Управление денежными потоками*. — СПб.: Питер, 2004.
3. Бланк И.А. *Управление финансовыми рисками*. — К.: Ника-Центр, 2005.
4. Леонтьева К., Кольенен-Иванова Э. Индекс предпринимательского настроения в сфере российского кинопоказа: зима 2011–2012 — // *Синемаскоп*. 2012. № 1 (37). — С. 8.
5. Леонтьева К., Мудрова С., Кольенен-Иванова Э. *Российский кинорынок. Итоги 2011 года* // *Синемаскоп*. 2012. № 1 (37). — С. 1–3.
6. «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации». Федеральный закон от 22.08.1996 № 126-ФЗ (в ред. от 30.12.2008).
7. «Об утверждении правил по киноvideообслуживанию населения». Постановление Правительства РФ от 17.11.1994 № 1264 (ред. от 10.03.2009).
8. Шапкин А.С. *Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций*. — 4-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006.