

УДК 004.928

Э.М. ЭЛОЯН, И.А. ЖИГУНОВА, обучающиеся гр. ОУб-191, 4 курс
Научный руководитель: Н.В. ДОРОЖКИНА
Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева, г. Кемерово

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ УСЛУГ

На сегодняшний день рынок заполнен различными сферами деятельности для ведения бизнеса. Многие думают, что интегрироваться в область предпринимательства сложно или невозможно в силу огромного количества конкурентов различных организационных форм, которые успешно функционируют уже не первый год. Данное видение является ошибочным, поскольку появление на рынке новых компаний наблюдается постоянно. С каждым днём возникают предприятия, которые предлагают потребителю новые услуги, новые товары, новые технологии. Каждому будущему предпринимателю стоит разобраться, в чем состоит движущая сила, необходимая для принятия таких рискованных решений. На наш взгляд, мотивирующим фактором чаще всего являются азарт и стремление к независимости.

При анализе таких противоречивых выражений, как «стабильность – признак мастерства» и «всё стабильно бывает только у мёртвых», становится очевидным, что каждый предприниматель выбирает свой путь, оценивая те риски, которые, по его мнению, могут возникнуть в процессе осуществления предпринимательской деятельности.

Наличие барьеров входа на предпринимательский рынок определяется сферой деятельности, а также наличием и степенью конкуренции в данной отрасли. Суть предпринимательства как сферы приложения капитала заключается в наличии необходимых ресурсов, причём в большей мере — материально-технических и интеллектуальных. Именно последние играют существенное значение в развитии предпринимательства на рынке оказания услуг мультипликации и анимации.

Практически все люди интересуются различными персонажами, песнями и сюжетными подробностями; многие ищут инструкции, как нарисовать какого-нибудь героя, и т.д. Однако чаще всего потребители ищут конкретные мультфильмы, которые хотят посмотреть. Количество таких запросов — около 22,6 млн. в неделю. Их задают более 6,3 млн. разных пользователей — следовательно, почти 10% поисковой аудитории имеет запрос на мультфильмы. Очевидно, что это довольно внушительные цифры. [2]

Современный российский рынок мультипликации находится в стадии роста. Несмотря на присутствие «гигантов» в виде государственных студий мультипликации и анимации, существуют и компании, чье имя не настолько известно. Однако подчас конечный продукт (результат) работы последних не уступает по стоимости и качеству первым. При этом следует отметить, что на сегодняшний день наблюдается дефицит хороших проектов. Новые мультфильмы однотипны, не несут должного смысла, выполняются в простейшем стиле, — но при этом приносят огромные суммы их создателям.

Учитывая сложившиеся политические реалии, при которых практически весь спектр иностранных анимационных студий ушел из российского проката, у отечественных предпринимателей возникают огромные возможности для реализации в данной нише.

Мультфильмы в России смотрят все: и дети, и взрослые. По данным ВЦИОМ, 40% россиян в возрасте 25-34 лет не прочь посмотреть мультики. Более того, анимационные фильмы столь же популярны у зрителей (26% россиян), как военные фильмы (фавориты просмотров 2021 года (27%)) и комедии (25%). Согласно данным аналитического отчета Ассоциации анимационного кино России, в стране производится около 5500 минут анимации в год [1].

Используя материалы из сети Интернет, из более чем 50 студий мы смогли выделить 5 наиболее крупных, занимающихся производством мультфильмов и мультсериалов. Оценивались конкурентные преимущества и размер компании по двум критериям: количеству выпущенных проектов в течение 2021 года и размеру прибыли организации.

В таблице 1 можно подробнее познакомиться с компаниями, их продукцией и размером прибыли.

Таблица 1. Финансовые сборы крупных анимационных студий за 2020-2021 годы

Наименование студии	Количество проектов за 2021-2022 год	Сборы за 2020-2021 год, млн. руб.
Мельница	4	423,3
Студия Петербург	3	494
Рики	8	315
Анимаккорд	2	260
КиноАтис	2	60

Отметим, что в таблице учтена лишь прибыль с продажи анимационных проектов. А если учесть главный источник дохода студий — продукцию с символикой и логотипом (т.н. «мерч»), — то суммарный

размер дохода будет значительно выше. Игрушки, книги, журналы, одежда, костюмы, приложения в смартфоны, многочисленные специальные эпизоды, — всё это требует меньших вложений, однако при этом правильные и обдуманные проекты несут большую прибыль [5].

Идея реализации такого бизнеса требует творческого мышления и креативных замыслов. Создаётся впечатление, что на реализацию подобных компаний требуются огромные деньги, но это не так. Большая часть финансовых средств уйдёт на техническое оснащение и новое оборудование для студии, а также на заработную плату для создателей непосредственного продукта и рекламу.

Для продуктов студии и для неё самой будет необходима масштабная реклама — от социальных сетей и до баннеров на стенах города. При этом стоит учитывать, что абсолютно весь доход в этой сфере зависит от зрителей, — соответственно, их надо заинтересовать всеми возможными способами [см. рисунок 1].

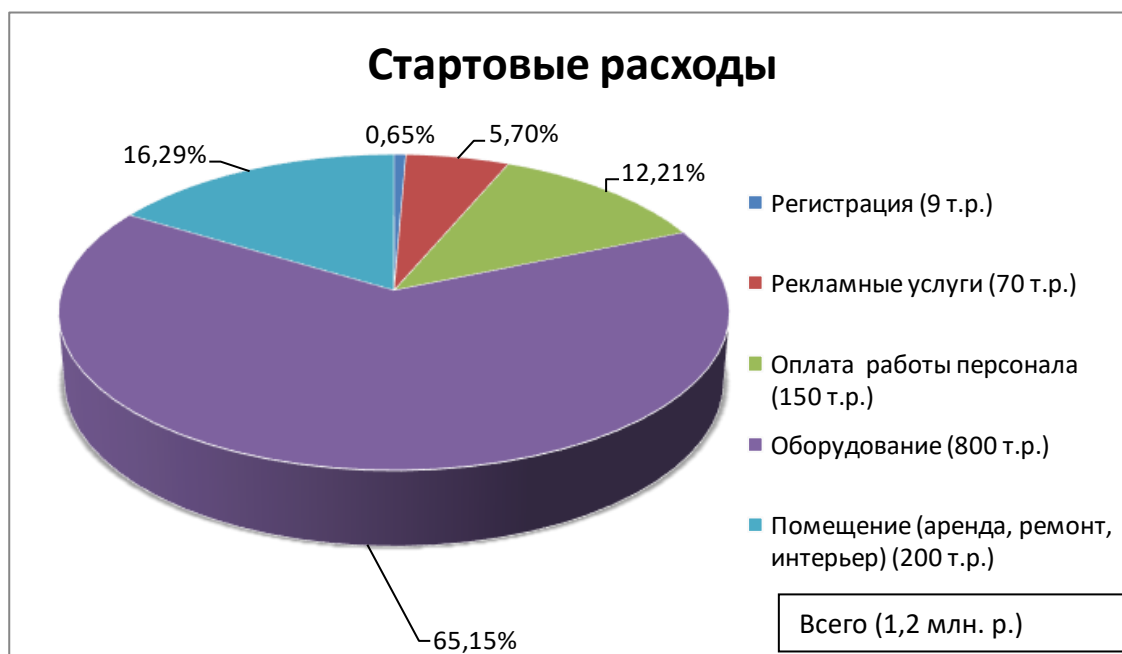


Рисунок 1. Стартовые вложения в студию анимации

Как и упоминалось ранее, большая часть средств на старте расходуется на оборудование. На рисунке 2 отражена диаграмма минимальных затрат на оборудование при создании анимационной студии.

Отметим, что помимо открытия студии анимации необходимо наладить производство самого продукта, который тесно связан с расходами. При этом создание анимации требует дополнительных вложений. В качестве примера можно рассмотреть режиссёрскую работу: режиссёр приходит временно, а доделав работу и получив плату, просто уходит. С художниками дело обстоит иначе: они могут находиться в

составе команды на постоянной основе, благодаря чему для создания нового мультфильма не придётся заниматься поисками новых мультипликаторов.



Рисунок 2. Расходы на оборудование

Рынок международных креативных индустрий — один из ключевых для развития российского экспорта. Прежде всего, он представлен аудиовизуальным контентом: с 2016 по 2020 год мировые кассовые сборы отечественных фильмов (включая сериалы и анимацию) выросли с \$11 млн до \$44 млн [1].

Индустрия мультипликации не только востребована, но и прибыльна. Правильное управление и организация деятельности влечёт за собой успех и известность компании. Самое главное в этом случае — не создавать второсортный продукт, а качественно относиться даже к мелочам, любить своё дело и гореть им.

Список литературы:

1. Мультяшный бизнес: анимация на экспорт для своих [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/longread/multifilms/> (дата обращения 03.11.2022);
2. В поисках мультфильмов [Электронный ресурс]. URL: https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_mult (дата обращения: 05.11.2022);
3. Как заработать на мультфильме [Электронный ресурс]. URL: <https://dzen.ru/media/menspace/kak-zarabatyvat-na-multfilmah->

5e39413df79130325aa48a08 (дата обращения: 07.11.2022)

4. Ричард Уильямс. Аниматор: набор для выживания. Секреты и методы создания анимации, 3D-графики и компьютерных игр / Ричард Уильямс // Основные понятия анимации. – 2022. 12 с. (дата обращения: 08.11.2022);
5. Как региональная студия анимации собирается покорять ТВ и кинотеатры [Электронный ресурс]. URL: <https://kontur.ru/articles/4561> (дата обращения: 08.11.2022)