

## Научно-практические пути формирования благоприятной предпринимательской среды в сфере производства и реализации музыкальной продукции

© 2009 П.В. Смирнов

Институт бизнеса, психологии и управления, г. Химки Московской области

В сферу научных интересов автора входят процессы, протекающие в музыкальной индустрии, как российской, так и мировой. Производство и реализация музыкальной продукции представляют наибольший интерес, поскольку их развитие идет вразрез с прочими составляющими музыкальной индустрии. Изучение российской и зарубежной практики позволило выделить наиболее важные проблемы, нуждающиеся в решении.

*Ключевые слова:* предпринимательство, благоприятная предпринимательская среда, музыкальная индустрия.

Объектом исследования в настоящей статье выступает музыкальная индустрия, процесс развития которой до недавнего времени (по крайней мере, до начала 2000-х гг.) оставался для подавляющего большинства населения России в тени. Нестабильная экономическая ситуация в стране и в мире послужила поводом для того, чтобы о производстве музыкальной продукции практически перестали вспоминать, однако оно продолжает функционировать и даже показывает ежегодный рост. По мнению специалистов, это одна из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики в России<sup>1</sup>. В непростые времена потребители более склонны к тому, чтобы посещать концерты, развлекательные мероприятия, а ведь многие из них создаются силами компаний, задействованных в музыкальной индустрии. Именно этим и обусловлен ее рост в стране и в мире.

Однако одна из составляющих музыкальной индустрии переживает крайне непростой период, и связано это не столько с финансово-экономическим кризисом, сколько с внутренними проблемами самой индустрии и отсутствием порой благоприятных условий для ведения предпринимательской деятельности. Речь идет о сфере производства и реализации музыкальной продукции. Когда мы говорим о благоприятной предпринимательской среде, то подразумеваем, что она формируется под воздействием следующих факторов (см., например, А. Хоскинг<sup>2</sup>, И. Герчикова<sup>3</sup>): экономического, политического, правового, социально-культурного, технологического, физического (географического) и институ-

циональной организационно-технической среды (совокупность институтов, обеспечивающих поддержку и развитие предпринимательства, благодаря чему его субъекты имеют возможность осуществлять взаимодействие с меньшими издержками). Целью статьи является разработка научно-практических рекомендаций по повышению привлекательности предпринимательской среды применительно к каждому из факторов.

Что касается *экономического* фактора, то следует упомянуть о снижении совокупного спроса и, как следствие, спроса на музыкальную продукцию. Повышению рентабельности (и прибыли соответственно) способствует либо увеличение выручки, либо снижение издержек, но в настоящее время компании, работающие в музыкальной индустрии, вынуждены идти, в основном, по второму пути (ввиду отсутствия спроса на продукцию):

- во-первых, это оптимизация численности персонала, за счет чего достигается снижение как постоянных (например, фонд оплаты труда), так и переменных (расходы на наем, обучение работников) издержек. Между тем крупным компаниям не стоит злоупотреблять этим вариантом, поскольку за счет применяемой специализации работников на краткосрочном этапе можно попытаться остановить рост средних совокупных издержек, а при наступлении благоприятной экономической конъюнктуры расширить производство, тем самым вновь не позволив им расти;

- во-вторых, что вряд ли осуществимо в сжатые сроки, можно предпринять попытки сэкономить на сырье. Заводы-изготовители физических носителей используют пластик, импортируемый из-за рубежа, в то время как российские химические заводы порой простаивают в ожидании заказов.

<sup>1</sup> Сфера услуг. Менеджмент: Учеб. пособие / Под ред. Т.Д. Бурменко. М., 2008.

<sup>2</sup> Хоскинг А. Курс предпринимательства: Пер. с англ. М., 1993.

<sup>3</sup> Герчикова И.Н. Регулирование предпринимательской деятельности: Учеб. пособие. М., 2002.

Вариант, предусматривающий снижение издержек, выглядит на данном этапе более предпочтительным. Однако не следует забывать о повышении рентабельности и за счет увеличения дохода.

В последнее время российские компании, использующие опыт западных коллег, стали применять систему контрактов “360 градусов”, которая подразумевает не только продажи носителей, но также использование бренда исполнителя, продажу атрибутики, мерчандайзинг, организацию концертов, охрану и защиту авторских прав, т.е. охватывает практически все сферы деятельности проектов. В условиях, когда емкость музыкального рынка имеет потенциал к росту, а прибыль звукозаписывающих компаний, тем не менее, падает, система “360 градусов” позволяет компенсировать потери от продаж физических носителей с помощью диверсификации бизнеса.

Наряду с экономическим, в сфере производства и продаж музыкальной продукции важную роль играет *правовой фактор*. Закон “Об авторском праве и смежных правах”, а также пришедший ему на смену Гражданский кодекс Российской Федерации в вопросах регулирования авторских и смежных прав ориентированы на передовую практику, применяемую, в частности, в США и Японии<sup>4</sup>. Тем не менее, в российском законодательстве присутствуют некоторые шероховатости, на которые стоит обратить пристальное внимание:

- российское законодательство определяет лишь общие вопросы авторских прав и пути их решения, в то время как законодательство США отличает более продуманный, предметный подход к регламентации авторских и смежных прав. Решения самих судов считаются источниками права. Российской судебной системе в целях недопущения в будущем подобных ситуаций и ввиду отсутствия соответствующих подзаконных актов имеет смысл перенять такой подход, ориентироваться в этом вопросе на зарубежный опыт и нарабатывать собственную судебную практику;

- необходимо уделить пристальное внимание организациям по коллективному управлению авторскими и смежными правами - наряду с легально функционирующими, существует множество фирм, занимающихся мошенничеством. Подобная противозаконная деятельность особенно распространена в регионах страны, где контроль над ней достаточно слаб;

- функции по охране авторских и смежных прав в России исполняет Федеральная служба по надзору за соблюдением законодательства в

<sup>4</sup> Мирзоян С.М. Охрана авторских прав в России и США: Дис. ... канд. юрид. наук. М., 2004.

области охраны культурного наследия (Росхранкультура). На наш взгляд, охрана авторских и смежных прав идет вразрез с такими обязанностями, как сохранение культурных ценностей, охрана памятников истории и культуры, которые также выполняет это ведомство. Для полноценного контроля и для разработки программ по сбору авторских вознаграждений будет целесообразнее передать функции по охране авторских и смежных прав от Министерства культуры РФ другому федеральному ведомству, например, Министерству экономического развития РФ. Что касается зарубежного опыта, то в США регистрацией объектов интеллектуальной собственности и оказанием консультаций занимается агентство Министерства торговли (United States Patent and Trademark Office).

Правовой фактор коррелируется с *политическим*, поскольку принятию нормативно-правовых актов предшествуют обсуждения законопроектов в Парламенте. Способствует этому и определенным образом сложившаяся политическая обстановка в государстве. Отметим ряд направлений, нуждающихся в разработке в целях обеспечения экономической стабильности государства:

- во-первых, это касается налоговой политики России, но уже не с экономической, а с политической точки зрения. Следует выделить отсутствие эффективного диалога между предпринимателями и налоговыми чиновниками, в большинстве случаев не желающими идти на контакт и оказывать консультации по вопросам оптимизации налоговых выплат компаний в рамках закона. Государственные программы, призванные решить административные проблемы предпринимателей в рамках “одного окна”, внедряются далеко не повсеместно, что усугубляет негативное отношение к налоговикам со стороны налогоплательщиков;

- во-вторых, работа по ликвидации административных барьеров, де-юре представляющих собой способ регулирования хозяйственной деятельности экономических субъектов, а де-факто являющихся видом нелегальных доходов представителей госаппарата. Согласно классификации, административные барьеры возникают при входе предприятий на рынок, при выводе товаров в продажу и при проверках текущей деятельности предприятия<sup>5</sup>. Деятельность по производству и тиражированию физических носителей сопряжена с противостоянием всем трем видам барьеров

<sup>5</sup> Маликов Р.И., Климина Т.П. Региональные факторы формирования эффективной предпринимательской среды / Р.И. Маликов, Т.М. Климина; Под ред. А.Н. Дегтярева; Уф. гос. акад. экономики и сервиса. Уфа, 2006.

сразу (обязательное лицензирование, маркировка продукции и проверки специализированных служб), в связи с чем и без того нелегкие условия ее ведения значительно усложняются. Для ликвидации административных барьеров необходима доскональная юридическая проработка законопроектов (налицо взаимосвязь политического и правового факторов), организованность и координация действий экономических субъектов, заинтересованных в снижении административного бремени.

Отсутствие надежной инфраструктуры предпринимательской деятельности, административные барьеры, налоговая система, преследующая преимущественно фискальные, а не стимулирующие цели - все это ведет к возникновению "теневой" экономики. Музыкальная индустрия в России занимает едва ли не лидирующие позиции в этой "номинации". В частности, здесь используется коррупционный способ ведения незаконной деятельности, согласно которому, доходы, полученные предприятиями от реализации продукции, направляются на подкуп курирующих их подразделений.

**Технологический фактор** оказывал и продолжает оказывать огромное влияние на развитие мировой музыкальной индустрии. Поскольку Россия, пусть с некоторым опозданием, перенимает зарубежные технологии (об отечественных технологиях говорить не приходится), постольку музыкальный бизнес в целом в стране развивается по схожему сценарию, с некоторыми национальными особенностями:

- выпуск альбомов на "альтернативных" носителях (например, флэш-картах), осуществлявшийся рядом российских звукозаписывающих компаний, не будет оправдан. Поясним: массовое производство такого вида носителей пока не осуществляется ни в одной из стран, имеющей развитый музыкальный рынок. Их тиражи невелики, в связи с чем компания-производитель, которая возьмется за их выпуск, будет нести неоправданно высокие совокупные издержки;

- что касается новейших технологий музыкальных продаж применительно к России, то, с одной стороны, участники рынка используют уже проверенные способы, к этому моменту несколько лет применяемые в Европе и США, а с другой - полноценному их применению мешает цифровое пиратство, достигающее в Интернете 98%<sup>6</sup>. Без соответствующих нормативно-правовых актов электронная торговля музыкой полноценно развиваться не может, а большая часть ресурсов индустрии будет продолжать уходить на бесплодную борьбу

<sup>6</sup> Вязовов Д. Музыка третьего поколения // Billboard. Рос. изд. 2008. № 11 (19).

с пиратами, а не на инвестирование в инновационные проекты, такие как развитие 3G-сетей.

**Социально-культурный фактор** предполагает исследование потенциальной потребительской аудитории с точки зрения образования, полученного ее представителями, их жизненных целей и пристрастий, а также демографических процессов, происходящих в стране.

В последнее время в музыкальной индустрии акцент все более смещается в сторону электронных продаж. Покупки физических носителей совершаются довольно редко, поскольку треки на них не продаются "поштучно", а именно этого желает аудитория. Число покупок и их величина в стоимостном выражении зависят от уровня благосостояния населения, что подтверждается на практике - основными покупателями, совершающими покупки через Интернет, в том числе приобретающими музыку, являются обладатели среднего и высокого уровня доходов в возрасте примерно от 25 до 55 лет. Частота совершения покупок представителями этой группы держится на высоком уровне вплоть до достижения ими пенсионного возраста. Благодаря возрастанию ее доли среди общего числа покупателей, можно рассчитывать на снижение продаж пиратской продукции, поскольку с ростом благосостояния населения возрастает и спрос на качественные товары.

Однако предполагаемому охвату выявленной аудитории препятствуют следующие обстоятельства:

- уровень доходов населения в стране крайне неоднороден. По-прежнему доля граждан с доходами ниже величины прожиточного минимума составляет порядка 14% от общей численности населения страны. Несмотря на растущие показатели номинальной и реальной заработной платы, фактического потребления на душу населения и снижающиеся показатели дефицита денежного дохода малоимущего населения, коэффициент фондов, характеризующий степень социального расслоения (соотношение денежных доходов 10% населения с самыми высокими и 10% с самыми низкими доходами), продолжает свой рост, начавшийся еще в 2000 г. То же самое касается и коэффициента Джини, также растущего все эти годы;

- степень информатизации страны. Большая часть торгового оборота приходится на Центральный и Северо-Западный федеральные округа, в которых сосредоточена основная масса активных пользователей Интернета. С продвижением на восток России активность значительно снижается. Достаточный ее уровень для ведения бизнеса поддерживается преимущественно в крупных

городах. Заявленные правительством амбициозные планы пока что не реализуются должным образом - расходы на информатизацию регионов чрезвычайно малы по сравнению с другими статьями бюджета. В 2007 г. они составили менее 1% величины бюджета, хотя по отношению к предыдущему периоду даже наблюдалось увеличение.

**Географический фактор** применительно к российской музыкальной индустрии имеет свои особенности. Минус большой площади государства заключается в ослаблении пограничного и таможенного контроля в отношении товаров и сырья, пересекающих границу. Речь идет в основном о Китае, который является экспортером пластика для производства физических носителей. Помимо этого, на его территории производятся самые крупные в Азии партии контрафактной продукции, которые ввозятся и на российский Дальний Восток. Экспансия Китая на российские территории может привести к появлению заводов с китайским капиталом в Сибирском и Дальневосточном федеральных округах. В будущем, скорее всего, роль географического фактора в российском и мировом бизнесе значительно ослабнет в связи с распространением Интернета. Информатизация позволит практически мгновенно и с гораздо меньшими издержками совершать продажи на всей территории страны. Омрачает ситуацию лишь низкая степень проникновения Интернета в регионы. По данным Фонда "Общественное мнение", крайне малое число пользователей зарегистрировано в Уральском, Сибирском и Дальневосточном федеральных округах: 8%, 12% и 4%, соответственно. Для сравнения - только в Москве в сеть регулярно выходят 5,4 млн. чел., что составляет 14% населения страны.

**Институциональная организационно-техническая среда** применительно к каждому предприятию может претерпевать изменения, касающиеся ее состава. Поскольку в данной работе рассматривается музыкальная индустрия в целом, он был несколько нами унифицирован. В него были включены банковская система, страховые компании, а также лизинговые компании (поскольку

маркетинговые исследования, экспертное консультирование, организация рекламных кампаний и тому подобное отходят на второй план).

Одной из самых обсуждаемых проблем сейчас является санация банковской системы. По нашему мнению, в ней необходимо осуществить следующие преобразования:

- снизить величину обязательных резервов для банков, занимающихся кредитованием реального сектора экономики;
- расширить практику выдачи кредитов путем увеличения в кредитных портфелях банков доли физических лиц и снижения процентных ставок;
- повысить финансовую грамотность населения в целях улучшения делового климата, увеличения разновидностей финансовых инструментов, расширения горизонтов финансового планирования населения.

Организация страхового дела с учетом собитий лета - осени 2008 г. на финансовых рынках требует следующих основных доработок:

- совершенствования процесса подготовки актуариев и осуществления актуарных расчетов;
- более взвешенного подхода к формированию страховых резервов. Не последняя роль здесь отводится государству как носителю регулятивной функции.

В условиях прекращения финансирования происходит рост неплатежей и нарушения обязательств между участниками договоров на рынке лизинга. Резонными представляются следующие пути выхода из сложившейся ситуации:

- требуется пересмотр существующих и введение новых методик оценки банками активов и пассивов компаний-участников рынка лизинга (до сих пор немногие перешли к сдаче отчетности по МСФО);
- всем участникам рынка лизинга следует идти на уступки партнерам и, по возможности, осуществлять отсрочку платежей и реструктурирование займов;
- лизинговым компаниям, до этого момента специализировавшимся на единственной отрасли экономики, необходимо проводить политику диверсификации своей деятельности.

*Поступила в редакцию 05.08.2009 г.*