

О Т З Ы В

на автореферат диссертации Татарникова А.С., представленной на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.13.

«ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КАССОВЫХ СБОРОВ В КИНОПРОКАТЕ НА ОСНОВЕ МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ И АНАЛИЗА ЗРИТЕЛЬСКИХ ЭМОЦИЙ»

Диссертация Татарникова А.С. посвящена стандартной задаче для бизнеса: определению того, сколько можно заработать. В данном случае прогноз того, сколько люди заплатят за разнообразные кино. Следует согласиться с автором в подходе к созданию кино как к инвестиционному проекту.

Суть работы сводится к построению модели, для объяснения различий выручки от продажи разных фильмов, сбору необходимой информации и оценке параметров модели, что сделано добротнo.

Считаю важным обратить внимание на следующую мысль автора: «Кроме того, дифференциация ответов по достаточно широкому спектру вопросов позволила обойтись без использования некоторых показателей, присутствующих в подходе коллег из Корнельского университета, например, сведений о бюджете фильма». Суть дела в том, что эти данные просто не нужны, поскольку автор определяет, сколько потребители заплатят, а это совсем не то, что с них хотят получить. На примере прогноза цен на электроэнергию для промышленности в России мне удалось показать всю несуразность хотелки энергетиков на 2020 год.

Считаю работу Татарникова А.С. замечательной, автореферат легко читается, аргументация автора понятна.

По существу работы считаю нужным обратить внимание на следующее. Таб. 1 наводит на несколько вопросов. Бурный рост продаж кино в 2007-2010 годах сильно напоминает динамику продаж в начале жизненного цикла товара, когда он появляется на рынке. Этому же соответствует и период – 4 года. Разве до 2007 г. в России не было кинотеатров? Что случилось?

Предположив предел продаж кино в 150 млрд. руб., построил его прогноз по логистической функции (графа 3). Обоснование данных графы 4 дается ниже. В отличие от графы 3, где предполагается, что первичный спрос ещё не удовлетворен, в графе 3 расчет исходит из того, что он был удовлетворен в 2010 г.

	Факт,	Расчёт	Первичный спрос насыщен
<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
2007	11,85	11,21	
2008	17,40	18,22	
2009	22,71	23,89	
2010	28,59	28,72	28,6
2011	33,45	32,96	33,5
2012	36,56	36,74	36,6
2013	41,56	40,16	41,6
2014	43,37	43,28	43,4
2015	46,19	46,15	46,2
2016	48,80	48,80	48,0
2017	51,26	51,26	51,5
2018	53,57	53,57	55,0
2019	55,72	55,72	58,5
2020	57,75	57,75	61,9
2021	59,67	59,67	65,4
2022	61,47	61,47	68,9
2023	63,19	63,19	72,4
2024	64,82	64,82	75,9
2025	66,36	66,36	79,4
2026	67,84	67,84	82,9

С другой стороны продажи кино зависят от общих доходов, за которые принят ВВП в фактических ценах. По этому представлению получается революция с продажами.



Оказывается, что продажи кино вышли на насыщение первоначального спроса уже в 2010 г. Это означает, что дальнейший рост продаж будет идти только в меру увеличения ВВП в текущих ценах, т.е. практически совпадать с темпом инфляции. Эта сумма будет делиться между разными кино.

С 2018 г. прогнозы начинают различаться. Определение общих продаж кино важно для прогноза по отдельному фильму тем, что они позволяют судить о величине пирога, на часть которого претендует проект.

Текст автореферата свидетельствует о том, что Татарникова С.А. глубоко разобрался в исследуемой проблеме и предложил оригинальные решения, имеющие как научную, так и практическую ценность. Несомненным достоинством автореферата является ясность изложения.

Татарникова С.А. вполне заслуживает присуждения ему учёной степени кандидата экономических наук.

Доктор экономических наук (08.00.13), профессор НИУ ВШЭ *[подпись]* В.Коссов

[подпись]
 ЗАМЕСТИТЕЛЬ НАЧАЛЬНИКА
 ДЕПАРТАМЕНТА ПЕРСОНАЛА
 НИУ ВШЭ

23.03.2016

