

Mgr Jagoda Komusińska

Tytuł rozprawy doktorskiej:

Dystrybucja kinowa filmów fabularnych w świetle teorii konkurencji

Praca analizuje, na ile czynniki cenowe, a na ile czynniki strategiczne (pozacenowe) wpływają na konkurencyjność filmów polskich względem zagranicznych (zwłaszcza z ekosystemu tzw Majors z USA). Punktem wyjścia są dwie okoliczności interesujące z punktu widzenia teorii organizacji przemysłu.

Po pierwsze, w wymiarze globalnym rynek filmowy jest od około wieku stabilnie zdominowany przez oligopol studio z USA – kinematografie innych krajów funkcjonują prawie wyłącznie na skalę krajową, uniemożliwiając uzyskanie korzyści skali. Po drugie, od lat 70. (w Polsce od 1989 r.) mechanizm wyceny filmów dla widzów kinowych jest oderwany od relatywnych kosztów krańcowych, bo ceny biletów na wszystkie seanse w każdym kinie są co do zasady ujednolicone. W pracy sprawdzane są alternatywne teorie dotyczące tego, w jaki sposób relacje cen/kosztów pomiędzy tytułami związane są ze strukturą rynku. Są to teorie nt ustalania marż i wykorzystywania siły rynkowej szkoły ordoliberalnej, chicagowskiej i SCP.

Rozdział 1 przedstawia fundamenty współczesnego konsensusu nt teorii organizacji przemysłu i historii jej zastosowania do tworzenia prawa ochrony konkurencji w UE.

Rozdział 2 zawiera historię organizacji przemysłu filmowego (jako części przemysłu medialnego) w skali globalnej.

Rozdział 3 przedstawia założenia, historię i strukturę polityki audiowizualnej w UE. Rozdziały 4-5 odnoszą się do rynku polskiego, który jest typowym rynkiem europejskim – rynkiem eksportowym dla Majors i o dużym stopniu zależności od sektora publicznego.

Rozdział 4 omawia ewolucje rynku dystrybucji kinowej: zarówno kształtowanie polityki audiowizualnej i miejsca dystrybucji w niej, jak i strony prywatnej. Zajmuje się oceną pozacenowych determinant konkurencyjności filmów polskich. W tym rozdziale wykorzystano branżowe dane statystyczne i wywiady eksperckie.

Z kolei Rozdział 5, na podstawie autorskiej bazy seansów kinowych w Małopolsce, analizuje, w jaki sposób ceny na różne seanse mogą wpływać na wyniki finansowe filmów. Sprawdza, na ile ceny ujednolicone są korzystne dla postrzeganej atrakcyjności filmów polskich względem dystrybuowanych globalnie amerykańskich, a na ile sprzyjają one utrzymaniu się przewagi filmów amerykańskich i ograniczają możliwość rozwoju kinematografii polskiej.

Wyniki pracy wskazują na poziomie teoretycznym na znaczące ograniczenie przydatności analizy cen do określenia poziomu walki konkurencyjnej pomiędzy dostawcami (w wypadku rynku filmowego ważniejszym aspektem, niż ceny jest strategiczne pozycjonowanie tytułów przez producentów – stopień, do jakiego różni producenci stosują podejście marketingowe). Na poziomie praktycznym, wyniki wskazują na to, że w pewnym stopniu różnicowanie cenowe de facto występuje, oraz że filmy polskie mogłyby skorzystać na dalszym różnicowaniu cen, ale wdrożenie takiego rozwiązania byłoby bardzo trudne technicznie.