

## The Film Industry as a Sector of the Economy: Current Problems and Trends

Aigerim B. Manakbayeva<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Academy of Public administration under the President of the Republic of Kazakhstan, 33a Abay Ave., 010000, Nur-Sultan, Kazakhstan

### Abstract

Nowadays, the film industry is an important sector of the economy of many countries. Scientific interest in the research of cinema will grow with each passing day. This is because the film industry, consisting of producers and commercial organizations, is an object of investment and a successful asset. The article focuses on defining the role of the film industry in Kazakhstan's economic and social development. The article's primary goal is to identify and discuss current problems and trends in the development of the domestic film industry by analyzing its current state. The paper reveals the essence of the three main functions of the film industry - economic, social and ideological. The current state of the domestic film industry is analyzed by the use of statistical and sociological data. Relevant issues, socio-economic peculiarities, critical participants in the film market of Kazakhstan were considered. The research results established that private film companies dominate the domestic film business. The market is dominated by-products of the foreign film industry, evidenced by their financial receipts. The task of increasing the share of domestic films, including national cinema in the film market, becomes more relevant. In addition, the article presents the problems that prevent the development of the domestic film industry and the factors that contribute to its further development. These factors include improving public administration in the field of cinematography, the establishment of clear parameters for the quality of domestic films, ensuring the principles of accessibility of Kazakhstani films.

*Keywords:* Economics, Film Industry, Film Business, Domestic Film, Budget of Film, Film Quality

**For citation:** Manakbayeva, A.B. (2022). The Film Industry as a Sector of the Economy: Current Problems and Trends. *Economics: the Strategy and Practice*, 17(1), 226-237, <https://doi.org/10.51176/1997-9967-2022-1-226-237>

\* **Corresponding author:** Aigerim B. Manakbayeva - PhD student of Academy of Public administration under the President of the Republic of Kazakhstan, 33a Abay Ave., 010000, Nur-Sultan, Kazakhstan, 87012330409, e-mail: [aigerim\\_mb@mail.ru](mailto:aigerim_mb@mail.ru)

**Conflict of interests:** the authors declare that there is no conflict of interest.

**Financial support.** the study was not sponsored (own resources).

**The article received:** 25.01.2022

**The article approved for publication:** 15.02.2022

**Date of publication:** 30.03.2022

**Киноиндустрия экономика саласы ретінде: өзекті мәселелер мен үрдістер****Манақбаева А.Б.<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup> *Қазақстан Республикасы Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясы, Абай 33а, 010000, Нұр-Сұлтан, Қазақстан*

**Түйін**

Бүгінгі таңда көптеген елдерде киноиндустрия экономиканың маңызды саласы болып табылады. Кино саласын зерттеуге деген ғылыми қызығушылық күн сайын арта түсуде. Себебі өндірістік және коммерциялық қызмет ұйымдарынан құралған кино индустриясы инвестициялаудың объектісі және табысты актив болып табылады. Мақала Қазақстанның экономикалық және әлеуметтік дамуындағы киноиндустрияның маңызын айқындауға бағытталған. Мақаланың мақсаты отандық киноиндустрияның ағымдағы хал-ахуалына талдау жасау арқылы саланың өзекті мәселелерін айқындау және даму үрдістерін талқылау болып табылады. Мақалада киноиндустрия саласының үш негізгі - экономикалық, әлеуметтік және идеологиялық қызметтерінің мәні сипатталады. Статистикалық және әлеуметтанулық деректерді қолдану әдісі арқылы отандық киноиндустрияның қазіргі жағдайына талдау жасалынды. Қазақстанның кино нарығының өзекті мәселелері, әлеуметтік-экономикалық ерекшеліктері, негізгі субъектілері талқыланды. Зерттеу нәтижесінде отандық кинобизнесе жекеменшік кинокомпаниялары басым екені айқындалды. Нарықта шетелдік киноиндустрия өнімдері басым екені олардың прокаттағы қаржылық түсімдерімен расталады. Отандық фильмдердің, соның ішінде ұлттық фильмдердің кино нарығындағы үлесін арттыру міндетінің өзектілігі арта түсуде. Сонымен қоса, мақалада ұлттық киноиндустрияның дамуына кедергі келтіруші проблемалық мәселелер мен жетілдіруге ықпал етуші факторлар ұсынылады. Бұл факторлардың қатарына кинематография саласындағы мемлекеттік басқаруды жетілдіру, отандық фильмдердің сапасының нақты параметрлерін белгілеу, қазақстандық фильмдердің қолжетімділігі қағидаттарын қамтамасыз ету жатқызылады.

*Түйін сөздер:* экономика, кино индустриясы, кино бизнесі, отандық фильмдер, фильмдердің бюджеті, фильмдердің сапасы

**Дәйексөз үшін:** Манақбаева А.Б. (2022). Киноиндустрия экономика саласы ретінде: өзекті мәселелер мен үрдістер. Экономика: стратегия және практика, 17(1), 226-237, <https://doi.org/10.51176/1997-9967-2022-1-226-237>

\* **Хат-хабаршы авторы:** Манақбаева А.Б. – Қазақстан Республикасы Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясының докторанты, Абай 33а, 010000, Нұр-Сұлтан, Қазақстан, 87012330409, e-mail: [aigerim\\_mb@mail.ru](mailto:aigerim_mb@mail.ru)

**Мүдделер қақтығысы:** авторлар мүдделер қақтығысының жоқтығын мәлімдейді.

**Қаржыландыру.** демеушілік қолдау көрсетілген жоқ (меншікті ресурстар).

**Мақала редакцияға түсті:** 25.01.2022

**Жариялау туралы шешім қабылданды:** 15.02.2022

**Жарияланды:** 30.03.2022

## Киноиндустрия как отрасль экономики: актуальные проблемы и тенденции

Манакбаева А.Б.<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Академия государственного управления при Президенте Республики Казахстан,  
пр. Абая 33а, 010000, Нур-Султан, Казахстан

### Аннотация

Сегодня киноиндустрия является важным сектором экономики во многих странах. Научный интерес к изучению кино растет с каждым днем. Это связано с тем, что киноиндустрия, состоящая из продюсерских и коммерческих организаций, является объектом инвестиций и успешным активом. Статья направлена на определение роли киноиндустрии в экономическом и социальном развитии Казахстана. Основная цель статьи – выявление и обсуждение актуальных проблем и тенденций развития отечественной киноиндустрии путем анализа его современного состояния. В статье раскрывается сущность трех основных функций киноиндустрии – экономической, социальной и идеологической. Текущее состояние отечественной киноиндустрии проанализировано с использованием статистических и социологических данных. Рассмотрены актуальные вопросы, социально-экономические особенности, основные участники кинорынка Казахстана. В результате исследования было установлено, что частные кинокомпании доминируют в отечественном кинобизнесе. На рынке доминируют продукты зарубежной киноиндустрии, что подтверждается их финансовыми сборами проката. Все более актуальной становится задача по увеличению доли отечественных, в том числе национальных фильмов на кинорынке. Кроме того, в статье представлены проблемы, препятствующие развитию отечественной киноиндустрии, и факторы, способствующие ее дальнейшему развитию. К таковым факторам следует отнести совершенствование государственного управления в сфере кинематографии, установление четких параметров качества отечественных фильмов, обеспечение принципов доступности казахстанских фильмов

*Ключевые слова:* экономика, киноиндустрия, кинобизнес, отечественные фильмы, бюджет фильма, качество фильма

**Для цитирования:** Манакбаева А.Б. (2022). Киноиндустрия как отрасль экономики: актуальные проблемы и тенденции. Экономика: стратегия и практика, 17(1), 226-237, <https://doi.org/10.51176/1997-9967-2022-1-226-237>

\* **Корреспондирующий автор:** Манакбаева А.Б. - докторант Академии государственного управления при Президенте Республики Казахстан, пр. Абая 33а, 010000, Нур-Султан, Казахстан, 87012330409, e-mail: [aigerim\\_mb@mail.ru](mailto:aigerim_mb@mail.ru)

**Конфликт интересов:** авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

**Финансирование.** Исследование не имело спонсорской поддержки (собственные ресурсы).

**Статья поступила в редакцию:** 25.01.2022

**Принято решение о публикации:** 15.02.2022

**Опубликовано:** 30.03.2022

### Кіріспе

Қазіргі жағдайда киноиндустрия саласының экономикалық жағынан да, мәдени-идеологиялық тұрғыдан да маңыздылығы арта түсуде. Дамыған елдерде киноөндіріспен және фильмдерді прокаттаумен айналысатын бұл сала қомақты табыс әкеліп, өзін дербес экономикалық сектор ретінде дәлелдеді.

Жаһандану процесі қарқынды жүріп жатқан кезеңде жаңа киноөнімдер, ұйымдар, үрдістер, технологиялар пайда болуда. Әрбір мемлекет әлемдік киноиндустрияға интеграциялану арқылы отандық киноөндірістің сандық және сапалық көрсеткіштерін дамыту міндетін алға қойып отыр. Барлық елдерде кино көрсетілімді жүзеге асыратын ұйымдардың құрылуы, халықты жұмыс орындарымен қамтамасыз ету, кино саласындағы шағын және орта бизнесті дамыту, бәсекеге қабілетті кинонарық қалыптастыру, жаңа технологияларды қолдану сияқты әлеуметтік-экономикалық факторлар маңызды орын алады.

Бүгінгі таңда киноиндустрия экономиканың креативті салаларына жатады. Елдердің немесе өңірлердің әлеуметтік-экономикалық дамуына әсер етеді. Фильмдерді өндіру, оларды прокаттау арқылы кино нарығын қалыптастырады. Табиғи көркем жерлерді, географиялық орындарды фильмдерде ұтымды пайдалану арқылы шетелдік туристердің ағынын қамтамасыз етуге ықпал етеді.

Одан бөлек, киноиндустрия бүкіл әлемге мәдени кодтар мен хабарламаларды тарататын жаһандық салаға айналууда. Оның экономикалық тиімділігімен бірге ақпараттық әсері де арта түсуде. Кино тікелей немесе жанама түрде қоғамға белгілі бір ақпаратты жеткізеді, сол арқылы санаға әсер етеді. Сондықтан да, ұлттық, мемлекеттік мүддені қорғайтын әлеуметтік маңызы бар киноөнімдерді шығару, тарату және насихаттау – кино саласындағы мемлекеттік саясаттың негізгі міндеттерінің бірі. Отандық фильмдердің индустриясын дамыту, соның ішінде ұлттық фильмдердің бәсекеге қабілеттілігін арттыру мемлекеттік басқарудың басым бағыты болып табылады.

Сонымен бірге, кино индустриясындағы өткір тақырыптар ретінде экономикалық тиімділік, инвестициялық тартымдылық, мемлекеттік реттеу, қаржыландыру мәселелері ғылыми-практикалық маңызға ие. Себебі, киноөндіріс – әрбір елдің экономикалық және мәдени ресурстарының бірі болып табылады. Кино индустриясының басым бағыттарын белгілеп, өзекті мәселелерді айқындау саланың дамуына ықпал етеді.

Мақалада зерттеу мақсаты ретінде Қазақстанның кино индустриясының дамуындағы әлеуметтік және экономикалық ерекшеліктерді айқындау және маңызды проблемалық мәселелерді талқылау белгіленді. Аталған мақсатқа жету үшін мынадай міндеттер алға қойылды:

- киноиндустрия саласының негізгі (экономикалық, идеологиялық және әлеуметтік) қызметтерінің мәнін саралау;

- отандық киноиндустрияның (кино нарығының) қазіргі жағдайы мен саладағы негізгі үрдістерді, проблемалық мәселелерді талдау;

- Қазақстан киноиндустриясының дамуына ықпал етуші факторларды айқындау.

### Әдебиеттерге шолу

Қазіргі кезеңде кино саласын зерттеуге бағытталған әртүрлі ғылыми көзқарастар мен бағыттар қалыптасқан. Кино индустриясының әлеуметтік-экономикалық, технологиялық, саяси аспектілері әртүрлі авторлық позицияларда талқылануда.

Әлемдік ғылыми кеңістікте киноиндустрияны креативті экономика, шығармашылық индустрия тұрғысынан зерттеу тәжірибелері бар [1]. Мәселен, Мальшевтің пікірінше, креативті индустрия құрылымындағы кино индустриясының құндылығы мен оның мультифакторлық мәні айрықша орын алады [2]. Ал мәдени индустрия мен қаржы нарығы арасындағы қарым-қатынас, мәдениетке мемлекеттік инвестициялау үшін венчурлық капиталды пайдалану эксперименті Lee-дің еңбегінде кездеседі. Автордың пікірінше, бұл саяси эксперимент мәдени индустрияға капитал құюды айтарлықтай арттырды және саланың жылдам өсуі үшін құнарлы жағдай жасады [3].

Беловтің пікірінше, әртүрлі елдердегі киноиндустрияның ерекшеліктері көп зерттелгенімен, әлеуметтік-экономикалық география тұрғысынан киноиндустрия аз зерттелген тақырып болып табылады [4].

Қазіргі заманғы жаһандану кезеңінде киноиндустрияның маңызды рөл атқаратынын ескере отырып, бірқатар ғалымдар өз еңбектерінде кино саласына метафоралық теңеулер береді. Ravid фильмдерді жаңа өнім желісі немесе жаңа мейрамхана сияқты жобалармен салыстырады, алайда олардың қымбат және өзіндік маңызды сипаттамалары бар екенін көрсетеді [5]. Маклюэннің пікірінше, кино – индустриалды гиганттың ауқымды күші [6].

Medel мен Gossel экономикалық дамудың құралы ретінде мәдени кластерлерді, атап

айтқанда киноиндустрия кластерлерін құру және дамытудың жалпы сипаттамасын, дамыту стратегиясын сипаттайды [7]. Сонымен қоса, ғылыми кеңістікте кинофильмдер нарығы мысалында сұраныс пен ұсыныс және шығындар мәселелері Elberse және Eliashberg авторларының зерттеулерінде кездеседі [8].

Бұдан бөлек, киноның қаржылық түрде табысты болуына әсер етуші факторлардың бірі маркетингтік көзқарастар болып табылады. Швеченконың пікірінше, киномаркетингтің мақсаты – киноиндустрияны коммерцияландыру және қаржылық инвестицияларды тиімді пайдалануға қол жеткізу. Киномаркетинг киноның мәдени-әлеуметтік функциясын еске-руі, яғни көрермендердің тұтынушылық сұранысына назар аударуы қажет [9].

Кино саласындағы қызметтердің нарықтық ортасын дамытудың шарты ретінде кинематографияны мемлекеттік қолдау және қаржыландыру жүйесі мен экономикалық, құқықтық аспектілеріне арналған бірқатар еңбектер де кездеседі [10], [11].

Отандық ғалымдардың еңбектеріне шолу жасайтын болсақ, кино саласы бойынша жазылған іргелі ғылыми еңбектер көбінесе өнертану, мәдениеттану, кинотану ғылымдарының аясында шоғырланған. Қазақстанның киноиндустриясын экономикалық көзқараспен талдауға, мемлекеттік басқару саласы тұрғысынан зерттеуге бағытталған еңбектер аз. Осындай сирек зерттеулердің арасынан 2020 жылы жазылған ұжымдық жұмысты атап өтуге болады. Қазақстандық авторлар отандық киноның экономикасы, соның ішінде фильмдердің кассалық жинағы мен қаржылық табыстылығына, рейтингіне әсер етуші факторларды айқындауда елеулі үлес қосқан [12].

### Материалдар мен әдістер

Зерттеудің теориялық-методологиялық негізін киноиндустрияның экономикасы бойынша жазылған шетелдік және отандық авторлардың еңбектері құрайды. Зерттеу барысында мәселені сипаттау, талдау, синтездеу, салыстыру сияқты танымдық әдістер қолданылды.

Мақаланың ақпараттық базасы ретінде Қазақстанның Ұлттық статистика бюросы әзірлеген кино саласындағы қызметтер жөніндегі статистикалық деректер алынды. Кино саласындағы деректер алдыңғы жылдардағы мәліметтермен салыстыру арқылы көрсетіледі. Кейбір деректердің соңғы 10 жылдағы динамикадағы үрдісі сипатталған.

Кино саласының құқықтық негіздерін қарастыру мақсатында «Кинематография

туралы» Қазақстан Республикасының Заңы негізге алынды. Бұл Заңда кинематография саласындағы негізгі ұғымдар мен қоғамдық қатынастардың реттелуі, фильмдердің санаттары, түрлері, жанрлары, сонымен қоса, мемлекеттік қолдау және қаржыландыру тетіктері, негізгі ұйымдар мен өзге де реттеу шаралары ұсынылады.

Сонымен қоса, мақалада автор жүргізген әлеуметтанулық зерттеудің материалдары қолданылды. Сұрау Қазақстанның киноиндустриясын талдау аясында қосалқы, сапалық ақпарат алу мақсатында жүргізілді. Сұрау арқылы қазақстандықтардың қазіргі заманғы отандық фильмдерге деген көзқарасы, қалаулары анықталды. Отандық фильмдердің сапасын субъективті бағалау нәтижелері айқындалды. Сауалнама «снежный ком» әдісі арқылы таралып, 18 жастан асқан Қазақстанның азаматтарынан, 220 астам респонденттен жауап алынды. Бұқаралық сұрау (деректер жинақтау мен өңделген нәтижелерді алу) google form арқылы онлайн өткізілді.

### Нәтижелер және талқылау

Киноиндустрия – фильмдерді өндірумен, оны дистрибуциялаумен және тұтынумен байланысты экономика саласы. Ғылыми техникалық жетістік пен көркемдік шығармашылықтан синтезделген бірегей сала. Бүгінгі таңда киноиндустрия мынадай үш негізгі қызметтерді жүзеге асыратыны белгілі:

1. Экономикалық қызметі: кинотеатрлар желісінің бәсекеге қабілетті кино нарығын құруы, кинопрокаттан түскен табыс (кассалық жинақ), отандық фильмдердің үлесін арттыру.

2. Идеологиялық қызметі: азаматтардың мәдени деңгейін қалыптастыру, киноөнімдерді эстетикалық қабылдау, мәдени құндылықтар мен әлеуметтік маңызы бар фильмдерді көрсету арқылы санаға әсер ету.

3. Әлеуметтік қызметі: қалаларда, ауылдарда, өңірлерде кинотеатрлар салу арқылы халықты жұмыспен, қызметтермен қамтамасыз ету, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін сезіну.

Аталған киноиндустрия қызметтерінің Қазақстан қоғамында қаншалықты тиімді жүзеге асып жатқанын айқындау маңызды. Бұл ретте, отандық киноиндустрияның қазіргі жағдайы қалай сипатталады? Кино нарығында қандай үрдістер байқалады? Киноиндустрияны дамыту не үшін қажет? Зерттеу барысында осындай өзекті сұрақтарға жауап іздеу міндетін алдымызға қойдық.

Бүгінгі таңда Қазақстанда кино нарығы қалыптасқан. Осы саладағы қоғамдық

қатынастарды реттеу мақсатында 2019 жылы «Кинематография туралы» Қазақстан Республикасының Заңы қабылданды. Отандық киноиндустрияның қазіргі жағдайын талдау үшін алдымен саладағы негізгі ұйымдарға мән берген жөн. Статистикалық мәліметтер бойынша кинофильмдердің өндірісін іске асыратын ұйымдардың саны 2020 жылы 45 бірлікті (2019 жылы – 64) құрады. Бұл көрсеткіштің 19 ұйымға азаю себебі – 2020 жылы орын алған әлемдік пандемия салдарынан кейбір компаниялардың өз-өздерін асырай алмай, бәсекелі нарықта күн көре алмауы. Дәл осындай азаю қарқыны түсірілген фильмдердің санынан да байқалады. 2020 жылы 242 фильм өндірілсе (2019 жылы 2 есе көп болған - 480), оның 90% (218 бірлік) - қысқа метражды фильмдер, ал 24-і ғана толық метражды фильмдер [13]. Бұл ретте, нақтылап айтатын болсақ, қысқа метражды фильмдер деп ұзақтығы елу екі минуттан аз фильмдерді атайды.

Республика бойынша кинофильмдердің көрсетілімін іске асыратын ұйымдардың саны – 110 бірлік. Меншік формасы бойынша оның 29 – мемлекеттік, 78 – жеке меншік, 3 – шетелдік ұйым [13]. 10 жылдық динамикадағы кинематографиялық ұйымдардың, соның

ішінде кинотеатрлардың саны төмендегі кестеде көрсетілген.

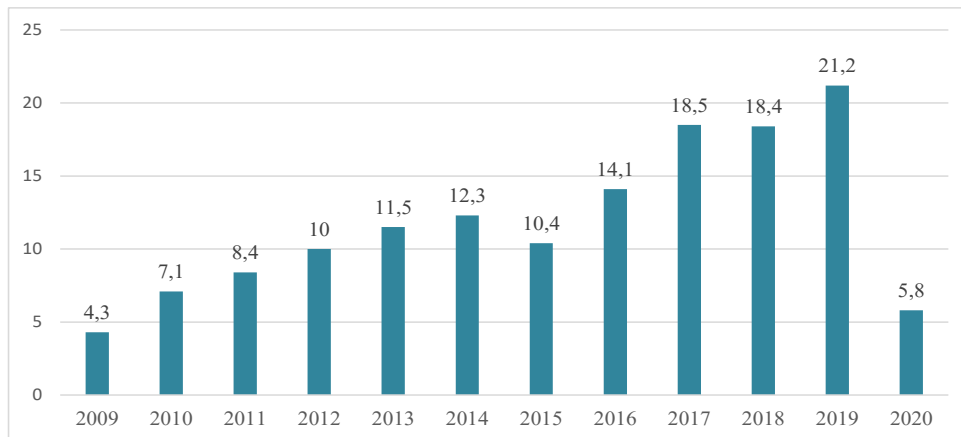
**Кесте** – Қазақстандағы кинематографиялық ұйымдар мен кинотеатрлардың саны

**Table** – Number of cinematographic organizations and cinemas in Kazakhstan

Жылдар	Кинематографиялық ұйымдар саны, бірлік	Кинотеатрлар саны, бірлік
2009	124	83
2010	123	87
2011	118	94
2012	127	97
2013	125	97
2014	116	96
2015	114	93
2016	109	94
2017	111	96
2018	112	96
2019	114	101
2020	110	99

Ескертпе: автор [13] деректің негізінде әзірледі

Сонымен қоса, жыл сайын ресми статистикалық деректерде кино саласындағы қызметтерден түсетін табыстың көлемі беріледі (төмендегі сурет).



**Сурет** - Кино саласындағы қызметтерден түскен табыстың көлемі, млрд. теңге

**Figure** - Revenues from film services, bln. tenge

Ескертпе: автор [13] деректің негізінде әзірледі

2020 жылы табыс көлемі одан алдыңғы жылдарға қарағанда 3-4 есе төмендеуі пандемия кезіндегі карантиндік шараларға байланысты болғанын атап өттік. Бұл жағдай тек Қазақстанда ғана емес, бүкіл әлемде болған жағдай. Әлемдік киноиндустрия пандемияның нәтижесінде 7 миллиард доллардан айырылды [14].

Қазақстандағы кино көрсететін қызметтерден түскен 5,8 млрд. теңге көлеміндегі табыстың басым бөлігі шетелдік фильмдердің үлесінен болған. Нақтырақ айтқанда, 5 869 513,5 мың теңге көлеміндегі табыстың 62% (3 641 206,5 мың теңге) – шетелдік фильмдерден түскен, ал 36% (2 108 394,5 мың теңге) – ұлттық фильмдер, қалғаны –

бірлесіп шығарылған өнімдер (ко-продукция) – 119 912,5 мың теңге [13].

Кинотеатрларда көрсетілген фильмдердің ішінде шығу елі бойынша Америка Құрама Штаттары (АҚШ) көшбасшы ел болып табылады. 2020 жылы АҚШ фильмін көруге келушілердің саны 1 774 348 бірлікті құраған. Одан кейін Қазақстан – 1 597 523, Ресей – 526 440, Ұлыбритания – 105 929, Германия – 19 796 бірлік [13].

Қазақстандық ғалымдардың ұжымдық зерттеуіне сәйкес, 2000-2019 жылдар аралығында бір қазақстандық киноның бюджетінің медианасы – 586 мың долларды, ал жинақтың медианасы – 483 мың долларды құраған. Жанр жағынан комедиялық фильмдер ең аз бюджетті қажет еткен (327 мың доллар) [12]. Осының нәтижесінде Қазақстанда қазіргі кезеңде комедия көп түсірілетін жанрлардың біріне айналып отыр. Мәселен, «Қазақша бизнес» сериялары, «Келинка Сабина», «Аким», «Брат или брак» сияқты фильмдер халық арасында кең тараған, олардың көрермендік тартымдылығы, яғни сұранысы жоғары.

Кино саласындағы тәжірибелі сарапшы Ақан Сатаевтың пікірінше, отандық кинопрокат нарығындағы табыс мөлшері мынадай шаманы құрайды. Қазақстанда табысты картина орташа есеппен 1 млн. долларды жинайды. Бұл сома кинотеатрмен жартылай бөлініп, оның 5-7% дистрибьютор алады. Нәтижесінде түсірілім тобы 500 мың доллар қаражат табады. Осы сандарды негізге ала отырып, фильм түсірудің бюджетін жоспарлау қажет. Егер фильм түсіру 100 мың доллардан асатын болса, бұл өте қауіпті екенін білдірді [15].

Жоғарыда аталған көрсеткіштерді талдай келе, Қазақстан киноиндустриясының нарығына мынадай үрдістер тән деп тұжырымдауға болады:

- кинокөрсетілімді іске асыратын кинематографиялық ұйымдардың басым бөлігі (70%) – жеке меншік секторға тиесілі;
- отандық фильмдерге қарағанда шетелдік фильмдердің қаралымы басым;
- кино көрсету саласындағы қызметтерден түскен табыстың жартысынан көбі (62%) шетелдік фильмдерден түседі;
- отандық кинонарықта фильмдердің қаржылық қайтарымы төмен, фильмнен табыс табу мүмкіндігі аз;
- комедия жанры басқа жанрларға қарағанда көп түсіріледі және халық арасында сұранысқа ие.

Жалпы, кино саласындағы бизнестің өзге бизнес түрлері сияқты ерекшеліктері бар. Бизнес «сату және сатып алу» қағидасына

негізделетін болса, кинобизнесе сатылатын өнім – киножоба (фильм).

Киножобаны әзірлеу үш негізгі кезеңнен құралады: 1) даярлық кезеңі, 2) картинаны өндіру және дистрибуция, 3) ритейл кезеңі. Даярлық кезеңінде сценарий әзірлеу, картинаның бюджетін жоспарлау, қаржыландыру көздерін іздеу, келісім жасасу әрекеттері жүзеге асырылады. Келесі кезеңде түсірілім мен монтаж жұмыстары жалғасады. Соңғы кезең – өнімді насихаттау, дистрибуция, интеллектуалдық құқық беру, тираждау, прокаттау сияқты қадамдардан құралады [16].

Нарық болған соң оның басты екі құраушысы болады – сұраныс және ұсыныс. Кино нарығындағы сұранысқа мынадай факторлар әсер етеді: билет бағасы, көрермендердің табыс деңгейі, кино өнімінің жанры, бос уақыттың болуы, көрермендердің саны, сатып алушылардың қызығушылығы, киноөнімнің сапасы, пайдасы, маусымдық кезең (прайм тайм, демалыс, күндізгі уақыт) және басқалар.

Сұраныс иесі – әртүрлі жастағы халық (көрермен). Халық арасында отандық және шетелдік фильмдерді көруге деген сұраныс бар. Кинотеатрларға әртүрлі әлеуметтік топ өкілдері (балалар, жастар, ересектер) келеді. Олардың фильмдерге, нақтырақ айтқанда жанрына, шығару еліне, сюжетіне, уақытына, билет бағасына байланысты сұранысы әртүрлі болады.

Ұсынысқа әсер етуші факторлар: ресурс бағалары, киноөндіріс технологияларының деңгейі, орын ауыстырушы, толықтырушы тауарлардың болуы, нарықтағы кинокомпаниялардың саны, салықтар және тағы басқалар.

Бұл ретте, продюсерлік компаниялар, киноөндірушілер, дистрибьютерлер, прокатшылар сияқты киноиндустрия саласының субъектілері кино өнімдерін тұтынушыларға (көрермендерге) қандай ұсыныс беруде? Отандық фильмдерді ұсыну жағдайы қандай?

Бүгінгі таңда Қазақстанның киноөндіріс тәжірибесінде мемлекеттік бюджеттен қаржыландырылатын ұлттық фильмдер, сондай-ақ жеке кинокомпаниялардың қаржысына немесе демеушілік қаражатқа түсірілетін коммерциялық фильмдер де кездеседі. Осы жерде отандық кинофильмдердің коммерциялық және көрермендік табысы қандай деген сұрақ туындайды.

Фильмдердің табыстылығы мен рентабельділігі киноиндустриядағы тиімді көрсеткіш болып табылады. Алайда фильмдердің сұранысы қандай болатынын алдын ала болжау қиын. Сондықтан да шығармашылық

индустрияда туындайтын сын-қатерлерді басқару стратегиясы маңызды [17].

Фильмдердің табыстылығын бағалаудың критерийлері ретінде Simonton мынадай үш факторды көрсетеді: критикалық бағалар, кино үшін алынған марапаттар және қаржылық көрсеткіштер [18].

Қазақстандық фильмдердің бюджетіне қатысты ақпарат көп жағдайда ресми интернет-ресурстарға, арнайы веб-сайттарға орналастырыла бермейді. Мәселен, кинопоиск сайтында барлық емес, кейбір қазақстандық фильмдердің ғана бюджеті (шығыны, табысы) бойынша мәлімет табылады. Жалпы кинокартиналардың кассалық жинағы бойынша статистика қолжетімсіз. Отандық фильмдердің бюджетіне қатысты бірыңғай ақпарат көзі әзірге жоқ. Бұл мәселе туралы киноиндустрияның экономикалық аспектілерін зерттеуші ғалымдар да атап өтуде [12].

Осылайша, ұлттық киноиндустриядағы проблемалық мәселелердің бірі – қазақстандық фильмдердің бәсекеге қабілеттілігінің, инвестициялық тартымдылығының төмендігі. Осы орайда, кинопрокаттағы отандық фильмдердің үлесін арттыру, оларға деген қызығушылықты арттыру өзекті болып табылады. Қазақстандық фильмдердің инвестициялық тартымдылығын арттыру қажет. Оның негізінде киножобалардың бюджетіне қатысты ақпараттың ашықтығы мен толықтығы қағидалары болуы тиіс.

Фильмдердің табысы мен шығынына қатысты бірыңғай ақпарат базасының болмауы мәселесін шешу практикалық маңызға ие. Сол себепті қазіргі кезеңде мүдделі мемлекеттік органдар мен ұйымдар фильмдердің мониторингін жүргізетін ақпараттық жүйені іске қосу жөнінде белсенді жұмыс атқаруда. Бірыңғай базаның жұмыс істеуі кино өндіріс және прокат қызметтерінің объективті нәтижелерін көруді жеңілдетеді. Күнделікті өткізілген сеанстардың саны ғана емес, сатылған билеттердің саны мен құнын, сондай-ақ аудиторияның әлеуметтік портретін қалыптастыруға ықпал етеді.

Сонымен қоса, кинофильмдерді тұтынушылардың кері байланысы да маңызды. Бұл зерттеуде қазіргі заманғы қазақстандық фильмдердің халық арасында қалай қабылданатынын айқындау мақсатында жүргізілген әлеуметтанулық сауалнама нәтижелері қолданылады. Сауалнама нәтижелері қазақстандық киноиндустриядағы отандық өнімдердің тартымдылығын, сапасын, оларды ұнату немесе ұнатпау себептерін, кемшілік тұстарын айқындауға бағытталған. Аталған сауалнама мемлекеттік немесе өзге де

тапсырыс аясында орындалмаған, бұқаралық массивті сандар алуға бағытталмаған. Отандық киноиндустрияны авторлық зерттеу аясында қосымша сапалы ақпарат алу мақсатында жүргізілген. Сол себепті зерттеу нәтижелерін бүкіл Қазақстанның халқына репрезентативті деп есептеу көзделмеген. Алайда, зерттеу нәтижелері респонденттердің отандық фильмдерге деген қажеттілігіне, олардың сапасына қанағаттану деңгейіне, бағалауына, ұсынымдарына рефлексия жасауға, олардың маңыздылығын талқылауға ықпал етеді. Сонымен қоса, сауалнама нәтижелері алдағы уақытта киноиндустрияның өзекті мәселелеріне сандық немесе сапалық әдістерді қолдана отырып, тереңдетілген зерттеулер жүргізуге септігін тигізе алады.

Сауалнамаға қатысқан азаматтардың 52,7% - комедиялық, 42,8% - тарихи, 17,6% - деректі, 13,1% - патриоттық және 6,8% - боевик фильмдерді ұнататынын белгілеген болатын.

Қазақстандық фильмдер сұралған респонденттерге мынадай себептермен ұнайтыны айқындалды:

- қазіргі заманғы қазақстандық қоғамның көрінісін сипаттайды (47,4%);
- мазмұны, мәні (34,4%);
- қызықты оқиғаның арқау болуы (28,6%);
- әдемі локациялар, декорациялар (28,6%);
- актерлердің, режиссерлердің, продюсерлердің кәсіби шеберлігі (20,3%).

Алайда бір актерлердің бірнеше фильмдерге қайта-қайта түсе беруі мен кейбір актерлердің қабілеттілігінің төмендігін респонденттер отандық фильмдерді ұнатпаудың себептеріне жатқызды. Кейбір актерлердің киножобаларға көбірек жұмылдырылуы көрерменге ұнамаса да, продюсерлер мен кино жасаушылар бұл тәжірибені фильмінің табыстылығына әсер етуші фактор ретінде қарастырады.

Бұдан бөлек, түсіріліп жатқан фильмдердің сапасының төмен болуы да назардан тыс қалған жоқ. Сауалнама барысында респонденттерге қазіргі заманғы қазақстандық фильмдердің сапасын 5-баллдық шкаламен бағалау ұсынылды. 1-балл төменгі, ал 5-балл жоғары шаманы білдірді.

Азаматтардың субъективті бағалауы нәтижесінде тарихи және комедиялық фильмдер ғана жоғары деңгейде бағаланды, яғни 5-баллға ие болды. Дегенмен де олардың үлес салмағы көп емес - 33% және 35% шамасында ғана. Басқа жанрлар бойынша фильмдердің сапасы «орташа» (3-балл) деген бағаға иеленді. Бұл дегеніміз отандық фильмдердің сапасына қанағаттану деңгейі әлі де толық көңіл толарлық емес.



81,5% респонденттер қазақстандық киноның табыстылығы мен тартымдылығын арттыру үшін алдағы уақытта түсірілетін фильмдердің сапасын арттыру жөнінде жұмыстар жүргізу қажеттігін атап өтті.

Осылайша, Қазақстанда отандық фильмдерге деген сұраныс бар. Алайда оны арттыру үшін кино өндірушілер мен мемлекет бірлесіп жұмыс істегені жөн. Мемлекет пен кинобизнес өкілдерінің ынтымақтастығын арттыру көптеген мәселелерді шешуге мүмкіндік береді. Кинофильмдерді өндіруден туындайтын тәуекелдерді бейтараптандыру киножобаны сақтандырумен байланысты. Оны қоғамдық игілік институтының дамуына мүдделі тұлға ретінде мемлекет қамтамасыз ете алады. Кинокомпаниялар мемлекеттік органдармен ынтымақтасуға дайын, себебі продюсерлер мен дистрибьюторлар үшін ең сәтті жобалардың өзі прокаттау сатысында мемлекеттік қолдаусыз және құқық қорғау органдарының зияткерлік құқықтарды қорғау күш-жігерінсіз тиімсіз болып шығуы мүмкін деген түсінік бар [10].

Мемлекет отандық кинематографистерді қолдау мақсатында мемлекеттік қаржыландыруды ұсынады. Отандық киноиндустрияда мемлекеттің үлесі жоғары. Халық арасында кең тараған «Жау жүрек мың бала», «Қазақ хандығы», «Так сложились звезды», «Томирис», «Балуан шолақ» сияқты фильмдер мемлекеттік бюджетке түсірілген. Мұндай мысалдарды көптеп келтіруге болады. Басты назар аударатын мәселе – мемлекет отандық фильмдердің ішінде «ұлттық фильмдерді» өндіруді көздейді.

Ұлттық фильмдер мәртебесіне үміткер киножобаларды мемлекеттік қаржыландыру көлемі мен оларды алу шарттары 2019 жылғы Қазақстанның «Кинематография туралы» Заңында баяндалған. Сонымен қоса, аталған Заңның аясында отандық киноиндустрияның дамуының тұжырымдық негіздерін көздеп, Ұлттық фильмдерді қолдаудың мемлекеттік орталығы құрылды. Бұл орталықтың қызметі, ең алдымен, кино өндірісіне, прокатқа, көрсетілімге және ұлттық фильмдерді одан әрі насихаттауға бөлінген бюджеттік және бюджеттен тыс қаражатты жинақтауға және бөлуге бағытталатын. Мұндай ұйымдардың қызмет етуі халықаралық тәжірибе болып табылады, кино өндіретін жетекші елдердің барлығында осындай мемлекеттік қолдау және қаржыландыру ұйымдары жұмыс істейді.

Мемлекеттік қаржыландыруды алу үшін киножобалар арнайы процедуралардан құралатын ашық негіздегі конкурсқа қатысып, білікті, тәжірибелі мамандардан құралған

сараптамалық кеңес пен Үкіметаралық комиссияның оң қорытындыларына ие болуы қажет. Аталған конкурсқа барлық киножобалардың жасаушылары қатыса алады, ол үшін белгіленген талаптарға сәйкес келуі тиіс. Бұдан бөлек, ұлттық фильм мәртебесін иеленушілерге заңнамалық негізде салықтық жеңілдіктер көзделген. Бұл санаттағы фильмдердің құқық иеленушілері, сондай-ақ прокатта ұлттық фильмдерді ұсынғаны үшін арнайы салықтардан босату жеңілдігі бар.

Киноиндустрия саласы әрбір мемлекет үшін маңызды, себебі әрбір фильм – экономикалық өнім. Картинаның коммерциялық табысты болуы кино жасаушылардың басты мақсаты болып табылады. Киноның өз бюджетін ақтауы қажет етіледі. Кассалық жинақты арттыру үшін өнім барынша сапалы болуы тиіс. Отандық фильмдердің сапасы мен мағыналық мәні көркемдік жағынан жоғары деңгейде болуы қажет. Арнайы әсерлер мен жоғары технологияларды пайдаланатын блокбастер, боевик сияқты фильмдер болуы міндет емес. Комедия, драма жанры болса да, сапасы жағынан ұтымды болғаны жөн. Бұл фактор дистрибьюторлардың назары мен көрерменнің қызығушылығын арттырады, фильммейкерлердің де мүддесін қорғайды.

Қазақстанның кинотеатрларында отандық фильмдерге деген сұранысты арттырудың факторларын айқындайтын эконометрикалық, әлеуметтанулық зерттеулер жүргізу қажеттілігі туындайды. Жалпы, экономика, маркетинг және менеджмент пәндерін қамтитын киноиндустрия туралы кең және жылдам өсіп келе жатқан әдебиетке қарамастан, отандық киноиндустрияға арналған талдаулар өте аз екенін ескерген жөн.

Осылайша, Қазақстанда киноиндустрия саласының тетіктері қалыптасып келеді. Экономикасы әлдеқайда дамыған, халық саны бірнеше есе көп АҚШ сияқты державаның кино саласындағы үлгісін Қазақстанның жағдайына көшіру мүмкін емес. Алайда дамыған елдердегі киноиндустрия деңгейіне жету үшін ұмтылыс жасап, шаралар қабылдау қажет. Бұл үшін кино индустриясының барлық аспектілерін дамытып, барлық субъектілер жұмыла жұмыс істегені жөн. Салалық дербес Заңның қабылданғанына бар болғаны 2-3 жыл ғана уақыт өтті. Барлық мәселелер түгел қамтылмаса да, саланың серпінді дамуына бастау берілді. Кинематография саласын мемлекеттік қолдау шаралары іске асырылуда. Саланы мәдени және экономикалық жағынан дамыту қажеттігі жіті назарда. Сонымен бірге, киноөндіріске жаңа технологияларды енгізу, өңірлердегі

кинотеатрлар желісін дамыту, продюсерлік қызметті жетілдіру, отандық фильмдердің әлемдік аренадағы бәсекеге қабілеттілігін, бірлескен өнімдердің тартымдылығын арттыру сияқты мәселелер күн тәртібіндегі өзекті мәселелер болып қала береді. Қазақстандық киноиндустрияда қазіргі таңда пираттық проблемасы да толық шешімін тапқан жоқ. Бұл мәселе кино өндірушілердің, дистрибуторларды табыстарын шектейтіні белгілі. Аталған мәселені шешуге мемлекет пен тиісті мүдделі ұйымдар белсене атсалысқаны жөн.

### Қорытынды

Қазіргі заманғы киноиндустрия – әлемдік деңгейде мойындалған, мемлекеттің экономикасы үшін елеулі сала. Өндірістік және коммерциялық қызмет ұйымдарынан құралған кино индустриясы бос уақыт сферасымен бірге инвестициялаудың объектісі, табысты актив болып табылады.

Қазақстан киноиндустрия саласының дамуына айрықша мән береді. Киноиндустрияның экономикалық, идеологиялық және әлеуметтік қызметтерінің тиімді жүзеге асырылуын негізге алады. Кинофильмдер арқылы халықтың санасына ой салып, рухани-мәдени құндылықтарды қалыптастыру маңызды. Кино нарығын қалыптастыру арқылы жұмыс орындарын құрып, халықтың әлуқатын жақсарту өзекті. Киноның экономикалық тиімділігімен бірге оның әлеуметтік-мәдени аспектісі де мемлекет үшін стратегиялық маңыздылыққа ие. Кино өнері қоғамның рухани-ағартушылық өмірі үшін, жастарды отансүйгіштікке тәрбиелеу үшін қолданылатын қажетті құрал болып табылады. Дейтұрғанмен, нарықтық экономика жағдайында кино саласын өнердің бір түрі ретінде ғана емес, елге табыс әкелетін дербес экономикалық сектор ретінде дамыту міндеті тұр. Киноөндірістегі жетекші елдер тәрізді әлемдік аренаға шығу, жоғары сапалы киножобаларды іске асыру арқылы экономикалық пайда табу, елдің имиджін қалыптастыру мақсаттарын алға қоюда.

Киноиндустрияны сапасы жағынан жаңа деңгейге көтеру, саланың дамуын әрі қарай жүзеге асыру мемлекет пен кинематографистер қоғамдастығы үшін маңызды міндет.

Осылайша, мақалада отандық кино бизнестің экономикалық дамуға әсерін қарастыруға және қазақстандық киноиндустрия саласын дамытудағы жаңа үрдістерді айқындауға талпындық. Зерттеу нәтижелерін қорытындылай келе, экономика саласы ретінде киноиндустрияны бұдан әрі дамытуға

ықпал ететін бірқатар факторларды атап өтуге болады:

- киноиндустрия саласын мемлекеттік басқаруды (мемлекеттік қолдау, қаржыландыру, реттеу, жоспарлау шараларын) жетілдіру;

- сапалы фильмдерді түсіру үшін өндіріске қажетті заманауи жоғары технологиялар мен инфрақұрылымды қамтамасыз ету;

- отандық фильмдердің сапасын арттыру үшін нақты параметрлерді айқындау;

- кинопрокатта шетелдік фильмдерге қарағанда отандық фильмдердің үлесін, көрермендік қызығушылықты арттыру;

- қазақстандық фильмдерді халыққа қолжетімді ету қағидасын ұстану;

- ұлттық (отандық) фильмдердің шетелдік аудиторияға, әлемдік кино нарықтарына шығуын қамтамасыз ету;

- киноиндустрия саласындағы мамандарды даярлаудың тиімді жүйесін құру, саладағы қызметкерлердің біліктілігін арттыру.

Аталған факторлар киноиндустрия саласын жетілдіру үшін жасалатын қадамдарға негіз болып табылады.

### References

1. Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International journal of cultural policy*, 11(1), 15-29. <https://doi.org/10.1080/10286630500067606>
2. Malyshev, A. (2019). The film industry as a sector of “creative industries”: tasks of a diversified approach. *Creative Economy*, 13(7), 1401-1410. <https://doi.org/10.18334/ce.13.7.40840>
3. Lee, H.K. (2021). Supporting the cultural industries using venture capital: a policy experiment from South Korea. *Cultural Trends*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/09548963.2021.1926931>
4. Belova, E.D. (2018). Territorial differences in the level of development of the film industry in the countries of the world. *Bulletin of the Soskovskiy University. Series 5. Geography*, (1), 57-65.
5. Ravid, S.A. (1999). Information, Blockbusters, and Stars: A Study of the Film Industry. *The Journal of Business*, 72 (4). 463–492. <https://doi.org/10.1086/209624>
6. McLuhan, M. (2003). *Understanding media: human external extensions*. Moscow, Canon-Press.
7. Medel, A., & Gossel, B. (2015). Film Industry Clusters. *Austral Comunicación*, 4(1), 65-81.
8. Elberse, A., & Eliashberg, J. (2003). Demand and Supply Dynamics for Sequentially Released Products in International Markets: The Case of Motion Pictures. *Marketing Science*, 22 (3), 329-354. <https://doi.org/10.1287/mksc.22.3.329.17740>

9. Shevchenko, D.A. (2013). Film marketing: theory and practice of promotion. *Practical Marketing*, 12 (202), 3-11.
  10. Alekseev, G., & Kolobova, Yu. (2014). Economic and legal aspects of cooperation and competition in the global film industry. *Management consulting*, 12(72), 67-78.
  11. Kolobova, E.Yu. (2017). The system of state support for cinematography as a condition for the development of a market environment for cinema and entertainment services. *Petersburg Economic Journal*, (3), 140-154.
  12. Aigazin, Zh., Esetov, E., Savetkanov, D., Shaker, M., Nurgozhina, A., & Isimbaeva, G. (2020). *Economics of Kazakh cinema: what influences box office and film ratings*. Nur-Sultan.
  13. Bureau of National Statistics (2021) [updated October 10, 2021; cited November 26, 2021]. Available: <http://www.stat.gov.kz>
  14. Мировая киноиндустрия в результате пандемии потеряла 7 миллиардов долларов (2021) [updated October 15, 2020; cited January 24, 2022]. Available: <https://news.un.org/ru/story/2021/01/1394332> (In Russ.)
  15. Акан Сатаев рассказал, сколько зарабатывают на кино в Казахстане (2018) [updated October 10, 2020; cited December 12, 2021]. Available: [https://forbes.kz/life/hero/ahan\\_sataev\\_rasskazal\\_skolko\\_zarabatyivayut\\_na\\_kino\\_v\\_kazahstane/](https://forbes.kz/life/hero/ahan_sataev_rasskazal_skolko_zarabatyivayut_na_kino_v_kazahstane/) (In Russ.)
  16. Kalabikhina, E.A. (2017). *Development of the world film business in the context of globalization* (Doctoral dissertation, Moscow State University named after MV Lomonosov)
  17. Pokorny, M., Miskell, P., & Sedgwick, J. (2019). Managing uncertainty in creative industries: film sequels and Hollywood's profitability, 1988-2015. *Competition and Change*, 23(1), 23-46. <https://doi.org/10.1177%2F1024529418797302>
  18. Simonton, K. (2009). Cinematic Success Criteria and Their Predictors: The Art and Business of the Film Industry. *Psychology & Marketing*, 26(5), 400-420. <https://doi.org/10.1002/mar.20280>
- Список литературы (транслитерация)**
1. Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International journal of cultural policy*, 11(1), 15-29. <https://doi.org/10.1080/10286630500067606>
  2. Malyshev, A. (2019). The film industry as a sector of "creative industries": tasks of a diversified approach. *Kreativnaja jekonomika*, 13(7), 1401-1410. <https://doi.org/10.18334/ce.13.7.40840> (In Russ.)
  3. Lee, H. K. (2021). Supporting the cultural industries using venture capital: a policy experiment from South Korea. *Cultural Trends*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/09548963.2021.1926931>
  4. Belova, E.D. (2018). Territorial differences in the level of development of the film industry in the countries of the world. *Vestnik Soskovskogo universiteta. Serija 5. Geografija*, 1, 57-65. (In Russ.)
  5. Ravid, S.A. (1999). Information, Blockbusters, and Stars: A Study of the Film Industry. *The Journal of Business*, 72 (4), 463-492. <https://doi.org/10.1086/209624>
  6. McLuhan, M. (2003). *Understanding media: human external extensions*. Moscow, Canon-Press. (In Russ.)
  7. Medel, A., & Gossel, B. (2015). Film Industry Clusters. *Austral Comunicaci3n*, 4(1), 65-81.
  8. Elberse, A., & Eliashberg, J. (2003). Demand and Supply Dynamics for Sequentially Released Products in International Markets: The Case of Motion Pictures. *Marketing Science*, 22 (3), 329-354. <https://doi.org/10.1287/mksc.22.3.329.17740>
  9. Shevchenko, D. A. (2013). Film marketing: theory and practice of promotion. *Prakticheskij marketing*, 12 (202), 3-11. (In Russ.)
  10. Alekseev, G., & Kolobova, Yu. (2014). Economic and legal aspects of cooperation and competition in the global film industry. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie*, 12(72), 67-78. (In Russ.)
  11. Kolobova, E.Yu. (2017). The system of state support for cinematography as a condition for the development of a market environment for cinema and entertainment services. *Peterburgskij jekonomicheskij zhurnal*, (3), 140-154. (In Russ.)
  12. Aigazin, Zh., Esetov, E., Savetkanov, D., Shaker, M., Nurgozhina, A., & Isimbaeva, G. (2020). *Economics of Kazakh cinema: what influences box office and film ratings*. Nur-Sultan. (In Russ.)
  13. Bureau of National Statistics (2021) [updated October 10, 2021; cited November 26, 2021]. Available: <http://www.stat.gov.kz> (In Russ.)
  14. Мировая киноиндустрия в результате пандемии потеряла 7 миллиардов долларов (2021) [updated October 15, 2020; cited January 24, 2022]. Available: <https://news.un.org/ru/story/2021/01/1394332> (In Russ.)
  15. Акан Сатаев рассказал, сколько зарабатывают на кино в Казахстане (2018) [updated October 10, 2020; cited December 12, 2021]. Available: [https://forbes.kz/life/hero/ahan\\_sataev\\_rasskazal\\_skolko\\_zarabatyivayut\\_na\\_kino\\_v\\_kazahstane/](https://forbes.kz/life/hero/ahan_sataev_rasskazal_skolko_zarabatyivayut_na_kino_v_kazahstane/) (In Russ.)
  16. Kalabikhina, E.A. (2017). *Development of the world film business in the context of globalization* (Doctoral dissertation, Mosk. gos. un-t im. MV Lomonosova). (In Russ.)
  17. Pokorny, M., Miskell, P., & Sedgwick, J. (2019). Managing uncertainty in creative industries: film sequels and Hollywood's profitability, 1988-2015. *Competition and Change*, 23(1), 23-46. <https://doi.org/10.1177%2F1024529418797302>
  18. Simonton, K. (2009). Cinematic Success Criteria and Their Predictors: The Art and Business of the Film Industry. *Psychology & Marketing*, 26(5), 400-420. <https://doi.org/10.1002/mar.20280>

**Information about the authors**

**Aigerim B. Manakbayeva** - PhD student of Academy of Public administration under the President of the Republic of Kazakhstan, Kazakhstan, e-mail: [aigerim\\_mb@mail.ru](mailto:aigerim_mb@mail.ru), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5938-7172>

**Авторлар туралы мәліметтер**

**Манақбаева А.Б.** – Қазақстан Республикасы Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясының докторанты, Қазақстан, e-mail: [aigerim\\_mb@mail.ru](mailto:aigerim_mb@mail.ru), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5938-7172>

**Сведения об авторах**

**Манақбаева А.Б.** – докторант Академии государственного управления при Президенте Республики Казахстан, Казахстан, e-mail: [aigerim\\_mb@mail.ru](mailto:aigerim_mb@mail.ru), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5938-7172>