



МРНТИ: 19.51.65

Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-151-2-33-48>

Кітап индустриясына инвестиция тартудың жаңа жолдары

Қ.М. Мұқатаева*^{ID}, А.Ә. Рамазан^{ID}

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

(E-mail: *tantal.km@mail.ru, ramazan.aigul@mail.ru)

Аңдатпа. Мақалада Қазақстандағы баспа индустриясы мәселелері мен оны дамыту, жетілдіру мүмкіндіктері қарастырылады. Мемлекеттік және жеке қаржыландыру көздері, қолданыстағы бағдарламалар мен халықаралық тәжірибе талданады. Сондай-ақ, отандық кітап нарығын дамыту үшін қажетті стратегиялық шаралар ұсынылады. Зерттеудің әдістемесі әлеуметтік зерттеуге, ашық дерек көзі мен әлемдік кітап баспа ісінің даму динамикасының деректерінен құрылған. Қазіргі күнде қай мемлекет болсын кітап басу саласын қаржыландырудың әр түрлі жолдарын қарастыруда. Кітап шығаруды қаржыландырудың әлемдік тәжірибесіне сүйене отырып, қазақстандық баспалардың тығырықтан шығу жолдары көрсетіледі. Баспа саласы бәсекеге қабілетті болу үшін қоғамның да белсенділігінің жоғары болуы маңызды. Сонымен бірге шет мемлекеттерде, ТМД елдерінде жазушылардың кітаптарын басып шығаруға ат салысып жүрген әдеби агенттердің қызметі де жақсы нәтижелерге қол жеткізуде. Сондықтан жазушы мен баспа, оқырман арасындағы дәнекер – әдеби агенттердің қызметін біздің кітап өндіру саласына кеңінен енгізу де кезек күттірмейтін мәселе. Мақаланы жазудағы мақсат – кітап кеңістігіндегі өзгеріске сараптама жасап, толғақты мәселелерді саралау және оны жақсартуға қатысты ұсыныс тұжырымдамалар әзірлеу.

Түйін сөздер: кітап ісі, қаржыландыру, мәдени мұра, краудфандинг, Kickstarter, баспалар, мемлекеттік бағдарламалар.

Кіріспе

Қазақстандағы кітап баспа индустриясы тарихи және мәдени маңызы бар сала. Тәуелсіздік алғаннан кейін, елімізде кітап басу мен тарату жүйесінде көптеген өзгерістер орын алды. Кітап индустриясы – мәдениеттің маңызды бөлігі және білім таратудағы

Түсті: 16.04.2025; Мақұлданды: 20.05.2025; Онлайн қолжетімді: 28.06.2025

негізгі құралдардың бірі. Сондықтан, қазіргі нарық жағдайында баспа ісін дамыту мен кітап шығаруға инвестиция тарту өзекті мәселе болып қала бермек.

Дербес даму жолына түскеннен кейін Қазақстанда ұлттық кітап басу ісі жаңаша даму жолына түсті. Кеңестік кезеңде іргетасы қаланған мемлекеттік баспалар жекешеленіп, өз күнін өзі көретін немесе мемлекеттен дотация алу арқылы өнім шығаратын баспаларға айналды. Кейбір баспалар нарық заңына шыдас бермей, жабылып қалды. Есесіне нарыққа бейімделген, кітап шығару руханияттың олжасы екенін түсінетін, сонымен қатар бизнес көзі екенін жасырмайтын креативті баспагерлер толқыны баспа ісіндегі сенді бұзып, өзгеше ағысқа түсірді.

Нарық заңында бәсекелестік артқан кезде сапаға мән беру, репутацияға нұқсан келтірмеу басты орынға шығатыны ақиқат. Соңғы жылдары баспа өнімдерінің тақырып ауаны кеңейді, оқырман сұранысына ыңғайлапшығару қолға алынды. Кеңестік идеологияға сай келмей, зынданға салынған шығармалар қайта шығарылып, оқырманымен қауышты.

Кеңестік кезеңде бірлі-жарлы аудармалар болмаса, шетелдік шығармаларды Ресей тілмаштары орыс тіліне тәржімалап, содан кейін қазақ тіліне аударылатын еді. Соңғы он жылдықта ағылшын тілінен қазақ тіліне жатық аударатын аудармашылардың қалыптасуы, баспагерлердің шетелдік авторлармен тікелей байланысқа шығып, әлем әдебиетінің жауһарларын, ғылым саласындағы озық еңбектерді ана тілімізде ұсынуына мүмкіндік берді.

Еліміздің баспаларының халықаралық кітап жәрмеңкелеріне қатысуына жол ашылды. Бұл, өз кезегінде, отандық әдебиетті әлемдік аренада танытуға мүмкіндік береді.

Соңғы жылдары кітап басу саласында цифрландыру үрдісі басталды. Электронды кітаптар мен онлайн платформалардың пайда болуы, оқырмандар үшін өте ыңғайлы болды, үйден шықпай-ақ оқуларына мүмкіндік туды.

Елімізде қолға алынған «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасы аясында кітапханалар мен баспалар цифрлық контентті дамытуға бағытталған жобаларды жүзеге асыра бастады. Қазақстанның кітап басу саясаты халықаралық деңгейде даму жолына бет бұрды.

Заманауи кітап нарығы мен кітап тарату жүйесінде цифрлық технологиялардың ықпалымен елеулі өзгерістер орын алуда. Кітаптардың таралуы мен тұтынушы сұранысы жаңа формада дамып, авторлар мен оқырмандар арасындағы байланысты нығайтуда. Бұл саладағы өзгерістер мәдениет пен білім беру саласында да нақты нәтижелер беруде. Қазақстандағы кітап баспа индустриясы қазіргі уақытта бірнеше негізгі бағытта дамып келеді. Біріншіден, баспа ісімен айналысатын мекемелер мен баспалардың қатары көбейді.

Сонымен бірге цифрлық технологиялардың баспа өндірісіне енуі кітап басу процесін жеңілдетті. Цифрлы технологиялардың дамуы, жаңа платформалардың пайда болуы мен маркетинг стратегияларының өзгеруі – баспа индустриясын жаңа сатыға көтерді.

Осы кезеңде мемлекеттік органдардың баспа қызметін демократияландыру туралы, баспалардың, баспаханалардың құқын кеңейту, өздігімен жұмыс істеу, өзін-өзі қаржыландыруға өту туралы шешімдері жүзеге асырылды. Заманауи қазақстандық кітап репертуарын қалыптастыру саясатының жаңа кезеңі басталды. Үкімет тарапынан оған үлкен көңіл бөлінді [1]. Қазақстандағы саяси, әлеуметтік өзгерістер, баспадан шығатын кітап өнімдерінің тақырыбына, мазмұнына, көлеміне және сапасына әсер еткенін де

атап өткен жөн. Бұл кезеңде репрессияға ұшыраған Алаш қайраткерлерінің, зиялы қауым өкілдерінің есімдері қайта жаңғыртылып, шығармалары оқырмандармен қауышты.

Цифрландыру, жергілікті авторлардың шығармаларына сұраныс, білім беру әдебиетінің қажеттілігі – бұл нарықтың негізгі трендтері. Болашақта инновациялық технологиялар мен халықаралық ынтымақтастық арқылы Қазақстанның кітап нарығы жаңа биіктерге жету жолына бет бұрды.

Зерттеудің мақсаты мен міндеттері

Қазақстандағы баспа ісінің даму бағытын, салаларын, өзекті мәселелерін көрсету. Осы мақсатқа орай алға мына міндеттер қойылды: бүгінгі баспа репертуарын қалыптастыру жолдары, кітап индустриясында инвестиция тартудың жаңа жолдары, баспа ісіндегі цифрландырудың ықпалы мен қоғамға әсерін айқындау, оқырман санын арттырудағы мүмкіндіктерін көрсету, отандық баспалардың цифрландыруға көшудегі жаңашылдықтарын анықтау, сондай-ақ цифрландырудың кері салдары немесе кедергілердің алдын алудың жолдарын қарастыру. Зерттеу материалдары – шетелдік және отандық баспа ісін зерттеушілердің еңбектері, баспа өнімдері, статистикалық, библиографиялық зерттеулердің нәтижелері алынды.

Әдіснама

Зерттеуді ұйымдастыру үш кезеңнен тұрды: бірінші, даярлық – деректерді жинақтау, қор құру, танысу, тақырыпты зерттеу; екінші – мағлұматтарды сүзу, қорытып, жазу және көрнекілеу, диаграмма, кестелерді әзірлеу; үшінші – ғылыми сараптама және жариялау. Жұмыста қолданылған әдістер: әлеуметтік сауалнамалар, салыстырмалық талдау, дерекқорларымен жұмыс және бақылау, анализ бен синтез. Қазақстан Республикасы баспасөзі статистикалық жинағымен талдау жасалды.

Әдебиеттерге шолу

Кітап туралы жалпы білім беретін ғылым – кітаптану деп аталады, бұл терминнің ғылыми айналымға енуіне үлес қосқан зерттеуші – Н.М. Лисовский. Ол кітаптану ғылымын кітапқа байланысты техникалық, тәжірибелік және теориялық білімдердің басын құрайтын ғылым деп түсіндірді. Кітаптану ғылымына А.М. Ловягин, Куфаев, Н.А. Рубакин, А.Г. Фомин, т.б. елеулі үлес қосты. Қазақстан ғалымдарынан кітап ісіне байланысты зерттеулер жүргізген Ә. Жиреншин [2], Ш. Елеукенов [3, 4], С. Рахимжанова [5], т.б. еңбектерін атап өтуге болады.

Кітаптану – тұтас, жүйелі ғылым. Ол кітап және кітап ісін зерттейді: баспагерлік іс, кітап өнері, кітап саудасы, кітапхана, библиография салалары кітаптану жүйесінің қосалқы жүйелері болып табылады. XVIII ғасырдың бас шенінде қалыптасқан кітаптану ғылымының дамуын үш кезеңге бөліп қарастыруға болады. Бірінші кезең – қазан төңкерісіне дейінгі кезең. Екінші кезең – кеңестік кезең. Үшінші кезең – қазіргі кезең.

Үш кезеңдеде кітапханатану және библиографиятану салаларын зерттеу еңбектер жетерлік.

Ал кітапты зерттеу мәселесіне келгенде, әсіресе үшінші кезеңде ғылыми сараптамалар мен тұжырымдамалар отандық зерттеулерде, соның ішінде қазақ тілінде зерттеулердің қатары тым жұтаң. Дегенмен де мақаланы жазуда В.М. Жарковтың [6], Е.И. Комаровтың [7], П. Форсайттың [8], Ю.Ф. Майсурадзелардың [9] еңбектері баспаның маркетингтік қызметі, кітап өнімдерін сату әдістеріне байланысты қарастырылса, қаржыландыру мәселелеріне келгенде Н. Штайгенбергер, Д.В. Шкуркин, А.Е. Ковальчук, А.О. Теплякова, А.А. Крыжановская, В.А. Трофимовалардың зерттеулеріне жүгіндік.

Талдаулар мен нәтижелер

Соңғы жүз жылдықта әлемдік деңгейде кітап басу ісі қарқынды дамып, кейінгі жылдары табысты салаға айналды. Соңғы зерттеулерге жүгінсек, әлемде 600 мыңға тарта баспа және баспа ісімен айналысатын мекемелер бар. Оның төрттен бірі АҚШ-та. Баспа саны жағынан алдыңғы қатарлы елдің бірі – Ұлыбритания. Соңғы деректер бойынша Ұлыбританияда – 60 мың, Францияда – 25 мың, Германияда – 20 мың, Жапонияда – 20 мың баспа және баспа ісімен айналысатын мекемелер тіркелген [10].

Әлемдік баспа саласы өзінің өндірістік көлемімен қатар, даму қарқынымен де ерекшеленеді. Соңғы онжылдықта жер жаһандағы баспалар саны үш есеге артқан. Мұндай өсім дәстүрлі түрде қызмет етіп келе жатқан ірі баспа ұйымдарының жұмысымен бірге, кейінгі жылдары саны көбейген шағын және орта деңгейдегі баспалардың, сондай-ақ баспа ісімен айналысатын мекемелер мен кәсіпорындардың пайда болуымен тікелей байланысты.

Мұндай баспалар мен баспа ісімен айналысатын мекемелердің көбеюі толыққанды және сапалы статистикалық деректерді жинауды қиындатты. Сол себепті ЮНЕСКО тарапынан жарық көретін «Кітап басылымының ЮНЕСКО жылнамасы» соңғы жылдары әлемдегі баспа өнімдері туралы толық анықтама-ақпарат бере алмай отыр [10]. Қазіргі кезде ЮНЕСКО жылнамасы тек жекелеген мемлекеттердің ғана статистикалық көрсеткіштерін қамтиды және жарияланатын мәліметтердің кең көлемде толықтыруын қажет етеді.

1990-жылдардан бері баспа ісіндегі статистикалық ақпарат көздері арасында «Халықаралық баспагерлер агенттігі» (МАИ) (IPA) ерекше орын алуда. Бұл агенттік әртүрлі елдердің ұлттық баспагерлер қауымдастықтарын біріктіріп, кітап нарығының жай-күйі туралы жан-жақты әрі нақты деректерді ұсынады. Әр мемлекеттің баспагерлер қауымдастықтары жариялайтын ақпараттар шынайылығы мен жеделдігі арқылы ерекшеленеді [10].

Осы дереккөздерге қоса, түрлі мерзімді басылымдар, көрме-жәрмеңкелер және әлеуметтік зерттеулер мәліметтеріне сүйене отырып, әлемдік деңгейде ең көп кітап шығаратын мемлекеттердің үздік ондығын анықтауға мүмкіндік туады. Алайда, әр елде кітап өндірісіне қатысты статистикалық есеп жүргізу әдістері әртүрлі және барлық баспа өнімдері толық қамтыла бермейді. Соған қарамастан, қолжетімді деректерді салыстыру нәтижесінде үздік елдер тізімі жасалуда. Бұл рейтинг жыл сайын шығарылатын кітап көлемінің өзгеруіне қарай қайта қаралып, кейде орындары ауысып келіп отыруы да мүмкін.

№	Мемлекет	Шыққан кітап саны	Баспасаласының табысы, миллион АҚШ доллары
1	АҚШ	304 9121	23 614,3
2	Ұлыбритания	186 000	4 755,1
3	Италия	125 948	3 490,6
4	Ресей	99 8573	1 084,14
5	Франция	97 327	2 977,2
6	Түркия	88 975	923,5
7	Испания	83 622	2 786,9
8	Германия	77 272	10 625,9
9	Жапония	69 850	10 824,5
10	Корея	65 432	6 225,3

Кесте 1. Әлемдегі ең көп кітап шығаратын үздік 10 мемлекет

Ескертпе: [11] деректер негізінде құрастырылған

ISBN агенттігінің анықтамалығына жүгінсек соңғы басылымында 210 мемлекеттен 499.021(жарты миллионға жуық) баспа тіркелген деген мәліметті көреміз [12].

Қазақстан баспа өнімдеріне келетін болсақ, 2023 жылы ҚР Кітап палатасына 261баспа мен баспа ісімен айналысатын мекемелер тіркелген.

Жалпы есеп бойынша 2023 жылы таралымы 4 млн. 214 мың 820 дананы құрайтын 4012 кітап және кітапшалар атауы көрсетілген [13].

Мемлекеттік саясаттың кітап баспасы саласындағы маңызды бағыттарының бірі – қоғамның қажеттіліктерін қанағаттандыруға, отандық кітап баспасын дамытуға және кітап секторының ақпараттық инфрақұрылымын қалыптастыруға бағытталған. Осы орайда Қазақстанда мемлекеттік тапсырыс бойынша «Мәдениет және өнер саласындағы бәсекелестікті жоғарылату, қазақстандық мәдени мұраны сақтау, зерделеу мен насихаттау және мұрағат ісінің іске асырылу тиімділігін арттыру» бағдарламасы аясында «Әдебиеттің әлеуметтік маңызды түрлерін сатып алу, басып шығару және тарату» кіші бағдарламасы жүзеге асырылған. Бұл бағдарлама бойынша ҚР Мәдениет және ақпарат министрлігінің қолдауымен 2023 жылы 121 кітап жарық көрді. Бұл көрсеткіштен 2022 жылмен салыстырғанда кітаптың аз шыққанын байқауға болады [13].

Бағдарлама атауы	Кітаптар саны	Таралымы (мың дана)	Көлемі (мың) баспа табақ оттискісі
Мемлекеттік тапсырыс бойынша шыққан кітаптар	121	329,66	7738,17

**Кесте 2 ҚР Мәдениет және ақпарат министрлігінің қолдауымен
2023 жылы жарық көрген кітаптар**

Ескертпе: [13] деректер негізінде құрастырылған

Мемлекеттік тапсырыс бойынша шығарылатын барлық басылымдар ұзақ мерзімді пайдалану кітаптарына жатады және республикадағы кітапханаларға таратылады. Бұлар фотоальбомдар, көркем, тарихи, медициналық, заңдық, экономикалық әдебиет, ғылыми-танымдық, анықтамалық-энциклопедиялық басылымдар, сондай-ақ иллюстрациялы балалар әдебиеті және т.б. әдебиет. Бүгінде кітап тек коммуникативті қызмет ғана атқармайды, ғылыми-техникалық төңкеріс нәтижесінде кітап функциясының қатары көбейді. Кітаптың білім беру мен тәрбиелік мәні айқындалды. Жаһандану дәуірінде кітап өз рөлін жояды, кітап басу ісі өрістемейді деген пікірлердің болғанына қарамастан, керісінше баспа саласының тек біздің елде ғана емес, әлемде жедел қарқынмен дамып келе жатқанының куәсі болып отырмыз. Кітап бүгінгі қоғамда жаңа статус алды.

Республиканың экономика, ғылым, мәдениет, халық шаруашылығы салаларындағыдай баспа ұйымдары мен кәсіпорындарында да бұрын болмаған мүлдем жаңа қызмет кезеңі басталды. Қазақстан Республикасының соңғы статистикалық есебіне жүгінсек, мынандай мағлұматты көреміз:

Беймерзімді басылымдар						
Басылым түрі	Басылым саны		Таралымы мың дана		Көлемі (мың)	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Кітаптар мен кітапшалар	4012	4044	4214,82	10037,36	50691,10	93035,61
<i>Оның ішінде:</i> <i>Электрондық кітап</i>	398	342	513,46	381,43	0,00	-
Карталар	45	44	55,50	73,00	120,50	260,50
Бейнелеу басылымдар	64	80	265,79	412,69	2171,08	3536,31
Нота басылымдары	22	30	8,33	60,58	152,00	659,85
Мерзімді басылымдар						
	Басылым саны		Нөмірлер саны		Жылдық таралым (мың дана)	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Журналдар	289	328	2098	2399	5784,02	32052,72
Газеттер	504	577	26565	29219	240402,12	1319140,22

Кесте 3 ҚР 2022, 2023 жылдары шыққан баспа өнімдері

Ескертпе: [13] деректер негізінде құрастырылған

Экономиканың біртіндеп жақсаруы, техникалардың дамуы шығарылатын кітаптардың сапасын көтеруге де ықпал етті.

Кітап – рухани байлықтың, мәдениет пен өркениеттің басты тірегі. Мемлекет тарапынан кітап басу ісін қолдау – ұлттық сана мен рухани дамудың негізін нығайтудағы маңызды қадам. Қазақстанда бұл бағытта арнайы бағдарламалар қабылданып, жүйелі шаралар жүзеге асырылуда. Әсіресе, баспа ұйымдарын қолдау мен кітап репертуарын

кеңейту мақсатында қабылданған мемлекеттік бағдарламалардың рөлі ерекше. Кітап шығару саласын қолдау үшін мемлекет бірқатар ауқымды бағдарламаларды бекітті және барлық меншік түріндегі баспаларға бірдей мүмкіндіктер ұсыну мақсатында тендерлік жүйені енгізді. Осылайша, әр баспа өз әлеуетіне қарай кітап шығару ісіне белсенді араласып, мемлекеттік бағдарламаларға қатысу арқылы шығармашылық мүмкіндіктерін кеңейтті. Атап айтқанда, Қазақстан Республикасының Президенті 2004 жылғы 13 қаңтарда бекіткен 2004-

2006 жылдарға арналған «Мәдени мұра» мемлекеттік бағдарламасы – ұлттық мәдениет пен рухани құндылықтарды сақтау және дамыту жолындағы маңызды бастама болды [14]. Бұл бағдарлама тарихи-мәдени сабақтастықты қамтамасыз етіп, Қазақстанның мәдени байлығын жүйелі түрде жинақтауға бағытталды. Бағдарлама өзінің ауқымдылығына орай бірнеше кезеңмен жүзеге асырылды. 2007-2009 жылдарға арналған екінші кезең Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2007 жылғы 10 желтоқсандағы қаулысымен қабылданды. Ал үшінші кезең – «Мәдени мұра» (2009–2011 жылдарға арналған) ұлттық стратегиялық жобасы мәдениетті жүйелі қолдау мен дамыту бағытын одан әрі тереңдетті. Жалпы алғанда, аталған бағдарлама шеңберінде 2004-2013 жылдар аралығында әртүрлі тақырыппен 500-ге жуық кітап жарық көрді [15]. Бұған қоса, гуманитарлық білім беру саласында «Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық» жобасы аясында көптеген оқулықтар аударылып, жарық көрді. Сонымен қатар, мемлекеттік тілді және елімізде тұратын этностардың тілдерін дамыту мақсатында қабылданған «Қазақстан Республикасында тілдерді қолдану мен дамытудың 2011-2020 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы» да бірқатар кітаптардың жарық көруіне ықпал етті. Мемлекеттік қолдаудың тағы бір маңызды бағыты – «Әдебиеттің әлеуметтік маңызды түрлерін басып шығару» бағдарламасы. Бұл бастама баспалардың әлеуметтік маңызы жоғары, бірақ коммерциялық тұрғыдан өтімділігі төмен әдебиеттерді шығаруға мүмкіндік берді.

Қазақстандағы барлық баспалар мемлекеттік бағдарламаларға белсенді қатыса отырып, өз репертуарларын қалыптастырып келеді. Сонымен қатар, олар нарық сұранысына сай тақырып таңдау мен мазмұн әзірлеуде толық еркіндікке ие. Бүгінгі күні қазақстандық баспагерлердің басты ұстанымы – нарық талаптарына бейімделе отырып, оқырман сұранысын қанағаттандыру және бәсекеге қабілетті баспа өнімдерін ұсыну. Алайда, баспа ісінің дамуы барысында шешілуі тиіс бірқатар мәселелер де бар. Соның ішінде ең өзектісі – қаржыландыру мәселесі. Кітап шығару саласының өркендеуін тек мемлекеттік қолдаумен шектемей, жаңа қаржыландыру көздері мен инновациялық механизмдерді іздестіру қажеттілігі туындап отыр. Себебі дәстүрлі қаржыландыру үлгілері қазіргі заман талабына толық жауап бере алмайды. Баспа индустриясының заманауи кезеңі жаңа серпін мен тың бастамаларды талап етеді. Мемлекет тарапынан қабылданған бағдарламалар Қазақстанның кітап шығару ісіне серпін беріп, рухани жаңғырудың берік іргетасын қалады. «Мәдени мұра», «Жаңа гуманитарлық білім», тілдерді дамыту бағдарламалары сияқты бастамалар арқылы еліміздің рухани байлығы жаңа деңгейге көтерілді. Алдағы уақытта баспа ісінің одан әрі дамуы үшін қаржыландырудың балама тетіктерін енгізу, нарықтық талаптарға бейімделу және

оқырман сұранысына сәйкес сапалы басылымдарды көбейту негізгі міндеттердің бірі болып қала бермек.

Әлемдік тәжірибеге көз жүгіртсек,біздің елімізде қолданып жүрген қаржыландыру жолдарынан басқа да тәжірибелер бар екен.Соның бірі–краудфандинг шетелдік кітап бизнесіндегі жаңа тәсіл [16]. Оқырмандардың қаржыландыруымен жүзеге асатын бұл жаңа тәсіл баспагерлер мен авторға жаңа жобаларды жасауға және қаржыландыруға мүмкіншіліктер береді. «Краудфандинг» (ағылш. crowd funding; crowd – «тобыр», funding – «қаржыландыру») терминін алғаш ғылыми айналымға енгізген Джефф Хауи (Jeff Howe). Бұл ұғым алғаш рет оның 2006 жылы Wired журналында жарияланған мақаласында қолданылған. Америкалық журналист «краудсорсинг» ұғымынан шығып, краудфандингті соның бір түрі деп атады. Бүгінде бұл ұғымның бірнеше анықтамасы бар. Барлық анықтамада да краудфандинг – қаржыландыру тәсілі, қаражат тарту қызметі немесе инвестициялау механизмі ретінде қарастырылады [17]. Н. Штайгенбергер мен Д.В. Шкуркин краудфандингті «халықтық қаржыландыру» деп анықтайды, яғни жобаның нәтижесіне қызығушылық танытқан адамдар оған ақша жинайды. Бірақ, краудфандингті қайырымдылықпен шатастыруға болмайды, өйткені қайырымдылықта қаражат адамға немесе жануарға деген аяушылықтан, сондай-ақ әлеуметтік маңызы бар нысандарға: мұражайларға, шіркеулерге, баспаналарға және тағы басқаларға беріледі. Ал краудфандингте азаматтар өз жарналары арқылы белгілі бір жобаны жүзеге асыруға көмектеседі. Олар өздерінің қатыстылығын және маңыздылығын сезінеді, ол өз қаражаты үшін белгілі бір бонустар алады [18]. Айта кету керек, бүгінде краудфандингті қаржылық ресурстарды тарту қызметі ретінде жиі қарастырады. Бұл көптеген адамдардың өз қаражаттарын ерікті түрде біріктіріп, арнайы интернет-сайттарда (краудфандингтік алаңдарда) белгілі бір өнімді немесе қызметті іске асыру, іс-шаралар өткізу, жеке және заңды тұлғаларды қолдау мақсатында бірігуі болып табылады [19].

Краудфандингтің шынайы мәніне ең жақын анықтама – бұл ұжымдық қаражат жинау процесі деп есептейміз. Яғни, көптеген адамдар (демеушілер, қатысушылар) өз қаражаттарын ерікті түрде біріктіріп, басқа адамдардың бастамаларын қолдайды. Көптеген зерттеулерде краудфандинг ұжымдық қаржыландыру тұрғысынан қарастырылады, ол ком-панияларға, мекемелерге және жеке тұлғаларға белгілі бір сомадағы қаражатты инвестиция, несие түрінде алуға мүмкіндік береді [20].

Зерттеушілер А.М. Слинков пен Л.Э. Воронованың пікірінше, краудфандингті қолдандудың әлеуметтік-экономикалық пайдасы зор. Жаңа жобалардың жүзеге асырылуы мен тың идеялардың енгізілуі жаңа жұмыс орындарының пайда болуына, мемлекеттік бюджетке салық түсімдерінің көбеюіне ықпал етеді. Сонымен қатар, азаматтардың өздері үшін қызықты жобаларды қаржыландыруға қатысуы азаматтық қоғамның көрінісі ретінде қарастырылады. «Осылайша, атап айтқанда,краудфандингтік технологияларды енгізу арқылыел экономикасының өсуін, жеке инновациялық инвестициялардың көлемін арттыру арқылы қамтамасыз етуге болады» деген ой қорытады [21]. Е.К. Сивцова мен А.В. Лонинаның пікірінше, краудфандинг әлеуметтік және коммерциялық емес міндеттермен қатар, бизнесті ерте кезеңде қаржыландырудың баламалы түрі ретінде қолданылуы мүмкін» [22].

Олар краудфандингтің негізгі артықшылықтары мен мақсаттарын бөліп көрсеткен:

- өзекті жобаларды бастауға көмек көрсету, қызықты және талантты мамандарды іздеу;
- мәдениет және өнер қайраткерлерін қолдау үдерісінің ашықтығы мен қарапайымдылығын қамтамасыз ету, сондай-ақ ойын-сауық саласындағы сұранысқа ие жобаларға қосымша қаржы көздерін табу;
- қоғамдық мәселелерге назар аудару мүмкіндігі;
- халықтық қаржыландыру үшін тиімді және қолжетімді механизм құру.

Зерттеушілер краудфандингті бизнес-жобаларды қаржыландырудағы жаңа кезең, инвестиция тартудың баламалы нысаны және жаңа әрі қолданыстағы бизнесті дамытуға ынталандырушы құрал ретінде қарастырады. Краудфандингті белгілі бір дәрежеде банктік несиеге балама деп санауға болады. Краудфандинг термині жоғарыда айтып кеткендей, ағылшын тілінен аударғанда көпшілік қауымның қаржыландыруы деген ұғымды береді дедік, ол жалпы бизнесәлемінде қолданылатын термин. Ал кітап бизнесәлемінде «краудфандинг – кітапты басып шығару үшін оқырмандарды демеуші болуға тарту жолдары» десек те болады. «Краудфандинг» термині сияқты, «кітап краудфандингі» ұғымының да бірнеше анықтамасы мен интерпретациясы бар. Кітап саласындағы краудфандингті кітап өнімдерін жасау, өндіру және тарату үшін оқырмандар-демеушілерді тарту механизмі ретінде қарастырады [23]. Баспа ісіндегі краудфандинг тұжырымдамасын «автор – баспагер – басылым – оқырман» формуласы арқылы сипаттайды. Тағы бір зерттеуші А.Е. Ковальчук баспа краудфандингіне басқа анықтама береді, ол «кітап басып шығару немесе авторлық шығармашылықты ерікті қайырымдылық арқылы қаржыландыру» деген пікір айтады [24]. Зерттеушілер баспа саласындағы краудфандингті әлеуметтік кәсіпкерліктің нәтижесі және өзін-өзі жариялаудың бір әдісі деп қорытындылайды. Көптеген зерттеушілер кітап краудфандингін авторлардың шығармашылық идеяларын және баспагерлердің коммерциялық жобаларын ұжымдық қаржыландыру ретінде анықтайды. Қарапайым тілмен айтқанда, баспа саласындағы краудфандинг – жаңа басылымды сату немесе оған алдын ала тапсырыс ашу. Көптеген баспагерлер краудфандингті тек тиражды басып шығаруға немесе басылыммен жұмыс істеуге қаражат жинау үшін ғана емес, сонымен қатар тиімді маркетингтік құрал ретінде пайдаланады. Бұл әдіс арқылы оқырмандарды жаңа кітаптың шығуы туралы хабардар етіп, басылым дүкен сөрелеріне түспей тұрып-ақ аудиторияны онымен таныстыруға болады [25].

Краудфандинг – бұл интернеттегі арнайы платформалар арқылы жүзеге асырылатын қаржыландыру әдісі. Бұл үдеріс баспаға дайын қолжазбасы бар баспагер немесе болашақ кітап жобасына идеясы бар автор өз жобасы үшін қажетті қаражат көлемін краудфандингтік сайтта жариялауынан басталады. Жоба жарияланған алғашқы күннен бастап қаржының жиналу барысын кез келген қолданушы ашық түрде бақылауға мүмкіндік алады. Оқырмандар платформа арқылы жобамен танысып, қызығушылық танытқан жағдайда кез келген мөлшерде қаражат аударып, бастамаға өз үлесін қоса алады. Жобаның басында автор немесе баспагер кітаптың негізгі идеясы мен мақсаты туралы толық аннотация ұсыну арқылы әлеуетті қолдаушыларды алдын ала ақпараттандырады.

Краудфандинг сәтті аяқталған жағдайда, жобаны қаржыландыруға қатысқан әрбір демеуші белгілі бір сыйақыға ие болады. Әдетте, қолдау көрсеткен оқырмандарға міндетті түрде баспа нұсқасындағы кітап ұсынылады. Кейбір жобаларда оған қоса электронды нұсқа да беріледі, ал сирек жағдайда тек электронды форматпен шектеледі. Қаржыландыруға қатысушылар сыйақы ретінде автордың немесе баспагердің бұрын жарық көрген еңбектерін де ала алады. Бұдан бөлек, қосымша сыйақылар қатарына ерекше ұсыныстар енгізіледі: мысалы, кітап иллюстрацияларының түпнұсқасы, автор қолтаңбасы қойылған даналар, қолдаушының есімін басылымда көрсету, кітаптың тұсаукесеріне шақыру немесе автормен жеке кездесу мүмкіндігі [26]. Қомақты көлемде қаржы бөлген қолдаушылардың аты-жөні арнайы титул бетіне жазылады. Мұндай тәжірибе Қазақстанда да кеңінен қолданылып жүр, қаржылай үлес қосқан тұлғаларға автор немесе баспагер алғыс білдіріп, оны ресми түрде кітапта көрсетеді. Краудфандинг тәсілі баспагерлерге де, авторларға да айтарлықтай тиімді. Баспагерлер кітап шығаруға қажетті сенімді қаржы көзіне ие болса, авторлар шығармашылық еркіндік пен қаржылық тәуелсіздікке қол жеткізеді [26].

Краудфандингті дәстүрлі қаржыландыру әдістерімен салыстыра отырып, кітап краудфандингінің баспагерлер мен тәуелсіз авторлар үшін бірқатар артықшылықтарын атап өтуге болады. Біріншіден, кітаптың жарнамасы идея кезеңінде-ақ жүзеге асырылады, бұл баспа саласы үшін өте маңызды. Сонымен қатар, краудфандинг арқылы шыққан басылымның өзіндік ерекше тарихы болады. «Оқырмандар кітапты ол әлі идея кезінде, жазылу тұсында немесе баспаға дайындық кезеңінде сатып алатындықтан тираж мәселесі оңай шешіледі» [27].

Сонымен бірге жобаны қызығушылықпен қолдайтын мақсатты аудиториямен тікелей байланыс орнатылады. Краудфандинг кампаниясының нәтижелері мен аудиториядан алынған кері байланыс негізінде оқырмандардың сұранысы анықталады. Баспагер нарықтағы сұраныс үшін дәстүрлі емес кітаптарды еш тартынбастан шығарып, оқырмандардың мұндай басылымдарға деген қызығушылығын бағалай алады [27]. Оқырмандардың таңдауы кеңейеді, ол ірі баспалардың басымдықтарына ғана тәуелді болмайды. Оқырман кітап жасау процесіне қатысушы ретінде сезінеді, басылымның барлық кезеңдерін бақылай алады және өзіне қызықты сұрақтарға жауап ала алады. Баспагер немесе автор қосымша шығынсыз, терең нарықтық зерттеу жүргізе алады [27]. Краудфандинг арқылы танымал емес немесе жаңа автор өз аудиториясын табуға мүмкіндік алады.

Қызметтің бұл түрін саралап қарасаңыз кез келген адам, бизнестің бір түрі ретінде айналыса алатынын көреміз. Краудфандингтің бүгінгі күнгі концепциясы: автор (баспагер) – басылымның идеясы – оқырман болса, эксперттердің пікірінше, келешекте оқырман – жаңа кітаптың идеясы – автор болып өзгереді деген болжам бар. Сонда краудфандинг кітаптың белгілі бір түрлерін шығаруға әлеуметтік тапсырыс қалыптастыруға ықпал етеді және оқырман тек ғана демеуші ғана емес, кітап талғамын қалыптастыруда да шешуші тұлға бола алады. Бұл тәсіл көркем әдебиеттерде ғана емес, анықтамалық басылымдар мен оқу құралдарын шығаруда белсенді көрініс табуы мүмкін.

Біз әрине мұндай жаңалықтардың жетістіктерін көрші Ресей кітап нарығынан іздейміз, солардың тәжірибесіне көз саламыз. Қазіргі кезде аудармашылар мен жазушылар бастамасымен ашылған «Planeta» және «Boomstarter» краудфандингтік платформалары өз жұмыстарын нәтижелі жүргізуде. Сонымен бірге кітап дүкендер жүйесі де өз оқырмандарының салған қаржысымен кітап шығару ісін бастапты. Әлемде болып жатқан кітап басуды қаржыландыруда, кітаптың оқылуы мен таралуындағы жаңа серпілістер қазақстандық баспа ісіне де ауадай қажет екені айқын.

Қорытынды

Қазақстан баспа саласын дамытуда, баспа өнімдерін таратуда қоғамның, оқырманның белсенділігін арттыру керек. Әлем тәжірибесіндегідей, көрші Ресейдегідей баспа саласын дамытуда ат салысып жатқан қоғамдық қорлар, ұйымдар, гильдалар, клубтар Қазақстанда жоқтың қасы. Егер қоғам белсенділігі артпаса, оқырман мәдениеті дамымаса, тек қана мемлекет тарапынан жасалып жатқан шаралармен кітап басу ісі жалғаса беретін болса әлемдік көштен қалатынымыз ақиқат. Сонымен бірге шет мемлекеттерде, ТМД елдерінде жазушылардың кітаптарын басып шығаруға ат салысып жүрген әдеби агенттердің қызметі де бұл күнде жақсы нәтижелерін беріп жүр. Жазушы мен баспа, оқырман арасында дәнекер әдеби агенттердің де қызметін біздің нарыққа енгізу де бүгінгі күнде кезек күттірмейтін мәселе. Тәуелсіздіктің арқасында Қазақстанда әдебиет, қоғамның қозғаушы күші ретінде, жаңа даму кезеңіне өтті. Жалпы, соңғы 10-15 жылда Қазақстанда кітап шығару ісі жанданды. Қазақстандық баспа ісінің сандық көрсеткіштері мен сапалық мүмкіндіктері адам капиталының рухани және білім деңгейін арттыруға әсер етеді. Қазақстанның кітап ісі ұлттық мәдени мұраны сақтау мен дамытуға, сондай-ақ халықтың интеллектуалдық әлеуетін арттыруға өз үлесін қоса беретіні сөзсіз. Заманауи кітап шығару мен қаржыландырудың жаңа модельдері авторларға, баспагерлерге және оқырмандарға жаңа мүмкіндіктер мен артықшылықтар ұсынады. Бұл саладағы инновациялар мен технологиялардың дамуы кітап индустриясының болашағын айқындайды.

Қорыта айтқанда, кітап индустриясында инвестиция тартудың жаңа жолдары өте көп және оларды тиімді пайдалану баспа ісінің дамуына ықпал етеді. Мемлекеттік қолдау, краудфандинг, жеке инвесторлар, алдын ала тапсырыс жүйесі, цифрлық платформалар және халықаралық нарыққа шығу – барлығы кітап индустриясының қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ететін маңызды тетіктер. Қазақстанда бұл бағыттарды дамыту арқылы отандық баспа саласын жаңа деңгейге көтеруге болады.

Әдебиеттер тізімі

1. Указ Президента РК «О неотложных мерах по защите средств массовой информации органов государственной власти и управления, государственного книгоиздания в период перехода к рыночным отношениям». Казахстанская правда. – 1992. – 15 апреля.
2. Жиреншин Ә. Қазақ кітаптары тарихынан. – Алматы: Қазақстан, 1977. – 180 б.

3. Елеуменов Ш.Р. Кітаптану негіздері: оқу құралы. –Алматы: Санат, 1997. – 176 б.
4. Елеуменов Ш.Р. Қазақ кітабының тарихы. Ежелгі дәуірден 1917 жылға дейін. – Алматы: Санат, 1999. – 192 б.
5. Рахимжанова С.Р. Қазақ кітабының тарихы (1945–1960 жж.). Монография. – Алматы: ҚР Ұлттық кітапханасы, 2006.
6. Жарков В.М., Кузнецов Б.А., Чистова И. Н. Экономика и организация издательского дела: краткий курс. – М., 2002.
7. Комаров Е.И. Эффективное издательство: Менеджмент и маркетинг в издательской деятельности. – М: Логос, 2000. – 239 с.
8. Форсайт П. Маркетинг в книгоиздании: пер.с англ. –М: Университетская книга, 2008. – 224с.
9. Майсурадзе Ю.Ф., Мильчин А.Э., Маковеев Н.П. Энциклопедия книжного дела. – М: Юрист, 2004. – 640 с.
10. The International Publishers Association (IPA). [Electronic resource] URL: <https://www.internationalpublishers.org>. (accessed: 10.04.2025)
11. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Под общ. ред. В.В.Григорьева. – М.: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, 2022. – 102 с.
12. The International ISBN Agency. [Electronic resource]. URL: <https://www.isbn-international.org>. (accessed: 10.04.2025)
13. Қазақстан Республикасы баспасөзі 2023 жыл: статистикалық жинақ. Печать Республики Казахстан 2023 год: статистический сборник / жауапты шығарушы Г.К. Искендинова; құраст.: М.А. Төлеубек. – Алматы: Қазақстан Республикасы Ұлттық мемлекеттік Кітап палатасы, 2024. – 86 б.
14. 2004–2006 жылдардағы арналған «Мәдени мұра» мемлекеттік бағдарламасы туралы ҚР Президентінің жарлығы: 2004 жылы 13 қаңтар №1277. ҚР Президенті мен ҚР Үкіметінің актілер жинағы. – 2004, №2.
15. Қазақстан Республикасының баспасөзі: статистикалық жинақ – 2012. – Алматы, 2013. – 134 б.
16. Книжная индустрия. Люди. События. Технологии. – 2013. – №10 (112).
17. Гриценко Т.С., Передера Ж.С. Краудфандинг – инструмент финансирования проектов. Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 5. – С. 10.
18. Штайгенбергер Н., Шкуркин Д.В. Краудфандинг как способ некоммерческого финансирования. В книге: Достижения современной науки и образования: сборник статей и тезисов докладов IV международной междисциплинарной конференции. – 2018. – С. 183-185.
19. Кузьмин А.М., Высоковская Е. А. Краудфандинг. Методы менеджмента качества, 2018. – № 3. – С. 39.
20. Акулич М. Инвестиционный маркетинг. Лизинг, франчайзинг, факторинг, краудсорсинг, краудфандинг. «Издательские решения». – 2017. – 120 с.
21. Слинков А.М., Воронова Л.Э. Краудфандинг. Аллея науки. – 2018. – Т. 3. – № 11(27). – С. 273-276.
22. Сивцова Е.К. Краудфандинг и его роль на рынке. Е. К. Сивцова, Е.С. Зенкова, А.В. Лоница. Постулат. – 2018. – № 51 (31). – С. 97.

23. Анастасян С. Краудфандинг: выбор за читателями. Книжная индустрия. – 2014. – № 9. – С. 66-71.
24. Ковальчук А.Е. Краудфандинг как эволюционный этап развития книжного дела. Человек. Общество. Инклюзия. – 2016. – №32. – С. 93-99.
25. Книжный краудфандинг: рецепты успеха. ЛибИнформ, 2016. [Электрон. ресурс] – URL: <http://libinform.ru/read/articles/Knizhnyj-kraudfanding-retcepty-uspeha> (қаралған күні: 14.12. 2024)
26. Теплякова А.О. Краудфандинг в издательском деле. В книге: Материалы 54-й международной научной студенческой конференции МНСК-2016: Журналистика. – 2016. – С. 45-46.
27. Крыжановская А.А., Трофимова В.А. Краудфандинг как инновационный проект в российском книжном деле/ А.А. Крыжановская, В.А. Трофимова. Viascientiarum – Дорога знаний, 2015. – № 1. – С. 116-121.

К.М. Мукатаева, А.А. Рамазан

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

Пути привлечения инвестиций в книжную индустрию

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы издательской индустрии в Казахстане и возможности ее развития. Анализируются источники государственного и частного финансирования, действующие программы и международный опыт. Также предлагаются стратегические меры, необходимые для развития отечественного книжного рынка. Методология исследования основана на данных социальных исследований, открытых источников и динамике развития мировой книжно-издательской индустрии. В настоящее время каждое государство рассматривает различные пути финансирования книжного дела. В статье рассматриваются мировые тенденции, инновационные решения и выходы из кризисных ситуаций в этой сфере. Отмечается, что для конкурентоспособности издательской отрасли необходимо активное участие общества. Кроме того, подчеркивается роль литературных агентов, которые содействуют изданию книг авторов в ближнем и дальнем зарубежье, а также в странах СНГ. В статье подчеркивается, что внедрение института литературных агентов в отечественный книжный рынок является актуальной и неотложной задачей. Цель работы – провести анализ изменений в книжном пространстве, выявить насущные проблемы и разработать концептуальные предложения по их решению.

Ключевые слова: книгоиздание, финансирование, культурное наследие, краудфандинг, Kickstarter, издательства, государственные программы.

К.М. Mukataeva, A.A. Ramazan

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

New ways to attract investments in the book industry

Abstract. The article examines the challenges of the publishing industry in Kazakhstan and the opportunities for its development. It analyzes sources of public and private funding, existing programs,

and international experience. Additionally, strategic measures necessary for the development of the domestic book market are proposed. The research methodology is based on data from social studies, open sources, and the dynamics of global publishing industry development. Currently, each country is exploring various ways to finance the book industry. The article reviews global trends, innovative solutions, and strategies for overcoming crises in this field. It is noted that active public participation is essential for the publishing industry's competitiveness. Furthermore, the role of literary agents who facilitate the publication of authors' books both in neighboring and distant foreign countries, as well as in the CIS, is emphasized. The article highlights that integrating the institution of literary agents into the domestic book market is an urgent and pressing issue. The study aims to analyze changes in the book industry, identify key problems, and develop conceptual proposals for their resolution.

Keywords: publishing, funding, cultural heritage, crowdfunding, Kickstarter, publishers, government programs.

References:

1. Ukaz Prezidenta RK «O neotlozhnyh merah po zashite sredstv massovoi informatsi i organov gosudarstvennoi vlasti i upravleniya, gosudarstvennogo knigoizdaniya v period perehoda k rynochnym otnosheniyam [Decree of the President of the Republic of Kazakhstan “On urgent measures to protect the mass media of state authorities and administration, state book publishing during the transition to market relations”]. Kazhstanskaya pravda [Kazakhstan truth].15.04 (1992). [in Russian].
2. Zhirensin A. Qazaq kitaptary tarihy [From the history of Kazakh books]. (Almaty, 1977, 180 p.). [in Kazakh].
3. Eleukenov Sh. Kitaptanu negizderi: oququraly [Fundamentals of Bibliography: Textbook]. (Almaty, 1997, 176 p.). [in Kazakh].
4. Eleukenov Sh. Kitabynyn tarihy. Ezhelgi dauirden 1917 zhyлга dein [The history of the Kazakh book. From ancient times to 1917]. (Almaty, 1999, 192 p.). [in Kazakh].
5. Rakhimzhanova S.P. Qazaq kitabynyn tarihy (1945-1960 zh.). Monografiya [History of the Kazakh book (1945-1960)]. [Monography]. (Almaty, 2006). [in Kazakh].
6. Zharkov V. M., Kuznetsov B. A. Chistova I.N. Ekonomika i organizatsiya izdatelskogo dela: kratkii kurs [Economy and organization of publishing: a short course]. (Moscow, 2002). [in Russian].
7. Komarov E.I. Effektivnoe izdatelstvo: Menedzhment i marketing v izdatelskoi deyatel'nosti [Effective Publishing: Management and Marketing in Publishing]. (Moscow, 2000, 239 p.). [in Russian].
8. Forsite P. Marketing v knigoizdani: per. s angl. [Marketing in book publishing: translated from English]. (Moscow, 2008, 224 p.). [in Russian].
9. Maisuradze Yu.F., Milchin A.E., Makoveev N.P. Entsiklopediya knizhnogo dela [Encyclopedia of book publishing]. (Moscow, 2004, 640 p.). [in Russian].
10. The International Publishers Association (IPA). [Electronic resource] URL: <https://www.internationalpublishers.org>. (accessed: 10.04.2025)
11. Knizhnyi rynek Rossii. Sostoyaniye, tendentsii i perspektivy razvitiya / Pod obsh. red. V.V. Grigoryeva [The Russian book market. Status, trends and development prospects / Under the general editorship of V.V. Grigoryev]. (Moscow, 2022, 102 p.). [in Russian].
12. The International ISBN Agency. [Electronic resource]. URL: <https://www.isbn-international.org>. (accessed: 10.04.2025)

13. Kazakhstan Respublikasy baspasozı 2023 zhyl: statistikalyq zhinaq. Pechat Republiki Kazakhstan 2023 god: statisticheskii sbornik [Seal of the Republic of Kazakhstan 2023: statistical collection] / Editor-in-chief: G.K. Iskenderova; Compiled by: M.A. Toleubek. (Almaty, 2024, 86 p). [in Kazakh].
14. 2004-2006 zhyldarga arналған "Madeni mura" memlekettik bagdarlamasy turaly KR Presidentinin zharlygy: 2004 zhyly 13 qantar №1277 // QR Presidenti men KR ukimetinin aktiler zhinagy [Decree of the President of the Republic of Kazakhstan on the State Program "Cultural Heritage" for 2004–2006: January 13, 2004 No. 1277. Collection of Acts of the President of the Republic of Kazakhstan and the Government of the Republic of Kazakhstan]. 2 (2024). [in Kazakh].
15. Kazakhstan Respublikasynyn baspasozı: statistikalyq zhinaq [Press of the Republic of Kazakhstan: statistical compilation - 2012]. 134 (2013) [in Kazakh].
16. Knizhnaya industriya. Liudi. Sobytiya. Tekhnologii [Book industry. People. Events. Technologies] 10. 2013 [in Russian].
17. Gritsenko T.S., Peredera Zh.S. Kraudfanding – instrument finansirovaniya proektov [Crowdfunding – a tool for financing projects] // Ekonomika I predprinimatelstvo [Economy and Entrepreneurship]. 5.10 (2018). [in Russian].
18. Shtainberger N., Shkurin D.V. Kraudfanding kak sposob nekommercheskogo finansirovaniya [Crowdfunding as a method of non-profit financing] // v knige: Dostizheniya sovremennoy nauki I obrazovaniya: sbornik stateyi tezisov dokladov IV mezhdunarodnoy mezh distsiplinarnoy konferentsii [In the book: Achievements of modern science and education collection of articles and abstracts of reports of the IV international interdisciplinary conference]. 183-185(2018). [in Russian].
19. Kuzmin A.M., Vysokovskaya E.A. Kraudfanding [Crowdfunding] // Metody menedzhmenta kachestva [Quality Management Methods]. 3. 39(2018). [in Russian].
20. Akulich M. Investitsionnyy marketing. Lizing, franchayzing, faktoring, kraudsorsing, kraudfanding [Investment Marketing. Leasing, Franchising, Factoring, Crowdsourcing, Crowdfunding] / Akulich M. // «Izdatelskie resheniya» ["Publishing Solutions"]. 120 (2017). [in Russian].
21. Slinkov A. M., Voronova L. E. Kraudfanding [Crowdfunding] // Alleya nauki [Science Alley]. 11. 273–276 (2018). [in Russian].
22. Sivtsova E. K. Kraudfandingi ego rolnarynke [Crowdfunding and its role in the market] // Postulat [Postulate]. 51. 97 (2018). [in Russian].
23. Anastasyan S. Kraudfanding: vybor za chitatel'nyami [Crowdfunding: The Choice Is Up to Readers] // Knizhnaya industriya [Book industry]. 9. 66–71 (2014). [in Russian].
24. Kovalchuk A. E. Kraudfanding kak evolyutsionnyy etap razvitiya knizhnogo dela [Crowdfunding as an evolutionary stage in the development of book publishing] // Chelovek. Obshchestvo. Inklyuziya [Human. Society. Inclusion]. 32. 93–99 (2016). [in Russian].
25. Knizhnyy kraudfanding: retsepty uspekha [Book crowdfunding: recipes for success] // LibInform, 2016. Available at: <http://libinform.ru/read/articles/Knizhnyj-kraudfanding-retsepty-uspeha> (accessed at: 14.12.2024)
26. Teplyakova A. O. Kraudfanding v izdatelskom dele [Crowdfunding in Publishing] // V knige: Materialy 54-y Mezhdunarodnoy nauchnoy studencheskoy konferentsii MNSK-2016: Zhurnalistska [In the book: Proceedings of the 54th International Scientific Student Conference MNSC-2016: Journalism]. 45-46 (2016). [in Russian].
27. Kryzhanovskaya A. A., Trofimova V. A. Kraudfanding kak innovatsionnyy proekt v rossiyskom knizhnom dele [Crowdfunding as an innovative project in the Russian book industry] // Via scientiarum – Doroga znaniy [Via scientiarum – The Road of Knowledge]. 1. 116-121 (2015). [in Russian].

Авторлар туралы мәліметтер:

Мұқатаева Қ.М. – Филология ғылымдарының кандидаты, баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік өнер кафедрасының доценті, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

Рамазан А.Ә. – Филология ғылымдарының докторы, баспагерлік-редакторлық және дизайнерлік өнер кафедрасының меңгерушісі, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

Сведения об авторах:

Мукатаева К.М. – кандидат филологических наук, доцент кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Рамазан А.А. – доктор филологических наук, заведующий кафедрой издательско-редакторского и дизайнерского искусства, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

Information about the authors:

Mukataeva K.M. – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Publishing, editing and design art, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

Ramazan A.A. – Doctor of Philological Sciences, Head of the department of Publishing, editing and design art, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan