

УДК 338.2

DOI: 10.34670/AR.2026.29.32.096

Трансформация факторов коммерческого успеха фильмов на российском кинорынке в 2022–2024 гг.

Шапошник Иван Андреевич

Аспирант,
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации,
119571, Российская Федерация, Москва, пр-т Вернадского, 82;
e-mail: ivanshaposhnik8@gmail.com

Аннотация

В статье рассматривается трансформация зрительского спроса на российском кинорынке в 2022–2024 гг. в условиях изменения структуры кинопроката после ухода крупных зарубежных студий. Цель исследования заключается в выявлении факторов, связанных с коммерческими результатами наиболее кассовых фильмов указанного периода. На основе данных «Кинопоиска» и «Бюллетеня кинопрокатчика» построена регрессионная модель, включающая производственный бюджет, жанровую принадлежность, участие звёздных актёров и наличие профессиональных наград. Эмпирическую базу исследования составили 145 фильмов, вышедших в широкий российский прокат. Результаты анализа показывают, что влияние бюджета на кассовые сборы не является статистически устойчивым, тогда как отдельные жанровые характеристики и профессиональное признание связаны с более высокими коммерческими результатами фильмов. Сделан вывод о смещении факторов коммерческого успеха от масштаба вложенных ресурсов к точности позиционирования кинопроекта и способности формировать доверие аудитории.

Для цитирования в научных исследованиях

Шапошник И.А. Трансформация факторов коммерческого успеха фильмов на российском кинорынке в 2022–2024 гг. // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2026. Том 16. № 4А. С. 986-992. DOI: 10.34670/AR.2026.29.32.096

Ключевые слова

Российский кинорынок, предпочтения российского кинозрителя, кассовые сборы, коммерческий успех фильма, регрессионная модель, стратегическое управление кинопроектами, методология исследования, отраслевой анализ.

Введение

Резкие институциональные и структурные изменения, произошедшие в российской киноиндустрии после 2022 года, обусловили необходимость переосмысления факторов спроса на кинопродукцию и пересмотра сложившихся представлений о предпочтениях отечественного кинозрителя. Начало специальной военной операции, последовавший уход с российского рынка крупных зарубежных студий и дистрибьюторов, трансформация системы кинопроката, а также перераспределение финансовых и организационных ресурсов внутри отрасли сформировали принципиально новую среду функционирования кинобизнеса. В этих условиях прежние эмпирические закономерности, выявленные на данных докризисного и допандемийного периода, требуют повторной проверки и актуализации.

С точки зрения стратегического управления кинопроектами, изменения внешней среды означают рост неопределённости, усиление рисков и необходимость более точного учёта предпочтений целевой аудитории при принятии инвестиционных и производственных решений. Для продюсеров и управляющих киностудиями коммерческий успех фильма в новых условиях всё в большей степени определяется способностью адаптировать проектные решения — жанровые, бюджетные, маркетинговые и кадровые — к трансформирующемуся спросу. Соответственно, анализ актуальных предпочтений российского кинозрителя приобретает не только исследовательское, но и прикладное управленческое значение.

В отличие от периода 2014–2021 годов, характеризовавшегося относительной стабильностью структуры кинопроката и высокой долей зарубежного контента, период 2022–2024 годов отличается резким сужением предложения иностранных фильмов и одновременным ростом роли отечественного кинопроизводства [Шишканов, 2023]. Данная трансформация привела к фактическому изменению конкурентной среды: российские кинопроекты оказались в ситуации ограниченной внешней конкуренции, но при этом столкнулись с повышенными ожиданиями со стороны аудитории и государства [Тихомирова, Токарева, 2023]. В этих условиях кассовые сборы становятся ключевым индикатором реального спроса и предпочтений зрителей, отражающим не декларативные, а фактически реализованные модели потребительского выбора.

Настоящая статья направлена на эмпирический анализ коммерческих результатов наиболее успешных фильмов, вышедших в широкий российский прокат в 2022–2024 годах, с целью выявления факторов, определяющих спрос в посткризисный период. В качестве объекта исследования рассматриваются 100 наиболее кассовых фильмов каждого года, что позволяет сосредоточиться на проектах, получивших максимальное одобрение со стороны зрительской аудитории в условиях трансформированной отраслевой среды. Такой подход соответствует логике управленческого анализа, ориентированного на выявление практик и характеристик, обеспечивающих коммерческий успех.

Полученные выводы служат основой для анализа системы управления киноиндустрией и разработки практических рекомендаций для продюсеров и управленцев, принимающих решения в сфере стратегического планирования и реализации кинопроектов.

Методология, данные и переменные

Методологически анализ строится на использовании регрессионной модели, в которой кассовые сборы выступают зависимой переменной. Одним из первых данную методологию

применил Б. Р. Литман, продемонстрировав возможность эконометрического анализа факторов кассового успеха на выборке американских фильмов [Литман, 1983]. Впоследствии аналогичный подход был развит в работах Дж. С. Симонова и И. Р. Спэрроу [Симонов, Спэрроу, 2000], С. Сочая [Сочай, 1994], широких исследованиях Н. Терри [Терри, Батлер, Де Армонд, 2005; Терри, Кули, Закари, 2008; Терри, Кинг, Уолкер, 2010] и ряда других исследователей. Данные собраны методом парсинга из открытых баз данных «Кинопоиска» (kinopoisk.ru) и «Бюллетеня кинопрокатчика» (kinometro.ru). Для каждого наблюдения были сформированы 18 переменных, отражающих ключевые характеристики кинопроекта. Наблюдения без информации по значимым детерминантам коммерческого успеха были исключены из выборки. Итоговая выборка составила 145 фильмов, вышедших в широкий российский прокат в 2022–2024 годах.

В качестве зависимой переменной использовался логарифм кассовых сборов фильма, что позволило снизить влияние выбросов и обеспечить более корректную интерпретацию коэффициентов. В качестве объясняющих факторов рассматривались: бюджет кинопроекта (в логарифмическом выражении), жанровая принадлежность (факторная переменная с базовой категорией «приключенческий фильм»), участие звёздных актёров (бинарная переменная) и наличие профессиональных наград (бинарная переменная).

Оценка модели проводилась методом наименьших квадратов (МНК) с использованием робастных стандартных ошибок. Выбор спецификации осуществлялся с учётом экономического смысла включаемых переменных и особенностей функционирования киноиндустрии. Дополнительные потенциальные контролирующие переменные, отражающие сходные экономические механизмы (сезон проката, известность режиссёра, оценки критиков), рассматривались на предварительных этапах анализа, однако их включение не приводило к увеличению объясняющей способности и снижало интерпретируемость коэффициентов вследствие конкуренции регрессоров. В итоговой спецификации использована компактная модель, обеспечивающая оптимальный баланс между полнотой учёта факторов и статистической устойчивостью результатов.

Для обеспечения корректности статистических выводов проводилась комплексная диагностика модели: анализ распределения остатков, проверка на наличие гетероскедастичности, мультиколлинеарности и нарушений линейной формы зависимости.

Модель

В ходе эконометрического анализа была оценена следующая линейная регрессионная модель:

$$\ln(\text{Box_Office}) = \beta_0 + \beta_1 \cdot \ln(\text{Budget}) + \beta_2 \cdot \text{Genre} + \beta_3 \cdot \text{Star} + \beta_4 \cdot \text{Awards} + \varepsilon,$$

где $\ln(\text{Box_Office})$ — логарифм кассовых сборов; $\ln(\text{Budget})$ — логарифм производственного бюджета; Genre — вектор жанровых фиктивных переменных; Star — бинарная переменная, отражающая участие звёздных актёров; Awards — бинарная переменная, отражающая наличие профессиональных наград; ε — случайная ошибка модели.

Диагностика модели не выявила критических нарушений предпосылок МНК. Тест Шапиро–Уилка не позволил отвергнуть нулевую гипотезу о нормальности остатков: значение статистики близко к единице, а соответствующее значение вероятности превышает стандартный уровень

значимости. Обобщённый тест Уайта (White's General Test) также не выявил признаков гетероскедастичности: нулевая гипотеза о постоянстве дисперсии остатков не отвергается. Показатели фактора инфляции дисперсии (VIF) для всех переменных находятся существенно ниже общепринятых пороговых значений: среднее значение VIF составляет 1,53, максимальное — 2,64, что свидетельствует об отсутствии мультиколлинеарности (см. таблицу 1). Компонентно-остаточные графики для логарифма бюджета не выявили существенных отклонений от линейной зависимости, что подтверждает корректность лог-линейной спецификации.

Таблица 1 – Показатели фактора инфляции дисперсии (VIF)

Переменная	VIF	1/VIF
Бюджет (log)	1,61	0,620
Мультфильм	1,59	0,630
Комедия	2,64	0,379
Драма/мелодрама	1,92	0,522
Фэнтези	1,29	0,774
Ужасы	1,27	0,785
Научная фантастика	1,29	0,776
Триллер	1,40	0,716
Звезда	1,06	0,940
Награды	1,20	0,833
Среднее VIF	1,53	—

Результаты и выводы

Модель в целом является статистически значимой: значение F-статистики равно 4,41 при уровне значимости $p < 0,001$. Коэффициент детерминации R^2 составляет около 0,25, что означает, что примерно четверть вариации логарифма кассовых сборов объясняется включёнными в модель факторами. С учётом кросс-секционного характера данных и высокой неоднородности исследуемого рынка полученное значение R^2 можно считать приемлемым для эмпирического анализа.

Бюджет фильма (в логарифмическом выражении) демонстрирует положительный коэффициент (0,0849), однако на стандартных уровнях значимости данный эффект не является статистически значимым. Это указывает на отсутствие устойчивой линейной зависимости между бюджетом и кассовыми сборами после учёта прочих факторов, включённых в модель. Данный результат принципиально отличается от закономерностей, характерных для периода 2014–2021 годов, когда бюджет выступал устойчивым и статистически значимым предиктором коммерческого успеха.

Жанровая принадлежность фильма представлена в модели в виде факторной переменной. Коэффициенты для жанров «комедия» (0,687; $p < 0,01$), «драма/мелодрама» (0,570; $p < 0,05$) и «фэнтези» (1,640; $p < 0,01$) являются положительными и статистически значимыми, что свидетельствует о наличии систематических различий в кассовых сборах между жанрами. В то же время для жанров «мультфильм», «ужасы», «научная фантастика» и «триллер» статистически значимых отличий от базовой категории выявлено не было.

Переменная, отражающая участие звезды в фильме, имеет положительный коэффициент (0,273), однако её статистическая значимость находится на пограничном уровне ($p = 0,113$), что

указывает на слабую устойчивость данного эффекта в рамках выбранной модельной спецификации.

Наличие у фильма кинопремий оказывает статистически значимое положительное влияние на кассовые сборы (коэффициент 0,581; $p < 0,01$). Данный результат указывает на систематическую связь между профессиональным признанием и коммерческими результатами фильма. С управленческой точки зрения это означает институционализацию доверия зрителя: фестивальная и премиальная стратегия становится элементом долгосрочного формирования конкурентных преимуществ кинопроекта. Результаты оценки регрессионной модели представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты регрессионного анализа (зависимая переменная — логарифм кассовых сборов)

Переменные	Итоговая модель
Бюджет (log)	0,0849 (0,0587)
Мультфильм	0,323 (0,248)
Комедия	0,687*** (0,255)
Драма/мелодрама	0,570** (0,279)
Фэнтези	1,640*** (0,346)
Ужасы	0,180 (0,320)
Научная фантастика	0,428 (0,300)
Триллер	0,184 (0,342)
Звезда	0,273 (0,171)
Награды	0,581*** (0,179)
Константа	17,08*** (1,011)
Количество наблюдений	145
R-квадрат	0,250

Примечание: в скобках — робастные стандартные ошибки; *** $p < 0,01$; ** $p < 0,05$; * $p < 0,1$; базовая категория — «приключенческий фильм».

Полученные результаты позволяют сформулировать ряд значимых выводов о трансформации российского кинорынка в 2022–2024 годах. Во-первых, после структурных изменений рынка прямое увеличение инвестиций перестало быть гарантией роста кассовых сборов. Для стратегического менеджмента данный результат указывает на необходимость перехода от экстенсивной инвестиционной логики к управлению эффективностью использования ресурсов. Во-вторых, жанр должен рассматриваться не как гарант спроса, а как инструмент позиционирования, требующий точной настройки под целевую аудиторию. В-третьих, значительно возросло влияние институциональных маркеров качества, прежде всего наград, что отражает общую тенденцию к смещению критериев зрительского выбора в сторону сигналов доверия и качества.

С практической точки зрения полученные выводы свидетельствуют о необходимости пересмотра традиционных управленческих подходов в кинопроизводстве. При формировании портфеля кинопроектов рекомендуется снижать зависимость от единичных крупнобюджетных проектов и распределять риски между несколькими проектами с различными жанровыми профилями. Ключевое значение приобретает этап предпроизводственного управления: формализация продуктовой концепции, проверка гипотез о спросе и выстраивание стратегии позиционирования до начала капиталоемких стадий производства. Необходимо также системно управлять нематериальными активами продюсерской компании, включая репутацию и

институциональные связи, что снижает неопределённость спроса в долгосрочной перспективе.

Таким образом, предпочтения российского кинозрителя в 2022–2024 годах характеризуются переходом от ресурсно-ориентированной модели потребления к модели, основанной на восприятии ценности, доверии и стратегическом позиционировании продукта. Данный сдвиг создаёт как новые управленческие вызовы, так и возможности для тех участников рынка, которые способны точно идентифицировать зрительский запрос и формировать соответствующие продуктовые предложения.

Библиография

1. Галван М., Энрикес Р. Прогнозирование прибыльности кинопроката // Журнал по проектированию и управлению информационными системами. 2018. Т. 3. № 3. С. 22.
2. Гао Дж., Малик В., Ма Ш., Ших П. Как снять успешный фильм: факторный анализ с финансовой и критической точек зрения // Информация в современном обществе. iConference 2019.
3. Литман Б.Р. Прогнозирование успеха фильмов в кинопрокате: эмпирический анализ // Журнал популярной культуры. 1983. Т. 16. С. 159–175.
4. Симонов Дж.С., Спэрроу И.Р. Предсказывание кассовых сборов: победители, проигравшие и спящие // Журнал Шанс. 2000. Т. 13. С. 15–24.
5. Сочай С. Прогнозирование эффективности кинопроката // Журнал экономики медиа. 1994. Т. 7. С. 1–20.
6. Терри Н., Батлер М., Де Армонд Д. Детерминанты успеха кассовых сборов в домашнем кинопрокате // Юго-западное экономическое обозрение. 2005. С. 137–148.
7. Терри Н., Кули Дж.В., Закари М. Детерминанты доходов от зарубежного проката англоязычных фильмов // Журнал международного бизнеса и культурных исследований. 2008. С. 1–12.
8. Терри Н., Кинг Р., Уолкер Дж.Дж. Детерминанты кассовых сборов фильмов ужасов // Журнал глобального бизнес менеджмента. 2010. Т. 6. № 2. С. 1–10.
9. Тихомирова К., Токарева Ю. Чебурашка вместо Поттера: фильмы в российском прокате 2022 года // Системный Блок. 27.02.2023. URL: <https://sysblok.ru/infographics/cheburashka-vmesto-pottera-filmy-v-rossijskom-prokate-2022-goda/>.
10. Шишканов А. 10 главных итогов 2022 года по мнению редакции БК // Бюллетень Кинопрокатчика. 01.01.2023. URL: https://www.kinometro.ru/analytics/show/name/itogigoda2022_4032.

Transformation of Factors of Commercial Success of Films in the Russian Film Market in 2022–2024

Ivan A. Shaposhnik

Postgraduate Student,
Russian Presidential Academy of National
Economy and Public Administration,
119571, 82, Vernadskogo ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: ivanshaposhnik8@gmail.com

Abstract

The article examines the transformation of audience demand in the Russian film market in 2022–2024 under the conditions of changes in the structure of film distribution after the departure of major foreign studios. The aim of the study is to identify the factors associated with the commercial results of the highest-grossing films of the specified period. Based on data from "Kinopoisk" and "Bulletin of Film Distributor," a regression model is constructed, including the production budget, genre affiliation, participation of star actors, and the presence of professional awards. The empirical base

of the study comprised 145 films released in wide Russian distribution. The results of the analysis show that the influence of the budget on box office receipts is not statistically robust, whereas individual genre characteristics and professional recognition are associated with higher commercial results of films. A conclusion is drawn about the shift in factors of commercial success from the scale of invested resources to the accuracy of film project positioning and the ability to build audience trust.

For citation

Shaposhnik I.A. (2026) Transformatsiya faktorov kommercheskogo uspekha fil'mov na rossiyskom kinorynke v 2022–2024 gg. [Transformation of Factors of Commercial Success of Films in the Russian Film Market in 2022–2024]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 16 (4A), pp. 986-992. DOI: 10.34670/AR.2026.29.32.096

Keywords

Russian film market, preferences of the Russian film audience, box office receipts, commercial success of a film, regression model, strategic management of film projects, research methodology, industry analysis.

References

1. Galvão, M., & Henriques, R. (2018). Forecasting movie box office profitability. *Journal of Information Systems Engineering & Management*, *3*(3), 22.
2. Gao, Z., Malic, V., Ma, Sh., & Shih, P. (2019). How to make a successful movie: Factor analysis from both financial and critical perspectives. In *Information in Contemporary Society. iConference 2019*.
3. Litman, B. R. (1983). Predicting success of theatrical movies: An empirical study. *The Journal of Popular Culture*, *16*, 159–175.
4. Shishkanov, A. (2023, January 1). 10 glavnykh itogov 2022 goda po mneniyu redaktsii BK [The 10 key takeaways of 2022 according to the BK editorial board]. *Byulleten' Kinoprokatchika*. https://www.kinometro.ru/analytics/show/name/itogigoda2022_4032
5. Simonoff, J. S., & Sparrow, I. R. (2000). Predicting movie grosses: Winners and losers, blockbusters and sleepers. *Chance Magazine*, *13*(3), 15–24.
6. Sohay, S. (1994). Predicting the performance of motion pictures. *Journal of Media Economics*, *7*(4), 1–20.
7. Terry, N., Butler, M., & De'Armond, D. (2005). The determinants of domestic box office performance in the motion picture industry. *Southwestern Economic Review*, 137–148.
8. Terry, N., Cooley, J. W., & Zachary, M. (2008). The determinants of foreign box office revenues for English language movies. *Journal of International Business and Cultural Studies*, 1–12.
9. Terry, N., King, R., & Walker, J. J. (2010). The determinants of box office revenues for horror movies. *Journal of Global Business Management*, *6*(2), 1–10.
10. Tikhomirova, K., & Tokareva, Yu. (2023, February 27). Cheburashka vmesto Pottera: fil'my v rossiyskomprokate 2022 goda [Cheburashka instead of Potter: Films in Russian theatrical distribution in 2022]. *Sistemnyy Blok*. <https://sysblok.ru/infographics/cheburashka-vmesto-pottera-filmy-v-rossijskom-prokate-2022-goda/>