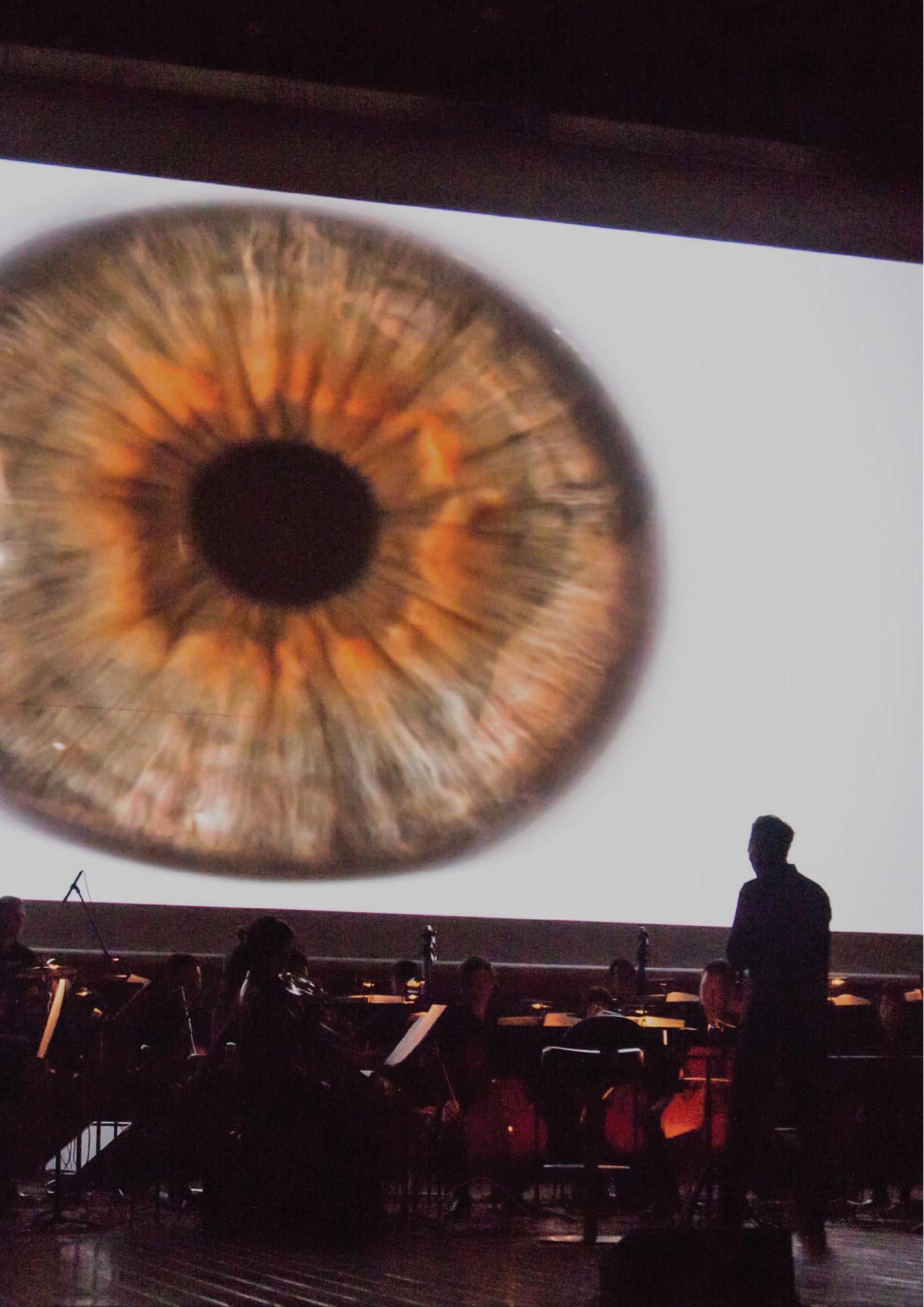




КАРТИРОВАНИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В КАЗАХСТАНЕ

Энди Пратт | Юан Симпсон | Дана Шаяхмет

Май 2018 г.



Содержание

Резюме	2
Введение: предпосылки исследования	4
Часть 1 Картирование креативных индустрий: что, где и почему в Казахстане	6
Часть 2 Креативные индустрии в контексте: новая городская экономика Казахстана	14
Часть 3 Методология	24
Выводы и рекомендации	28

Резюме

Данные учреждений ООН по торговле свидетельствуют о значительном росте мировой культурной и креативной экономики (далее «культурная экономика») в последние годы, особенно в развивающихся странах и странах «глобального Юга». Это говорит о переходе к новой экономике знаний, важной частью которой является культура. По неофициальным данным, в Казахстане тоже существует культурная экономика и она растет. Однако полноценного сбора и анализа данных по культурной экономике Казахстана или других стран Центрально-Азиатского региона до сегодняшнего дня не проводилось. Чтобы устранить этот пробел, British Council в Казахстане организовал первое подробное исследование культурной экономики Казахстана в формате картирования.

Исследование ставило три задачи:

- разработать четкое определение культурной экономики, согласующееся с определениями, которые были предложены другими национальными проектами картирования сектора (например, исследование Министерства Великобритании по делам культуры, СМИ и спорта или система статистики ЮНЕСКО);
- проверить, собираются ли данные о культурной экономике национальными органами статистики;
- проанализировать такие данные и по результатам анализа определить масштаб культурной экономики.

На основе собранных нами данных видно, что культурная экономика в Казахстане существует и что она динамична в той же степени, что и остальные сектора экономики (а, возможно, и в большей). Культурная экономика растет такими же темпами, как и экономика в целом, в том числе в самых быстроразвивающихся регионах (Алматы и Астана). Креативные индустрии составляют значительную часть предпринимательской базы в Казахстане. По состоянию на январь 2018 года в стране было зарегистрировано почти 18,000 креативных предприятий, что составляет 3,8% от общего количества предприятий.

В абсолютных цифрах зарегистрированных предприятий по состоянию на январь 2018 года креативная экономика в крупных городах превосходит сектора недвижимости и бизнес-услуг. Два крупнейших и стремительно развивающихся города – Астана (17% всех креативных предприятий страны) и Алматы (45%) – являются центрами креативных индустрий Казахстана. На их долю приходится 62% всех креативных предприятий.

В Алматы концентрация креативных индустрий наиболее высока – они составляют свыше 6% всей предпринимательской базы города.

Эта концентрация значительно превосходит средний уровень, так как в Астане и Алматы находятся 42% всех зарегистрированных предприятий страны и сосредоточены 62% всех креативных предприятий. Более того, рост креативных индустрий в Казахстане за последние десять лет почти полностью происходил за счет этих двух городов.

В структуре креативных индустрий Казахстана доминируют малые предприятия, что характерно для всех стран мира. Среди них есть как сравнительно новые, так и давно существующие организации. Крупных организаций мало, и большинство из них финансируются государством.

В Астане и Алматы в секторе креативных индустрий преобладают услуги с высокой добавленной стоимостью (например, реклама, архитектурная деятельность и разработка программного обеспечения) – более 90% всех зарегистрированных креативных предприятий. Большинство предприятий креативного сектора занимаются профессиональными и научно-техническими видами деятельности. В обоих городах вторым по величине сектором креативной экономики является сектор информации и коммуникаций. Следует отметить, что «классическое» направление культурных индустрий (искусства, развлечения и отдых) занимает лишь малую долю в структуре видов деятельности (7% в Астане и 5% в Алматы).

Отчет также показывает, что нефтяной и неаграрный сектора экономики Казахстана (и, соответственно, стратегия их диверсификации) сильно зависят от развития крупнейших городов. Лишь в крупных городах наблюдался значительный рост населения и занятости в последние несколько лет. Малые фирмы и самозанятость позволяют заполнить брешь, образуемую при уменьшении занятости населения в крупных организациях и фирмах, и эти позитивные эффекты концентрируются в крупных городах. Креативные индустрии играют главную роль в развитии устойчивых, привлекательных для проживания городов. Таким образом, между успешными городами и успешными креативными индустриями имеется обоюдосторонняя связь.

Последние данные свидетельствуют о том, что будущий экономический рост Казахстана сильно зависит от городов, в которых в структуре занятости преобладают малые высокоэффективные предприятия. Высокая добавленная стоимость, предпринимательство, динамичность и неразрывная связь с городом – эти характеристики креативных индустрий обуславливают их важную роль в будущем развитии Астаны и Алматы. Также следует изучить влияние предпринимательства и поддержки малого бизнеса в преодолении дисбаланса

развития между регионами и крупными городами, о котором говорится в отчете, и роль, которую могут сыграть в этом креативные индустрии.

Полученные выводы дают основания полагать, что в будущем будет полезным провести более подробное исследование, как минимум для Астаны и Алматы, где культурная экономика развивается максимально активно. Также может быть целесообразно подробнее оценить, что представляет собой культурная экономика в национальном масштабе и в чем заключается ее специфика в Казахстане.

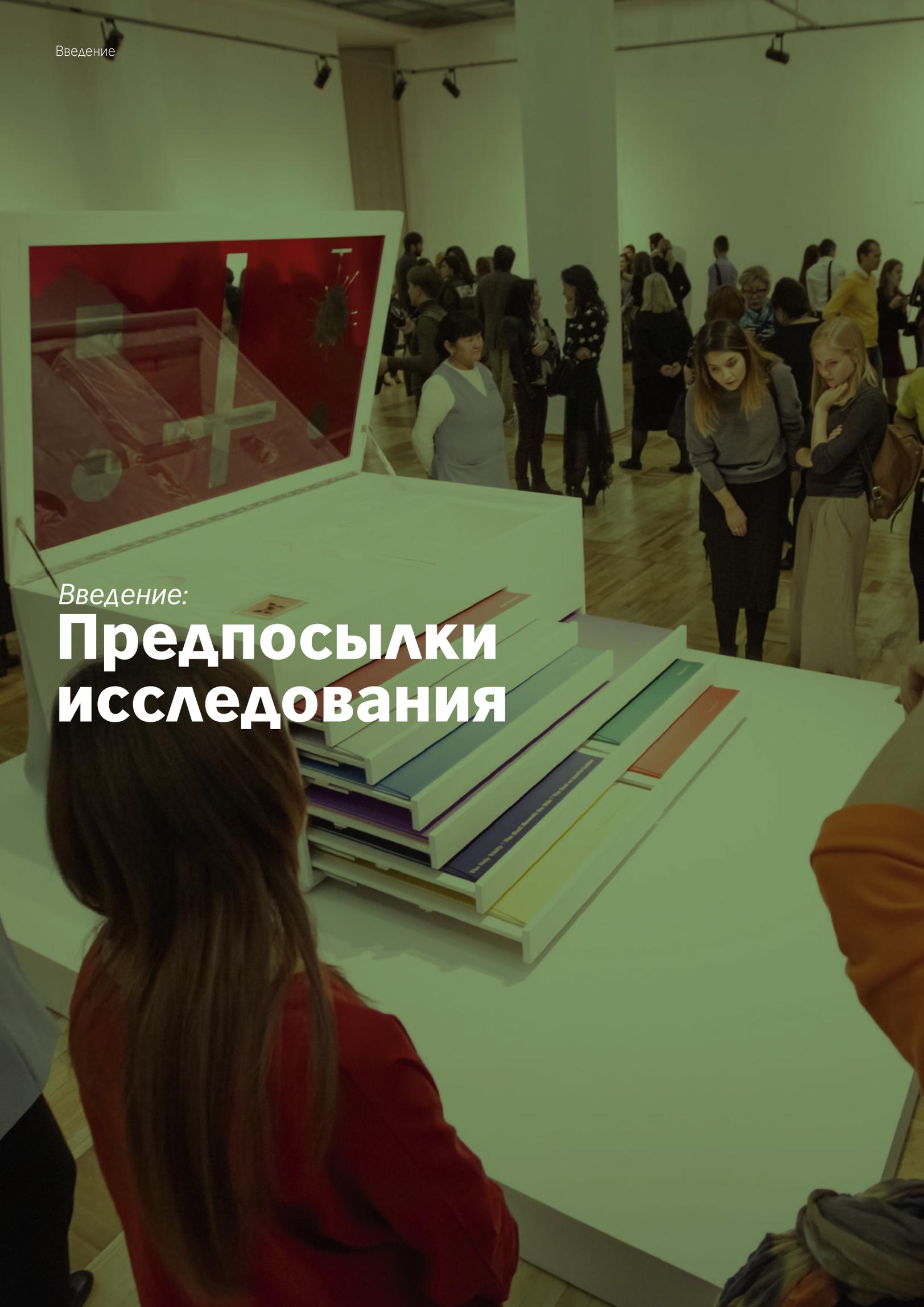
В процессе исследования мы разработали систему классификации данных по культурной экономике Казахстана, предусматривающую возможность сравнения показателей с данными других международных исследований.

Нам удалось собрать и проанализировать данные о количестве предприятий креативного сектора в экономике Казахстана и на их основе определить масштаб культурной экономики и основные центры ее сосредоточения. Однако мы не смогли получить важные данные о занятости, обороте и заработной плате, которые используются большинством стран при картировании культурных экономик. Получение доступа к таким данным (либо сбор таких данных в рамках нового исследования) – следующая приоритетная задача.

Мы надеемся, что предварительный анализ, представленный в настоящем исследовании, убедит лиц, ответственных за формирование политики, в существовании культурной экономики и обозначит перспективы ее роста. Мы также надеемся, что национальный комитет по статистике продолжит работу по сбору и публикации данных о занятости, заработной плате и обороте в креативном секторе. Без этого будет невозможно полноценно определить значение креативных индустрий для текущих и будущих экономических показателей двух крупнейших городов страны – Астаны и Алматы, обеспечивающих основной рост культурной экономики.

Введение:

Предпосылки исследования



Исследование в формате картирования креативных индустрий стало результатом дискуссий, прошедших на форуме «Креативная Центральная Азия» – первой из серии новых международных конференций, состоявшейся в Астане в ноябре 2017 года. Форум был организован British Council с целью способствовать установлению нового типа диалога между лидерами креативных индустрий Великобритании и Центральной Азии и создать влиятельную и активную сеть для развития культурной экономики.

В Форуме «Креативная Центральная Азия» в Астане приняли участие 100 представителей государственных органов, частного сектора и гражданского общества Казахстана, Узбекистана, Кыргызстана и Великобритании. Лидеры креативного сектора обсудили возможности развития новых отношений и планы будущей совместной работы. Еще 100 тысяч человек наблюдали за конференцией благодаря прямой трансляции и с использованием других цифровых технологий.

Участники форума согласились, что понимание масштаба и объема креативных индустрий в Казахстане представляет собой одну из приоритетных задач, учитывая интерес администраций двух крупнейших городов – Астаны и Алматы – к «новой экономике» страны. Однако, ввиду отсутствия точных данных, обсуждения в большей степени носили субъективный характер, нежели основывались на фактах. Таким образом, возникла необходимость в проведении предварительного исследования креативных индустрий, и участники форума «Креативная Центральная Азия» определили в качестве одного из приоритетов проведение данного исследования в формате картирования, с тем чтобы создать информационную базу для дальнейшей работы.

Чтобы восполнить пробелы в имеющихся данных и осуществить рекомендации, выработанные на конференции, British Council в Казахстане поручил проведение исследования совместной научной группе, в которую вошли эксперты из Великобритании и Казахстана. Данная группа (под руководством специалиста по культурной экономике профессора Энди Пратта, City University London) согласилась сформировать доказательную базу на основе официальных статистических данных с использованием авторитетных международных методик картирования, которые можно было бы применить к существующим массивам данных (как опубликованным, так и полученным в рамках специального анализа). Предполагалось, что результаты исследования можно будет использовать в дальнейших дискуссиях о культурной экономике с представителями государственных органов, ответственными за формирование политики. В исследовании приняли участие консультанты трех университетов: Энди Пратт, профессор в области культурной экономики, City University London; Юан Симпсон, декан Бизнес-школы Казахстанско-Британского технического университета, Алматы; Дана Шаяхмет, декан по работе со студентами,

Университет Нархоз, Алматы. Исследование было инициировано Британским Советом в Казахстане и реализовано при участии и редакции Галины Корецкой, руководителя проектов по культуре и искусству Британского совета в Казахстане. Исследование ставило следующие задачи:

- разработать четкое определение культурной экономики, согласующееся с определениями, которые были предложены другими национальными проектами картирования сектора (например, исследование Министерства Великобритании по делам культуры, СМИ и спорта или система статистики ЮНЕСКО);
- проверить наличие данных о культурной экономике, собираемых на государственном уровне;
- проанализировать такие данные и по результатам анализа определить масштаб культурной экономики.

В следующих трех разделах научная группа отвечает на вопросы, поставленные в ходе исследования, приводит предварительные выводы и рекомендации по необходимой дальнейшей работе. Исследователи приняли решение представить свои выводы в определенном порядке. В первом разделе кратко освещаются вопросы масштаба и объема культурной экономики в Казахстане, отмечается рост креативных индустрий и их сосредоточение в городах (особенно Алматы и Астане).

Во втором разделе авторы рассматривают более широкий контекст и общие тенденции в казахстанской экономике на трех уровнях: национальном, региональном и на уровне городов, а также предпринимают попытку определить, в какой степени города (и в более широком смысле культурная экономика) отстают в экономическом развитии либо, наоборот, способствуют экономическим переменам.

Наконец, в третьей части исследователи обозначают ряд важных технических вопросов, касающихся разработки международного «эталонного» инструмента оценки и сбора необходимых для него данных. В конце отчета приводятся выводы и рекомендации.

BRITISH
COUNCIL

БІЗ КІМБІЗ, ҚАЛА
КӨШПЕНДІЛЕРІ?
КӨРМЕСІ

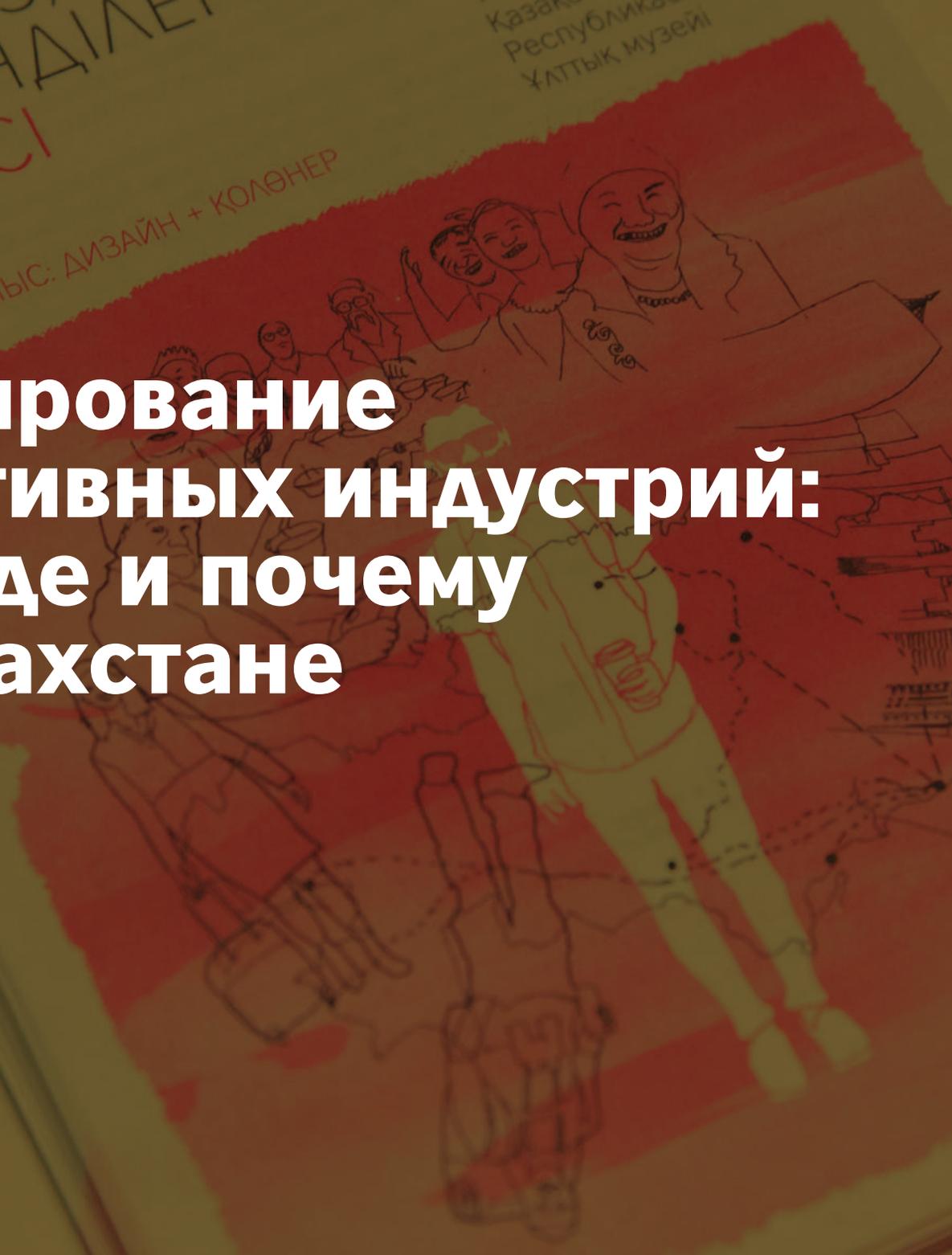
27 MAUSYM -
31 TAMYZ 2017

Астана қ.,
Тәуелсіздік д-лы. 54
Қазақстан
Республикасының
Ұлттық музейі

Часть 1:

Картирование креативных индустрий: что, где и почему в Казахстане

АСТАНА ТҰРМЫС: ДИЗАЙН + ҚОЛӨНЕР



Введение

В этой части отчета исследователи приводят имеющиеся данные по креативным индустриям Казахстана. Цель раздела: во-первых, определить масштаб креативных индустрий в Казахстане на национальном, а затем региональном уровне, т.е. отследить наиболее явные концентрации креативных индустрий на уровне крупных городов и исследовать причины этого явления, и, во-вторых, представить подробный анализ креативных индустрий в разбивке по отраслям в двух крупнейших городах страны – Астане и Алматы.

Национальный уровень

В реестре юридических лиц по состоянию на январь 2018 года насчитывалось 17 581 креативное предприятие, которые можно отнести к креативным индустриям Казахстана, что составляет 3,8% от общего числа зарегистрированных в стране юридических лиц.

По количеству зарегистрированных предприятий на январь 2018 года креативная экономика в Казахстане превосходит размерами как сферу недвижимости, так и сферу бизнес-услуг. На креативные индустрии приходится существенная часть казахстанской базы предприятий.

Региональный уровень

Основными центрами креативных индустрий в Казахстане являются два крупнейших и наиболее динамично развивающихся города – Астана и Алматы (Рисунок 1).

- В совокупности на них приходится 62% всех креативных предприятий страны.
- При этом наибольшая концентрация предприятий креативного сектора наблюдается в Алматы, где они составляют более 6% от общего количества зарегистрированных юридических лиц.



Рисунок 1: Креативные индустрии: распределение по регионам и доля в базе юридических лиц, 2018 г.

Источник: Открытые данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики. Статистика предприятий. Перечень зарегистрированных юридических лиц, филиалов и представительств по регионам Республики Казахстан

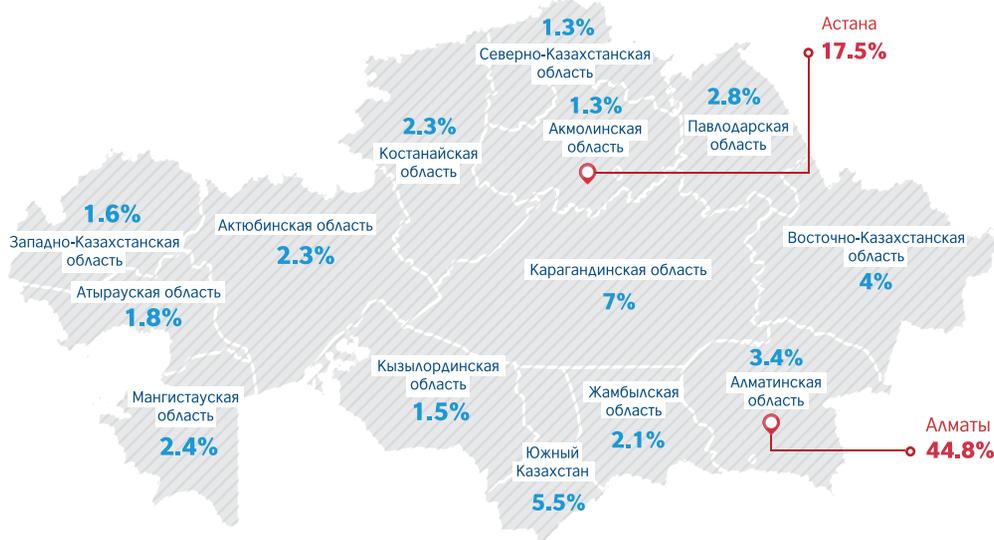


Рисунок 2: Доля креативных индустрий на уровне регионов, 2018 г. (%)

Источник: Открытые данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики. Статистика предприятий. Перечень зарегистрированных юридических лиц, филиалов и представительств по регионам Республики Казахстан

Важно отметить, что концентрация в данном случае значительно превышает долю всех зарегистрированных бизнесов: например, на два крупнейших города приходится 42% всех зарегистрированных юридических лиц страны и 62% предприятий сектора креативных индустрий (Рисунок 3). Опять же, главным центром креативных индустрий является Алматы.

Динамика изменений

На Рисунке 4 показаны изменения в количестве предприятий креативного сектора по регионам в 2010-2018 годах. Очевидно доминирование крупных городов – практически весь рост креативных индустрий в этот период приходится на Астану и Алматы.

Рисунок 3: Доля всех зарегистрированных юридических лиц и предприятий в секторе креативных индустрий на уровне регионов, 2018 г. (%)

Источник: Открытые данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики. Статистика предприятий. Перечень зарегистрированных юридических лиц, филиалов и представительств по регионам Республики Казахстан

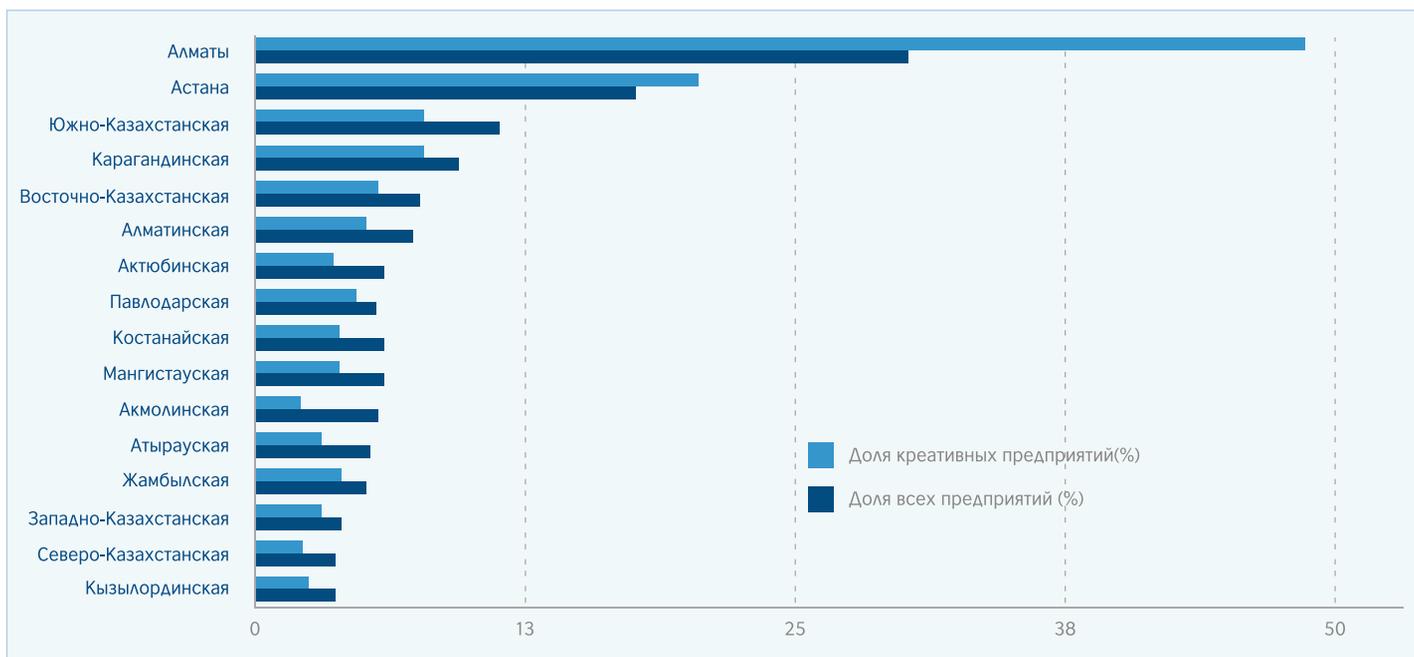
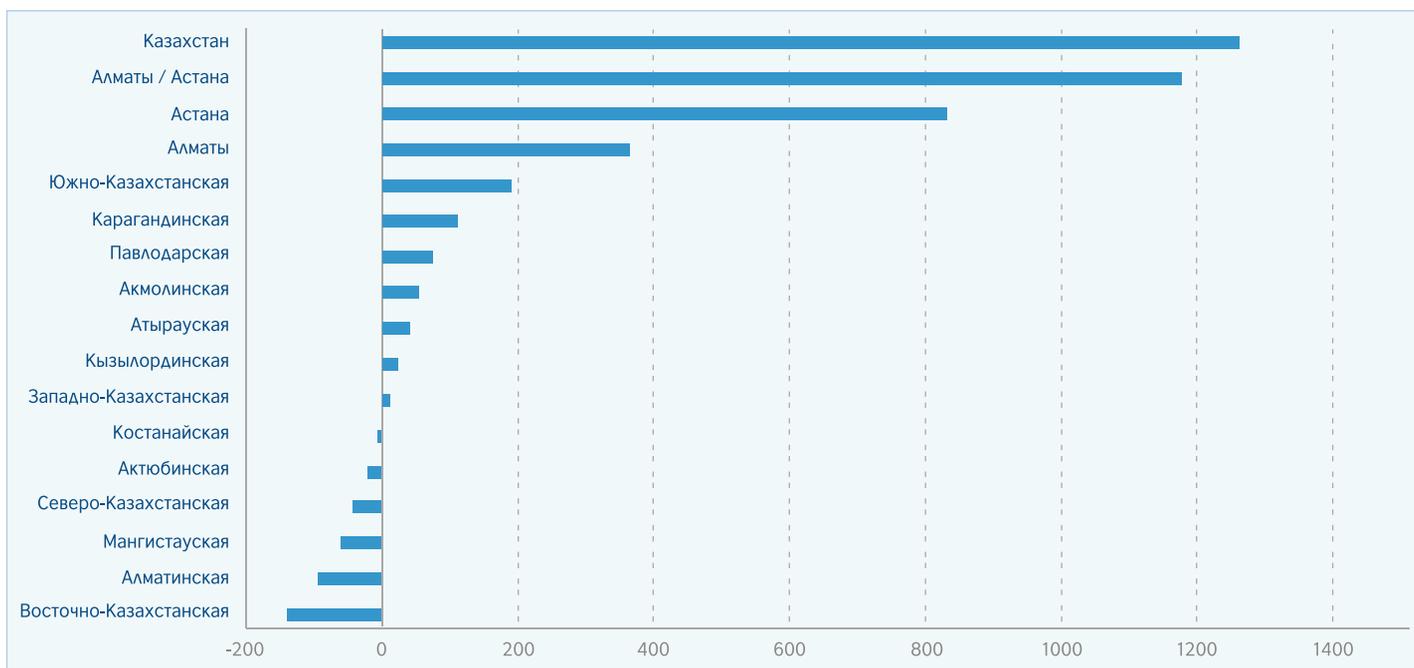


Рисунок 4: Изменения в количестве зарегистрированных юридических лиц в секторе креативных индустрий, 2010-2018 гг.

Источник: информация предоставлена Информационно-вычислительным центром Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан



Распределение предприятий по размерности

Как и в других странах мира, в секторе креативных индустрий Казахстана преобладают микро- и малые предприятия: в 75% всех предприятий в двух крупнейших городах насчитывается от 0 до 5 работников, при этом количество крупных организаций (Рисунок 5) невелико, и большинство из них представляют собой государственные учреждения культуры.

Срок деятельности

Мы определили, что креативные индустрии сконцентрированы в городах, и среди них преобладают малые предприятия. Не менее важно понять, как долго работают предприятия в секторе. Среди них ожидаемо много относительно молодых предприятий, но их количество не избыточно. На Рисунке 6 представлен подсектор действующих предприятий рекламы по году регистрации. В Алматы 29% рекламных агентств были созданы в последние пять лет, в Астане – почти 40%. Более половины рекламных агентств в обоих городах созданы в период с 2007 по 2017 годы. Это предполагает некую динамику, а также присутствие в секторе состоявшихся предприятий.

Рисунок 5: Креативные индустрии по размерности (количеству работников)

Источник: Открытые данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики. Статистика предприятий. Перечень зарегистрированных юридических лиц, филиалов и представительств по регионам Республики Казахстан

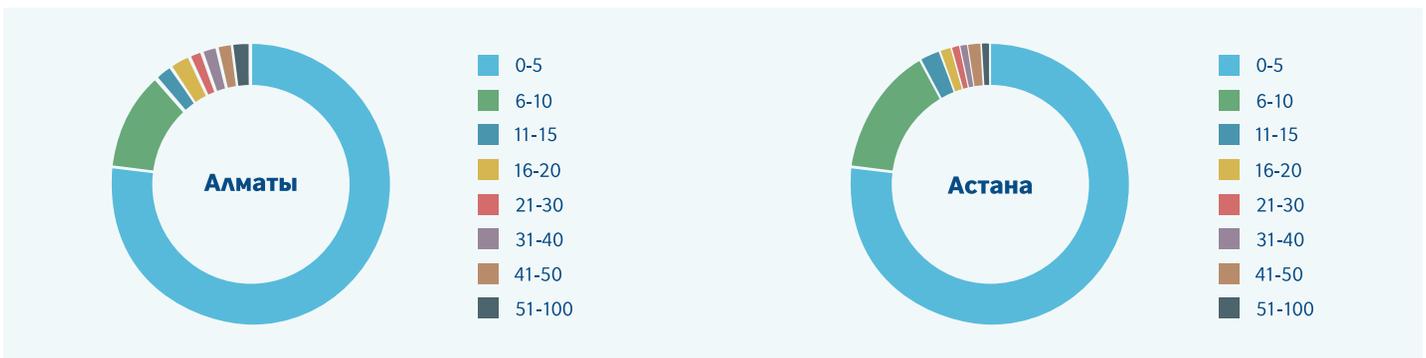
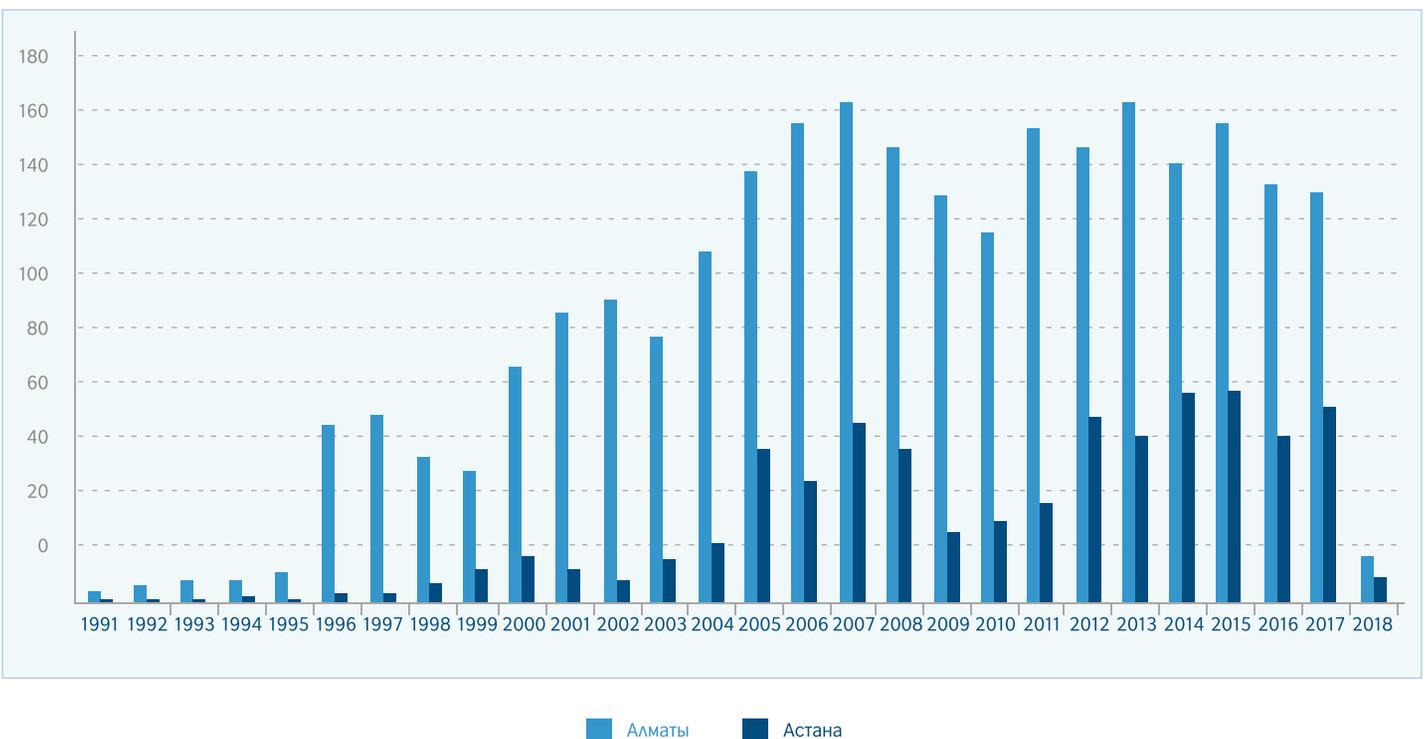


Рисунок 6: Доля всех зарегистрированных юридических лиц и предприятий в секторе креативных индустрий на уровне регионов, 2018 г. (%)

Источник: Открытые данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики. Статистика предприятий. Перечень зарегистрированных юридических лиц, филиалов и представительств по регионам Республики Казахстан



Данные об относительной молодости креативных индустрий и их размерности свидетельствуют о важном факторе, на который стоит обратить внимание лицам, ответственным за формирование политики:

рост в целом происходит не в среде крупных и государственных предприятий, но среди малых предприятий, особенно в креативном секторе.

Соответственно, в дальнейшем может возникнуть необходимость в выработке уникальной политики, ориентированной на поддержку таких «нестандартных» предприятий.

Характеристики креативных индустрий в городах

Креативные индустрии имеют тенденцию концентрироваться в городах, что подтверждается данными статистики. Тому есть много причин, в том числе следующие:

- необходимость в доступе к крупному и разнообразному рынку с «искушенными» потребителями (как физическими, так и юридическими лицами), при этом основным потребителем продукции рынка являются сами участники сектора креативных индустрий;
- наличие в городах «якорных» организаций, например, кино- и телестудий;
- традиционное сосредоточение в городах организаций культуры, например галерей, театров и других исполнительских пространств;
- наличие учебных заведений, обучающих творческим специальностям;
- разнообразие недвижимости;
- разнообразие городской жизни привлекает творческих людей, что в свою очередь повышает привлекательность городов.

С ростом кластера креативных индустрий развиваются и специализированные услуги как в сфере бизнеса (например, студии киномонтажа, сверхскоростной интернет, удобные рабочие пространства), так и в сфере качества жизни (рестораны, кафе, бары, исполнительские пространства). Со временем эти факторы становятся все более взаимообусловленными.

Простого списка рекомендаций для политиков, в качестве инструкции по достижению успеха не существует. История каждого креативного города имеет свои особенности. Присутствуют общие черты, например, отмеченные выше, но также имеет место факт, что все наиболее значимые с экономической и культурной точки зрения кластеры креативных индустрий в мире сосредоточены в городах. Они становятся неотъемлемой частью современного, разнообразного, комфортного и устойчивого города, который предлагает высокое качество жизни.

Поэтому важно проанализировать экономические показатели, достигнутые в последние годы двумя крупнейшими городами Казахстана – Астаны и Алматы, где с наибольшей вероятностью будут развиваться успешные креативные индустрии.

Анализ подсекторов в Астане и Алматы

В настоящем разделе отчета креативные индустрии разделены на подсекторы, чтобы показать их существенные отличия в плане деятельности и разную специфику способов поддержки подсекторов.

Мы выделяем пять подсекторов:

- обрабатывающая промышленность;
- оптовая и розничная торговля;
- информация и связь;
- профессиональная, научная и техническая деятельность;
- искусство, развлечения и отдых.

В идеальном сочетании в подсекторах доминируют виды деятельности, характеризующиеся добавленной стоимостью (или виды деятельности более высокого порядка): информация и связь (например, телевидение, кино и радио), профессиональные услуги (например, дизайн, архитектура и реклама), искусство и отдых. Полная классификация креативных индустрий приведена на Рисунке 7 на стр. 12-13.

Из Рисунка 7 видно, что концентрация креативных индустрий сосредоточена в Алматы и Астане. На примере данной таблицы продесонстрирована более детальная разбивка о доли каждого сектора и подсектора в регионах Казахстана. Так, к примеру, в секторе Профессиональной, научной и технической деятельности к крупнейшим поднаправлениям деятельности относится деятельность рекламных агентств (2 487 (65%) в Алматы и 608 (46%) в Астане) и архитектурных фирм (1 004 (26%) Алматы и 466 (35%) в Астане). В секторе Информация и связь доминирует Деятельность в области компьютерного программирования (1 116 (39%) в Алматы и 550 (44%). Далее идут подсекторы Прочие виды издательского дела (527 (18%) в Алматы и 128 (10%) в Астане) и Деятельность по производству кино-, видеофильмов и телевизионных программ (375 (13%) в Алматы и 212 (17%) в Астане). В секторе искусства, развлечений и отдыха наиболее развит подсектор исполнительской деятельности, к которой относится деятельность театров, цирков и концертных залов (154 (41%) в Алматы и 74 (33%) в Астане).

За ним следует деятельность в области искусства (131 (35%) в Алматы и 97 (44%) в Астане). В секторе обрабатывающей промышленности крупнейшим подсектором креативных индустрий являются

«Прочие виды печатного производства» (578 (85%) в Алматы и 182 (81%) в Астане); другие направления деятельности представлены слабо. В данном подсекторе расхождения между городами можно считать незначительными. При этом в Алматы преобладает розничная торговля книгами в специализированных магазинах, но в совокупности в двух городах наиболее распространена розничная торговля газетами. Розничная торговля музыкальными записями в специализированных магазинах практически не представлена ни в одном из городов.

Услуги с более высокой добавленной стоимостью

В обоих городах в секторе креативных индустрий преобладают предприятия, предлагающие услуги с более высокой добавленной стоимостью – более 90% зарегистрированных юридических лиц сектора как в Астане, так и в Алматы. Наибольшее число предприятий креативного сектора занимаются профессиональной, научной и технической деятельностью (Рисунок 8). В Казахстане второй по величине отраслью культурной экономики является сектор информации и связи. В меньшей степени представлены подсекторы обрабатывающей промышленности, искусства, развлечений и отдыха, а наименьшим по величине сектором является оптовая и розничная торговля.

Примечательно, что в Казахстане на творческий сектор в его «классическом» понимании (искусство, развлечения и отдых) приходится только небольшая доля активных предприятий – 9% и еще меньше в двух крупных городах (7% в Астане и 5% в Алматы).

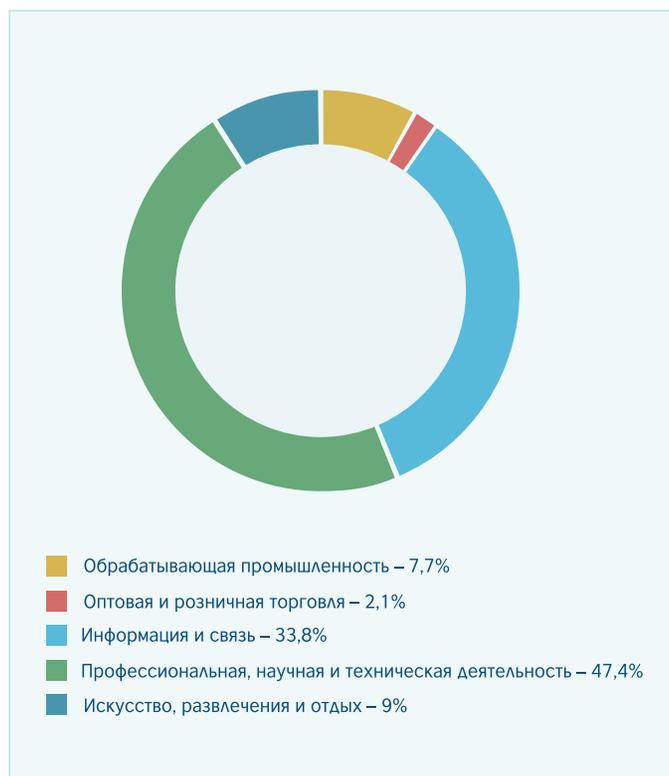


Рисунок 8: Распределение зарегистрированных предприятий в секторе креативных индустрий по отраслям в Астане и Алматы, 2018 г.

Источник: [Открытые данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики. Статистика предприятий. Перечень зарегистрированных юридических лиц, филиалов и представительств по регионам Республики Казахстан](#)

Рисунок 7: Количество зарегистрированных предприятий в секторе креативных индустрий по отраслям и их пропорции в сравнении всех зарегистрированных бизнесов в Казахстане (2018)¹

КОД	Сектор/ подсектор	Казахстан	Алматы	Астана	Все регионы
	Кол-во зарегистрированных креативных предприятий	17,740 (3.9%)	7,869 (6.3%)	3,054 (4.5%)	6,817 (2.6%)
	Кол-во всех зарегистрированных предприятий	449,507 (100%)	123,992 (27,5 %)	66,545 (14,8%)	258,970 (57,6 %)
	ОБРАБАТЫВАЮЩАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ	1,367 (100%)	684 (50%)	224 (16%)	459 (34%)
18.11	Печатание газет	101	23	5	73
18.12	Прочие виды печатного производства	1,049	578	182	289
18.13	Изготовление печатных форм и информационная деятельность	141	33	28	80
18.14	Брошюрочно-переплетная и отделочная деятельность и сопутствующие услуги	38	23	5	10
18.20	Воспроизведение записей с носителя	32	26	3	3
32.20	Производство музыкальных инструментов	6	1	1	4
	ОПТОВАЯ И РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ	17,740 (3.9%)	7,869 (6.3%)	3,054 (4.5%)	6,817 (2.6%)
47.61	Розничная торговля книгами в специализированных магазинах	153	73	18	62
47.62	Розничная торговля газетами и канцелярскими товарами специализированных магазинах	215	29	21	165
47.62	Розничная торговля аудио и видеозаписями в специализированных магазинах	8	1	1	6
	ИНФОРМАЦИЯ И СВЯЗЬ	5,998 (100%)	2,852 (48%)	1,250 (21%)	1,896 (32%)
58.11	Издание книг	140	91	21	28
58.13	Издание газет	673	139	45	489
58.14	Издание журналов периодических публикаций	472	201	91	180
58.19	Прочие виды издательского дела	853	527	128	198
58.21	Создание компьютерных игр	6	-	2	4
58.29	Издание прочего программного обеспечения	73	21	21	31
59.11	Деятельность по производству кино-, видеофильмов и телевизионных программ	660	375	212	73
59.12	Постпроизводственный этап изготовления кинофильмов, видео и телевизионных программ	33	19	12	2
59.13	Деятельность по распространению кинофильмов, видео и телевизионных программ	64	42	10	12
59.14	Деятельность по показу кинофильмов	98	39	9	50

1 - Названия секторов даны в переводе, использованном в ОКЭД РК.

Источник: Открыты данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики – Статистика предприятий, Перечень зарегистрированных юридических лиц, филиалов и представительств по регионам Республики Казахстан

59.20	Деятельность по изданию фонограмм и музыкальных записей	47	18	11	18
60.10	Радиовещание	84	20	11	53
60.20	Деятельность по созданию и трансляции телевизионных программ	290	97	44	149
62.01	Деятельность в области компьютерного программирования	2,146	1,116	550	480
63.12	Веб-порталы	236	103	63	70
63.91	Деятельность информационных агентств	123	44	128	59
	ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ, НАУЧНАЯ И ТЕХНИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	8,407 (100%)	3,856 (46%)	1,316 (16%)	3,235 (38%)
71.11	Деятельность в области архитектуры	3,282	1,004	466	1,812
73.11	Деятельность рекламных агентств	4,223	2,487	608	1,128
73.12	Представление рекламы в средствах массовой информации	227	75	51	101
74.10	Работы по проведению специализированного дизайна	284	122	87	75
74.20	Деятельность в области фотографии	125	60	14	51
74.30	Переводческое (устное и письменное) дело	266	108	90	68
	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ АДМИНИСТРАТИВНОГО И ВСПОМОГАТЕЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ	4 (100%)	2 (50%)	1 (25%)	1 (25%)
77.22	Прокат видеозаписей и дисков	4	2	1	1
	ИСКУССТВО, РАЗВЛЕЧЕНИЯ И ОТДЫХ	1,588 (100%)	372 (23%)	223 (14%)	993 (63%)
90.01	Продюсерская деятельность ²	354	154	74	126
90.02	Техническая поддержка при показе спектаклей	30	7	14	9
90.03	Деятельность в области искусства	331	131	97	103
90.04	Деятельность концертных и театральных залов	59	19	17	23
91.01	Деятельность библиотек и архивов	331	26	13	519
91.02	Деятельность музеев	59	16	6	171
91.03	Деятельность по охране исторических мест и зданий, памятников культуры	331	19	2	42

Часть 2:

**Креативные
индустрии
в контексте:
новая городская
экономика Казахстана**

Введение

В данном разделе приводятся данные, подтверждающие, что крупнейшие города Казахстана в сравнении с другими городами страны:

- характеризуются более стремительным ростом численности населения;
- создают больше рабочих мест;
- имеют более активную предпринимательскую среду;
- достигают более высоких показателей продуктивности.

По сути, значительные преобразования, которые наблюдаются в казахстанской экономике и обществе, гораздо эффективнее реализуются в крупнейших городах, чем в большинстве регионов страны. Это привело к увеличению разрыва между большими городами и регионами.

Экономическая деятельность в Казахстане, не связанная с добычей нефти или сельским хозяйством, неразрывно связана с успехом крупнейших городов.

Креативные индустрии играют ключевую роль в развитии устойчивых, комфортных для жизни городов.

Это двусторонняя связь: успешные города и успешные креативные индустрии – взаимообусловленные явления.

Имеющиеся данные дают основания полагать, что экономический рост Казахстана будет происходить в городах, где высокопродуктивные малые предприятия активно способствуют росту занятости населения.

Население

В 2012-2017 годах население Казахстана увеличилось на 7%, при этом рост был сконцентрирован в крупнейших городах и нефтяных регионах (Рисунок 9). Население Астаны и Алматы увеличилось на 573 тысячи человек (47% от роста общей численности населения в стране).

В сравнении с 2012 годом динамика очевидна (Рисунок 10). Примечателен рост населения в крупнейших городах. При этом если в Астане увеличение показателя обусловлено государственной стратегией развития столицы, Алматы сохранил существенную динамику роста вопреки этой политике.

Рисунок 9: Регионы Казахстана: изменение численности населения в 2012-2017 гг. (%)

Источник: [Открытые данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики. Статистика предприятий. Перечень зарегистрированных юридических лиц, филиалов и представительств по регионам Республики Казахстан](#)

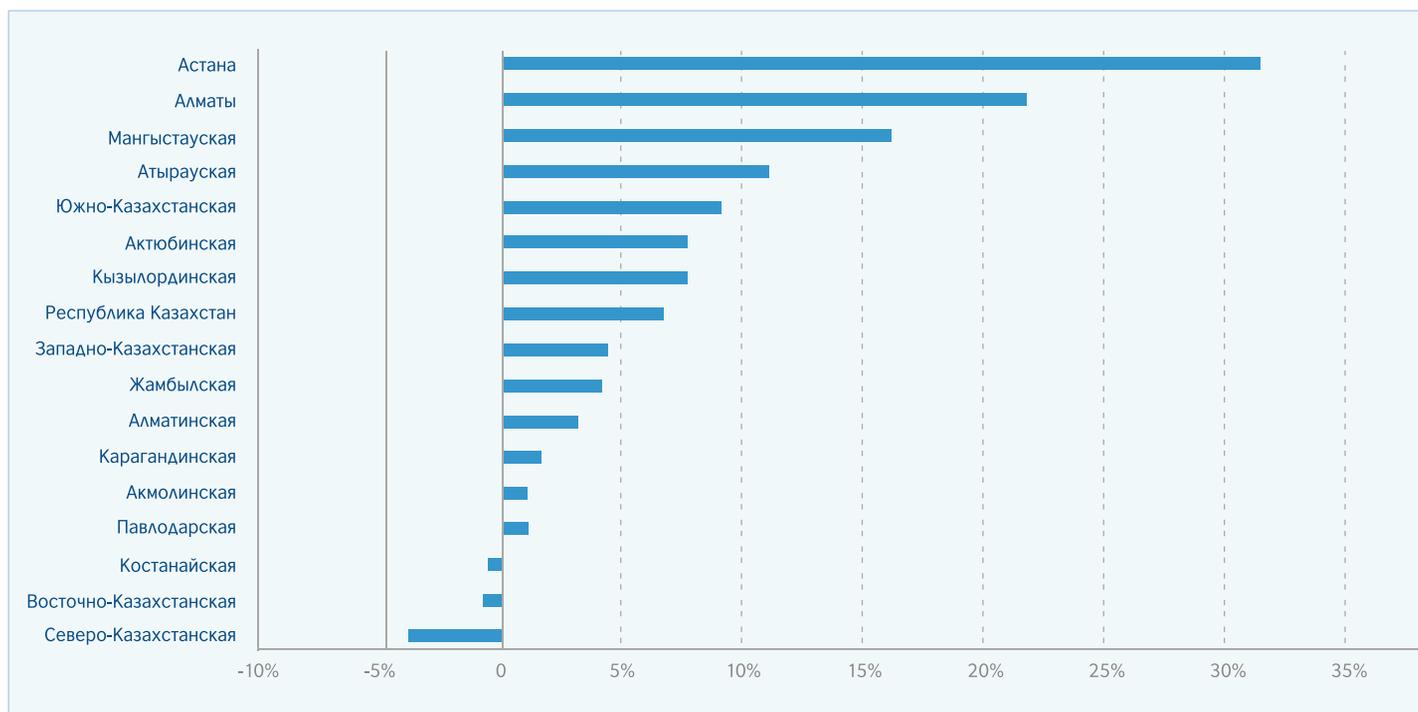
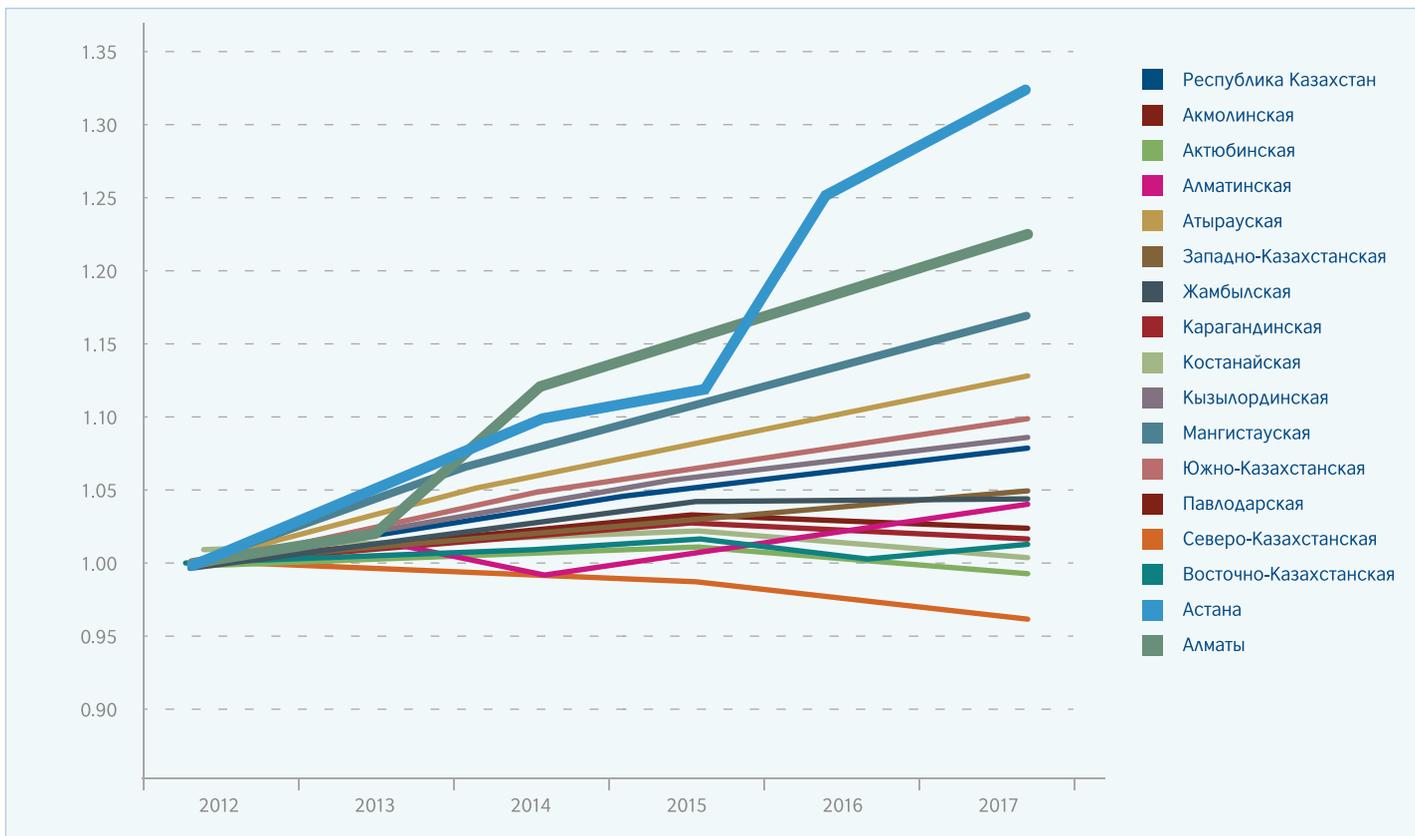


Рисунок 10: Регионы Казахстана: изменение численности населения в 2012-2017 гг. (%)

Источник: Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан. Журнал «Социально-экономическое развитие Республики Казахстан» за 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 годы.



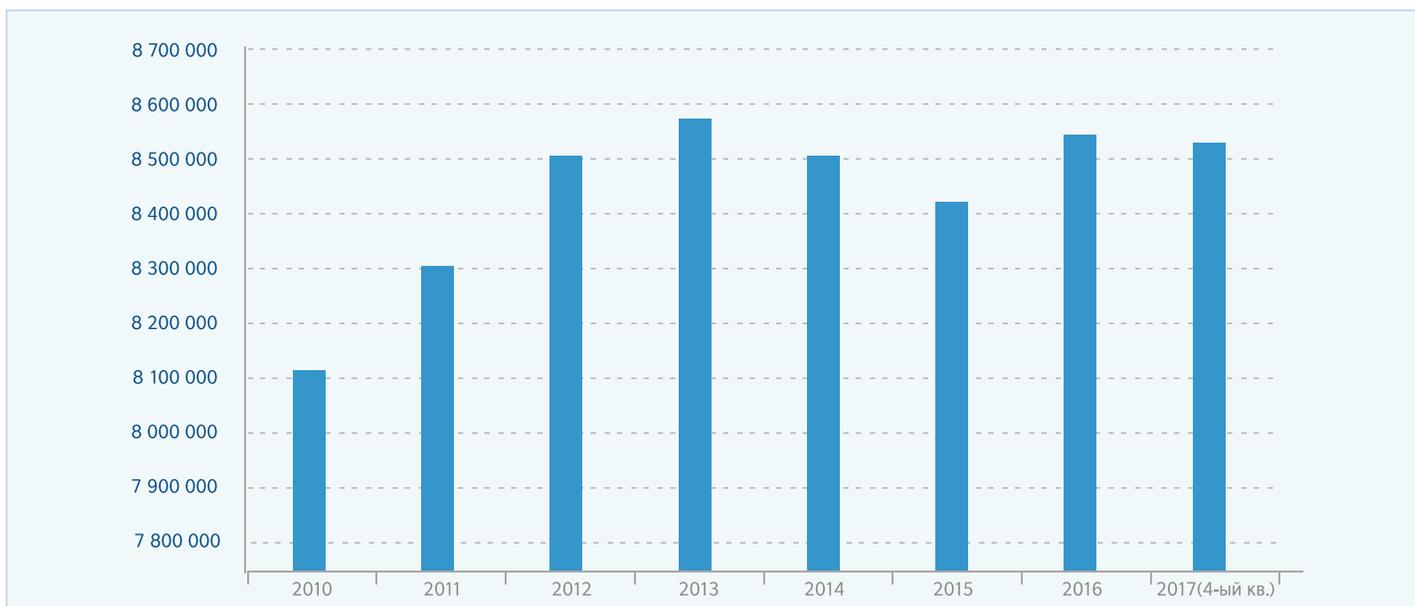
Рост занятости на национальном уровне

В период с 2010 по 2017 годы в национальной экономике было создано 427 тысяч рабочих мест; рост составил 5% (Рисунок 11). При этом с 2012 года рост занятости в национальном масштабе стагнировал –

всего в чистом выражении было создано 34 тысячи новых рабочих мест (0,4% от общего числа рабочих мест в 2012 году).

Рисунок 11: Казахстан: изменения в занятости населения, 2010-2017 гг.

Источник: Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Занятое население по основным видам экономической деятельности (квартальные данные) 2010-2017 гг.



Занятость в регионах

В Алматы в период с 2012 по 2017 годы было создано в чистом выражении 157 903 новых рабочих места, в Астане – 103 490, т.е. чистый процентный прирост составил 21,6% и 26,3% соответственно (Рисунок 12). Единственными регионами, где был отмечен сколько-нибудь значительный рост, стали ведущие нефтедобывающие Атырауская и Мангистауская области. Однако абсолютный рост занятости в этих областях, составивший 50 тысяч новых рабочих мест, оказался существенно ниже, чем в крупнейших городах.

Рабочие места в городах

Из графика на Рисунке 13 следует любопытное наблюдение: с 2012 по 2017 годы в крупнейших городах была создана 261 тысяча рабочих мест, тогда как во всех остальных регионах количество рабочих мест сократилось на 221 тысячу. «Новая» урбанизация, безусловно, становится важной движущей силой экономического развития Казахстана.

Рисунок 12: Казахстан: динамика занятости по регионам, 2012-2017 гг.

Источник: Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Занятое население по основным видам экономической деятельности (квартальные данные) 2010-2017 гг.

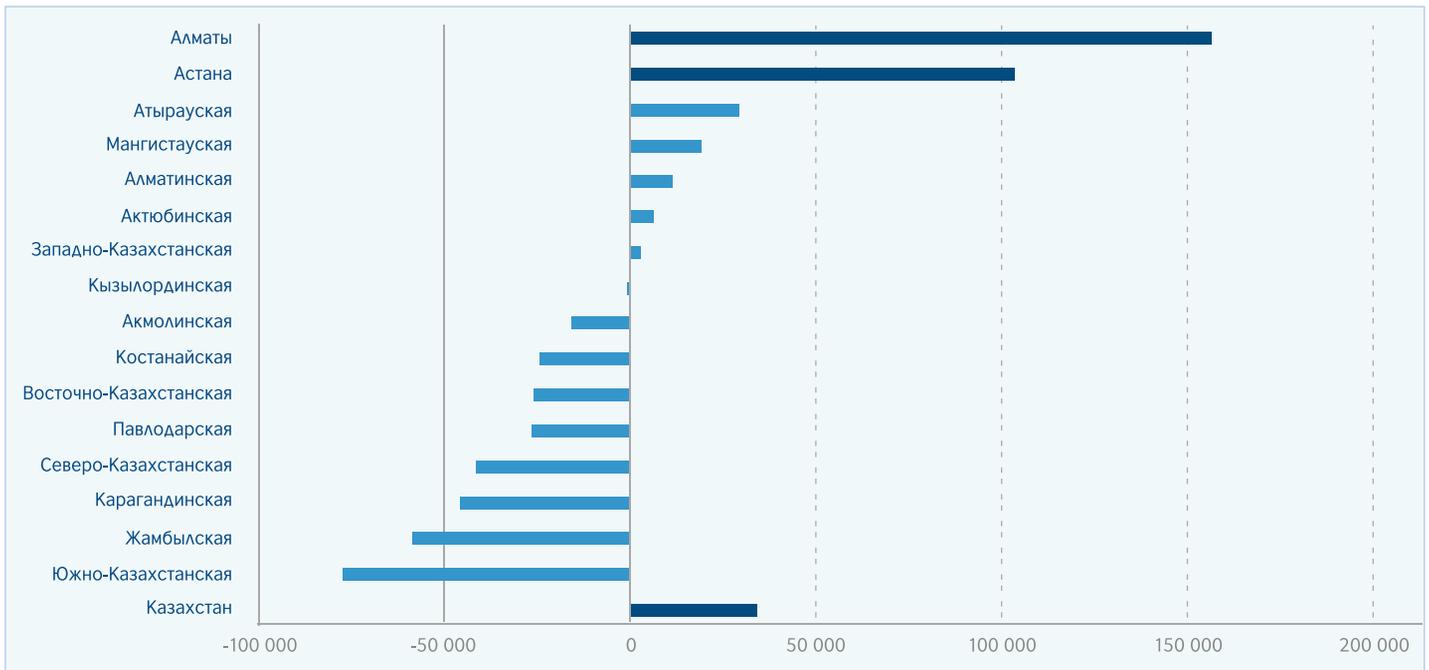
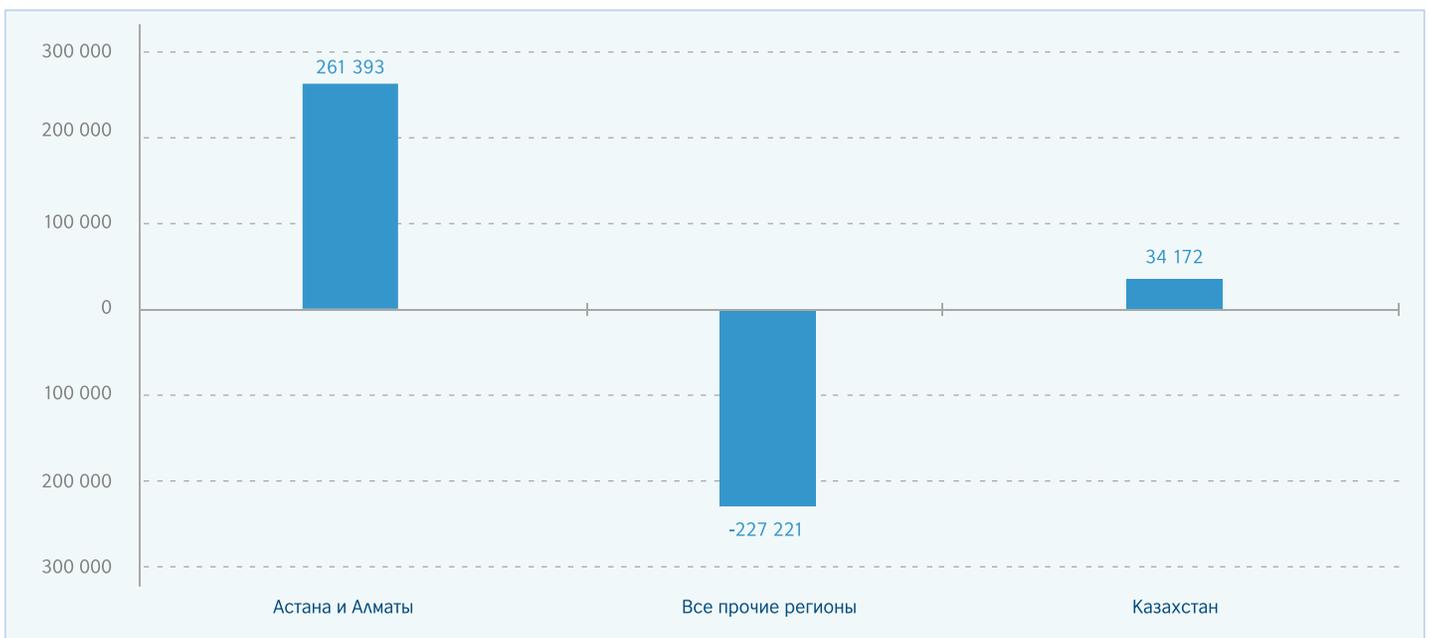


Рисунок 13: Казахстан: чистое изменение занятости, 2012-2017 гг.

Источник: Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Занятое население по основным видам экономической деятельности (квартальные данные) 2010-2017 гг.



Источники роста занятости

В средних и крупных предприятиях роста занятости не наблюдалось – в этой категории число рабочих мест сократилось более чем на 520 тысяч (Рисунок 14). То есть если чистый прирост рабочих мест составил 34 тысячи, это означает, что в секторе самостоятельной занятости и малых предприятий было создано более 560 тысяч рабочих мест.

По данному показателю статистика двух крупнейших городов расходится. Астана демонстрирует стабильный рост, который может быть обеспечен крупными предприятиями, учитывая уровень занятости в государственных учреждениях города (Рисунок 15).

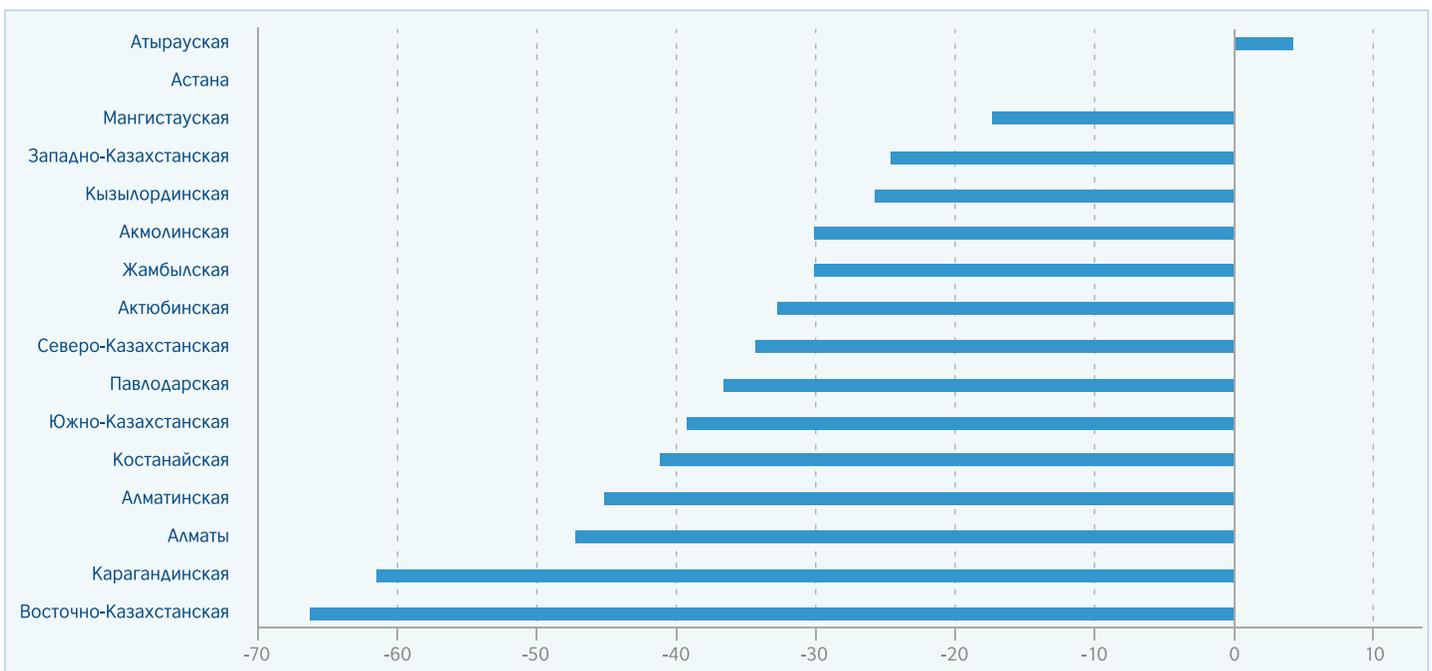
Рисунок 14: Занятость в средних и крупных предприятиях, 2013-2017 гг. (тыс. рабочих мест)

Источник: Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Занятое население по основным видам экономической деятельности (квартальные данные) 2010-2017 гг.



Рисунок 15: Регионы Казахстана: изменение занятости в средних и крупных предприятиях, 2013-2017 гг.

Источник: Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Занятое население по основным видам экономической деятельности (квартальные данные) 2010-2017 гг.



Самостоятельная занятость и малые предприятия

Как отмечалось выше, сектор малого бизнеса в последние годы играл важную роль в создании рабочих мест. Если использовать несколько другую классификацию (малые, средние предприятия и индивидуальные предприниматели, не относящиеся к фермерским хозяйствам, – МСИП) и период с 2012 по 2016 годы (учитывая доступные данные), МСИП обеспечили чистый прирост в количестве

883 тысячи рабочих мест (Рисунок 16). При этом в 2016 году рост показателя несколько замедлился.

Опять же основной рост обеспечили крупнейшие города. В совокупности на их долю приходилось 24% МСИП в 2012 году и 31% в 2016 году. С 2012 по 2016 годы они обеспечили 50% роста МСИП, не относящихся к фермерским хозяйствам, создав почти 438 тысяч рабочих мест (274 тысячи в Алматы и 163 тысячи в Астане) (Рисунок 17).

Рисунок 16: Казахстан: занятость в секторе малого, среднего и индивидуального предпринимательства, 2012-2016 гг.

Источник: Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Занятое население по основным видам экономической деятельности (квартальные данные) 2010-2017 гг.,

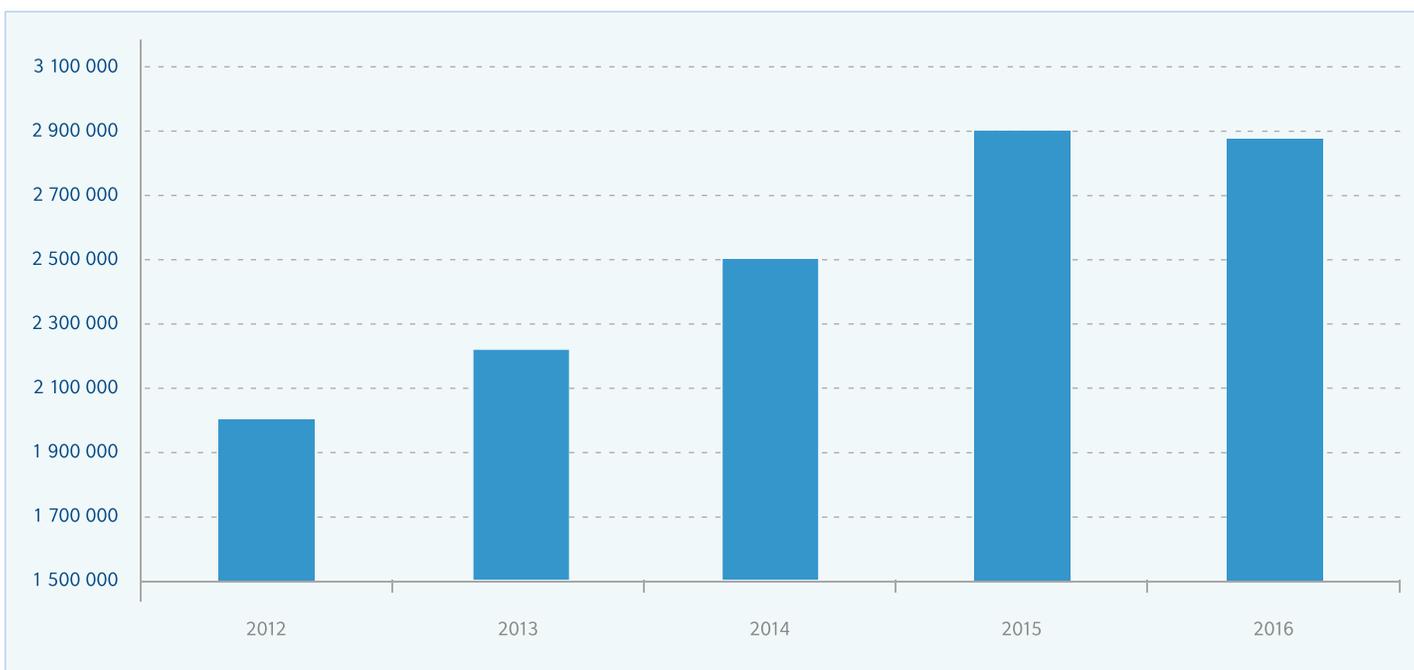
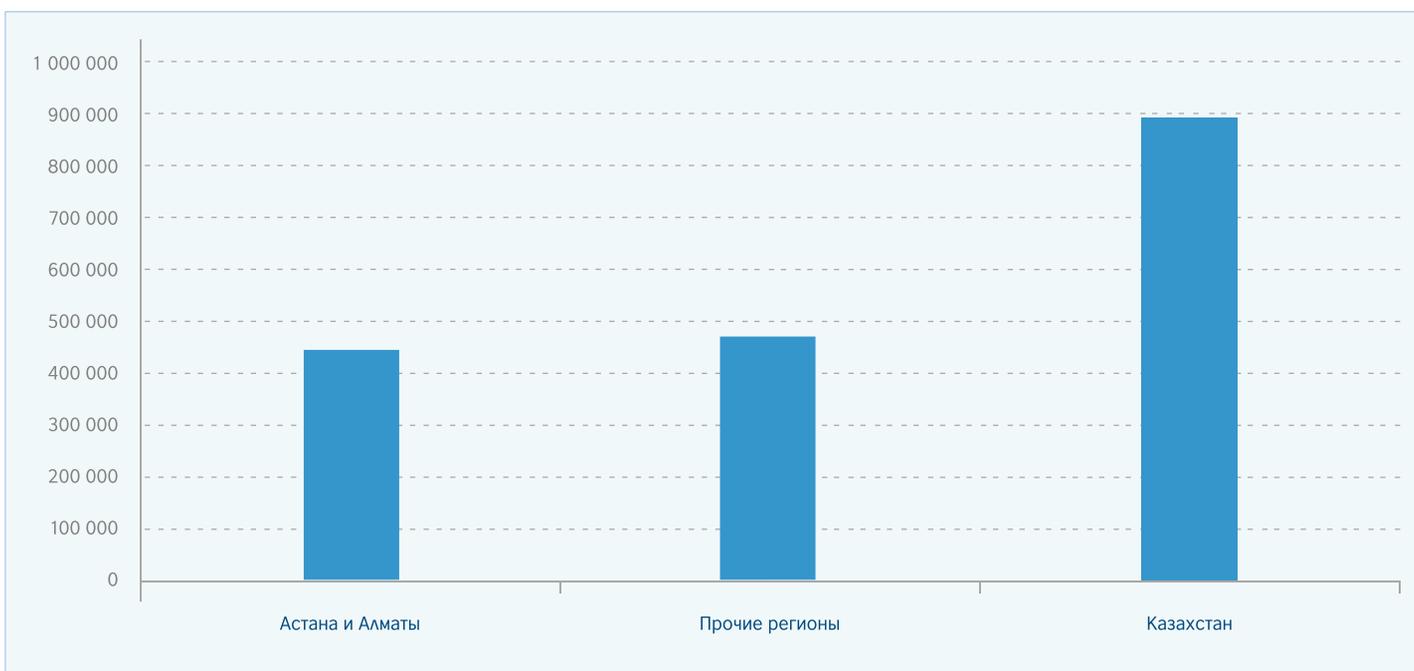


Рисунок 17: Рост МСИП в 2012-2016 гг.: абсолютное изменение занятости

Источник: Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Численность занятых в малом и среднем предпринимательстве



Объем производства и производительность: валовой региональный продукт

Валовой региональный продукт (ВРП) – косвенный показатель объемов регионального производства. Как показано на Рисунках 18а и 18b, в 2016 году два крупнейших города (Астана и Алматы) играли ключевую роль в национальной экономике, формируя треть ВРП, **что превышает совокупный показатель нефтяных регионов.**

Данная картина характерна не только для Казахстана, но при этом отличия между городами и регионами очень существенные. Аналогичная ситуация наблюдается по ВРП на душу населения – косвенный показатель производительности (Рисунки 19 и 20).

Рисунок 18а: Доли ВРП (% от общего значения по республике), регионы Казахстана (2016 г.)

Источник: Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Валовой региональный продукт

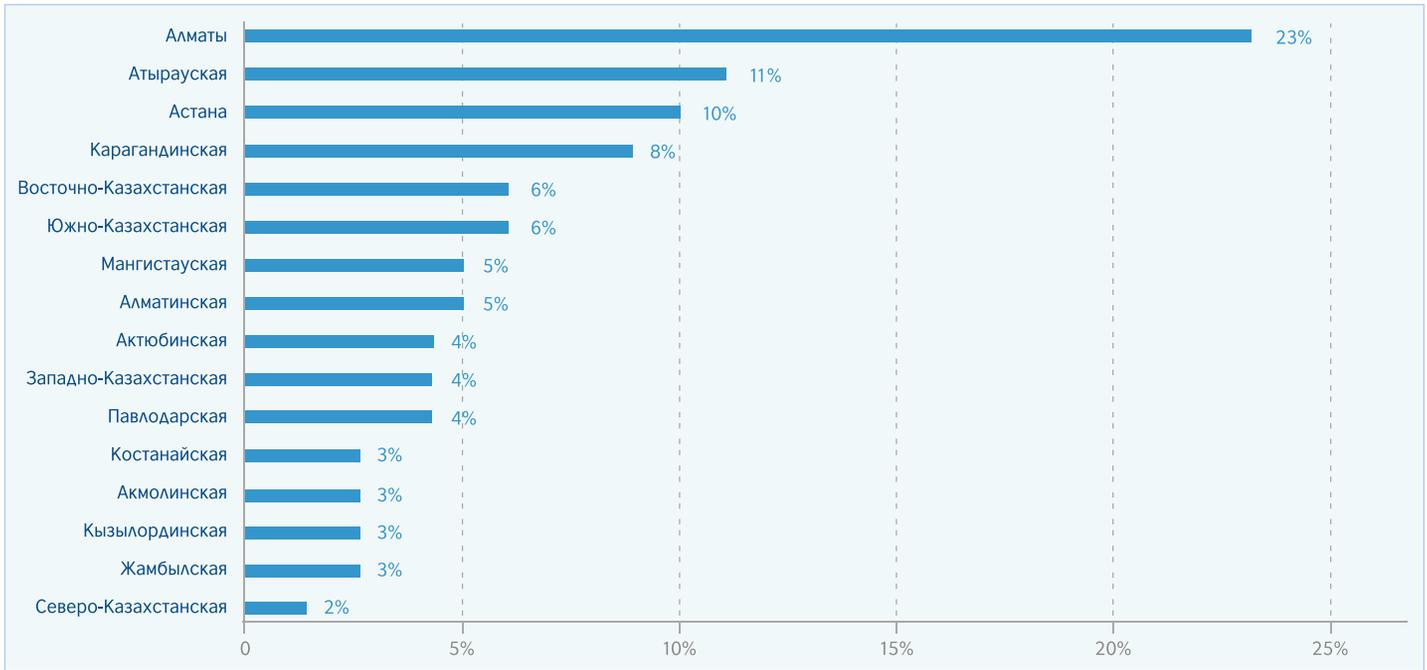
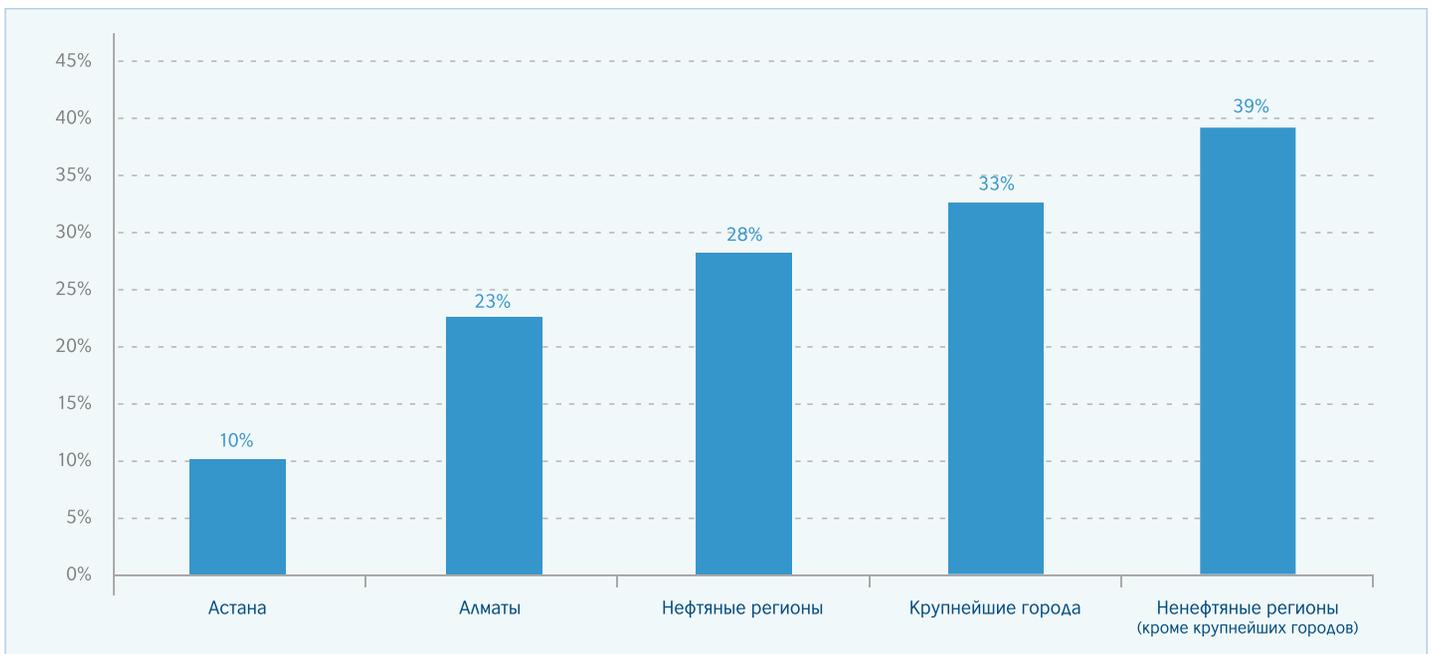


Рисунок 18b: Доли ВРП (% от общего значения по республике), регионы Казахстана по группам (2016 г.)³

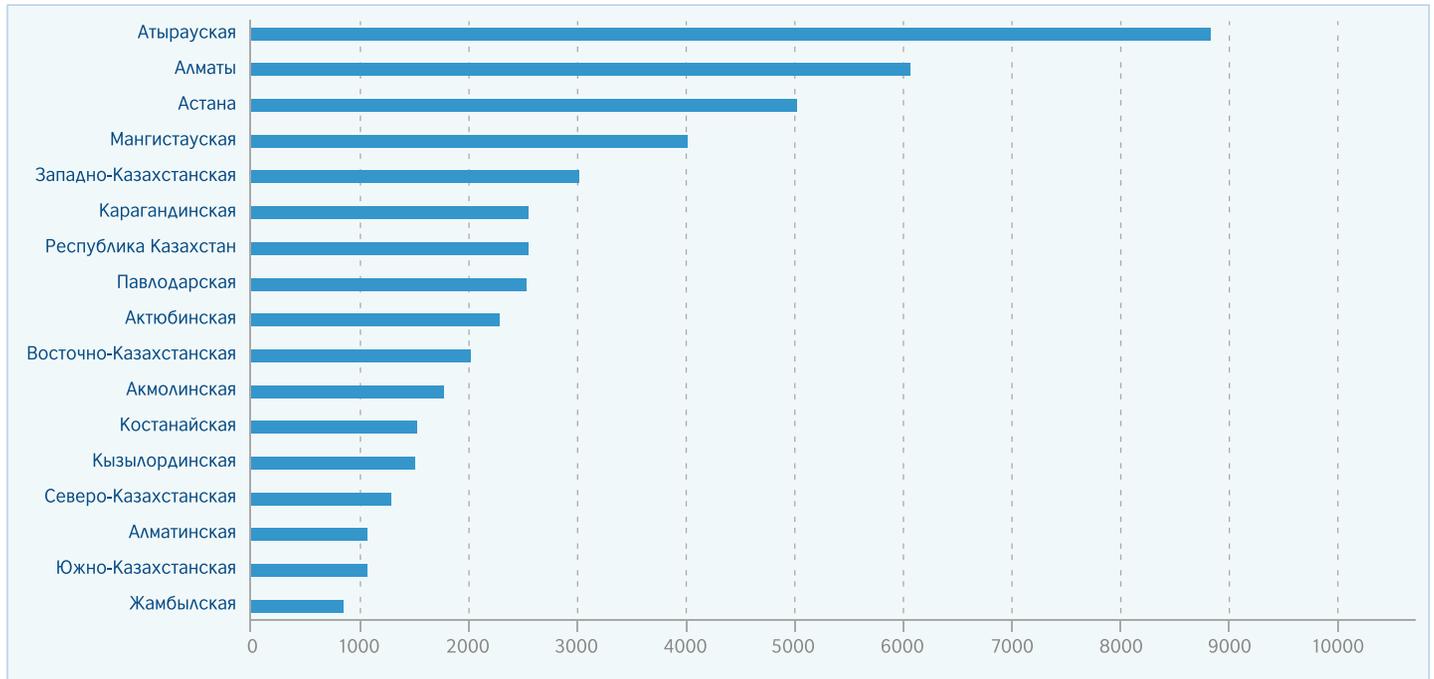
Источник: Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Валовой региональный продукт



3 - К «нефтегазовым регионам» отнесены Актюбинская, Атырауская, Западно-Казахстанская, Мангистауская и Кызылординская области; к «крупнейшим городам» отнесены Астана и Алматы; к «нефтегазовым регионам (кроме крупнейших городов)» отнесены Северо-Казахстанская, Жамбылская, Акмолинская, Костанайская, Павлодарская, Алматинская, Южно-Казахстанская, Восточно-Казахстанская и Карагандинская области.

Рисунок 19: ВРП на душу населения, регионы Казахстана, 2016 г. (тыс. тенге)

Источник: Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Валовой региональный продукт на душу населения

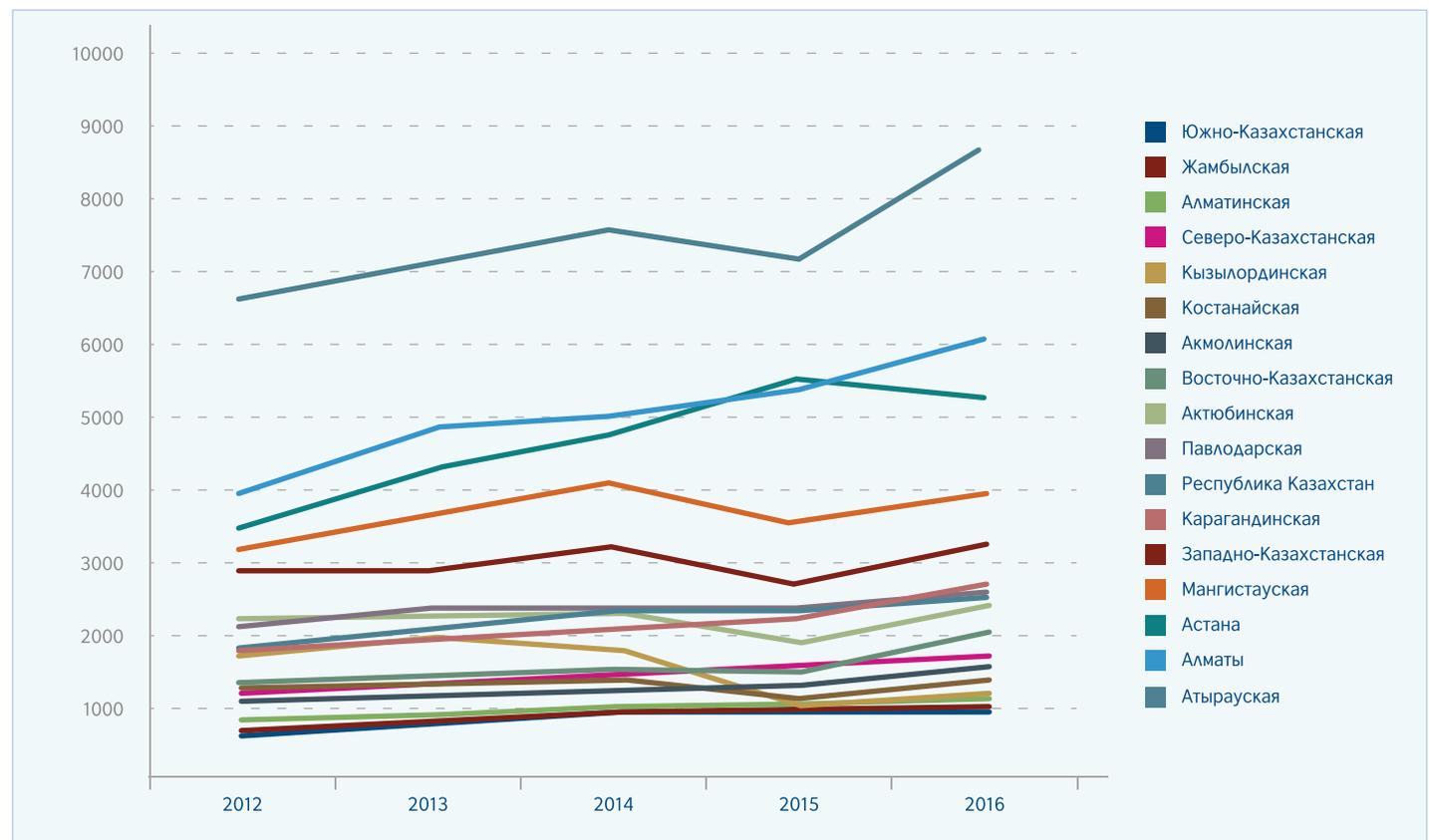


Отличия существенные, особенно в случае Астаны и Алматы: рост показателя в этих двух городах (особенно Алматы) в конце периода с 2014 по

2016 год был выше, чем в нефтяных регионах (за исключением Атырауской области).

Рисунок 20: ВРП на душу населения, регионы Казахстана, 2012-2016 г. (тыс. тенге)

Источник: Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Валовой региональный продукт на душу населения



Креативные индустрии в (некотором) контексте: сравнение с сферами бизнес-услуг и недвижимости

Как отмечалось выше, мы не смогли получить данные по занятости и обороту на данном этапе анализа креативных индустрий. Но мы можем попытаться провести индикативный сравнительный анализ экономической динамики крупнейших городов, используя имеющуюся статистику.

Любые сопоставления с другими видами экономической деятельности на основе данных о регистрации юридических лиц, представленных в настоящем отчете, не претендуют на точную оценку, поскольку, как отмечалось, статистика только отражает факт существования данных предприятий, но не их влияние на занятость или оборот. Для оценки экономического воздействия выбранных подсекторов потребуются дальнейшая работа.

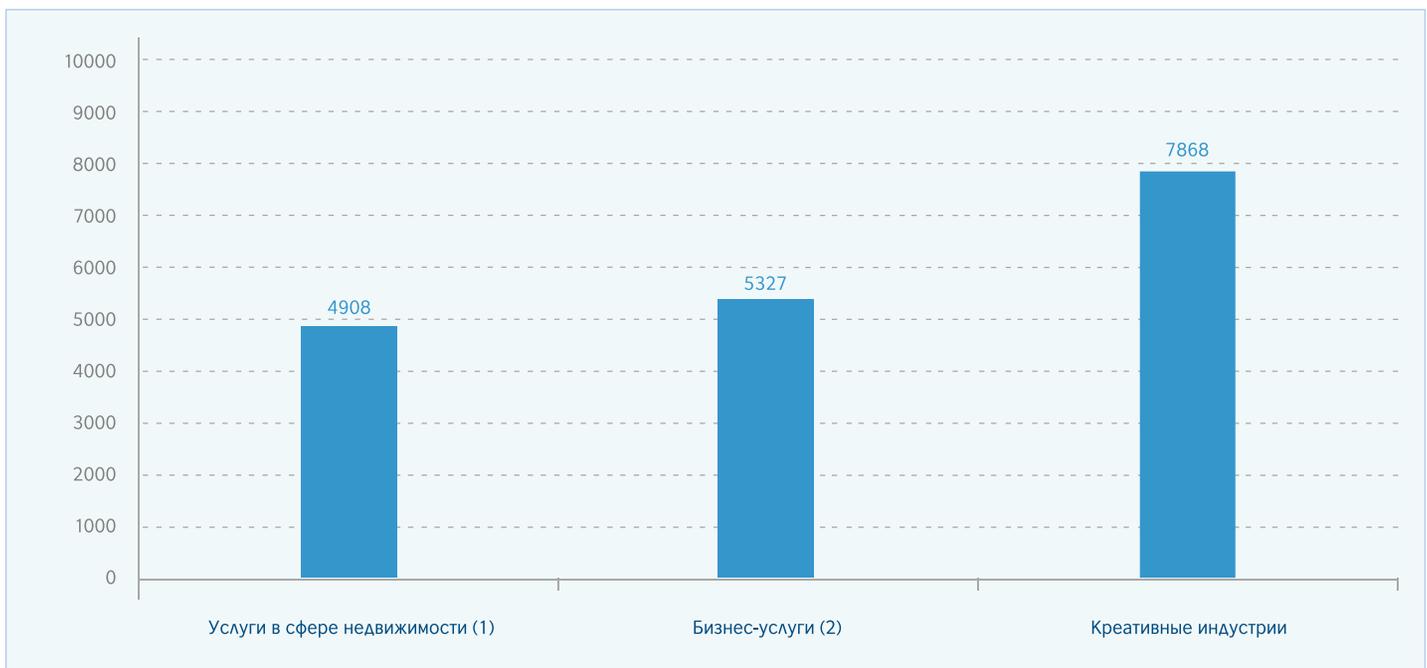
Тем не менее, будет полезно сравнить креативные индустрии с другими секторами экономики в части количества зарегистрированных предприятий,

чтобы оценить их роль в экономике, особенно в свете нашего утверждения, что официальная статистика не отражает в полной мере масштаба креативных индустрий. Чтобы составить представление о масштабе креативных индустрий, мы проводим сравнение с двумя крупными секторами нерозничной экономики в Алматы: i) юридические и бизнес-услуги; и ii) услуги в сфере недвижимости.

На Рисунке 21 показано, что к сектору креативных индустрий относится значительная часть предприятий города. В креативном секторе зарегистрировано больше предприятий, чем в секторе бизнес-услуг или услуг в сфере недвижимости. Учитывая, что секторы, с которыми в данном случае проводится сравнение, относятся, в отличие от креативных индустрий (о чем говорится в Разделе 3 отчета), к регулируемым видам деятельности с ограниченными возможностями неформального развития, мы полагаем, что данные цифры дают лицам, ответственным за формирование политики, повод задуматься о размерах сектора.

Рисунок 21: Креативные индустрии в сравнении с сектором бизнес-услуг (юридические, бухгалтерские, финансовые (банковское дело), страхование) и услуг в сфере недвижимости, 2018

Источник: Министерство национальной Республики Казахстан. Перечень зарегистрированных юридических лиц экономики



Если выделить крупные секторы в каждом из подсекторов, становится очевидно, что в двух крупнейших городах (пусть с некоторыми отличиями) доминируют следующие виды креативных индустрий:

- реклама;
- архитектура;
- компьютерное программирование;
- кино и телевидение;
- исполнительская деятельность и деятельность в сфере искусства;
- издательское дело;
- печатные средства массовой информации (газеты и журналы).

В перечисленных секторах работает значительное количество предприятий, и это показывает, что креативные индустрии являются важной областью предпринимательства.

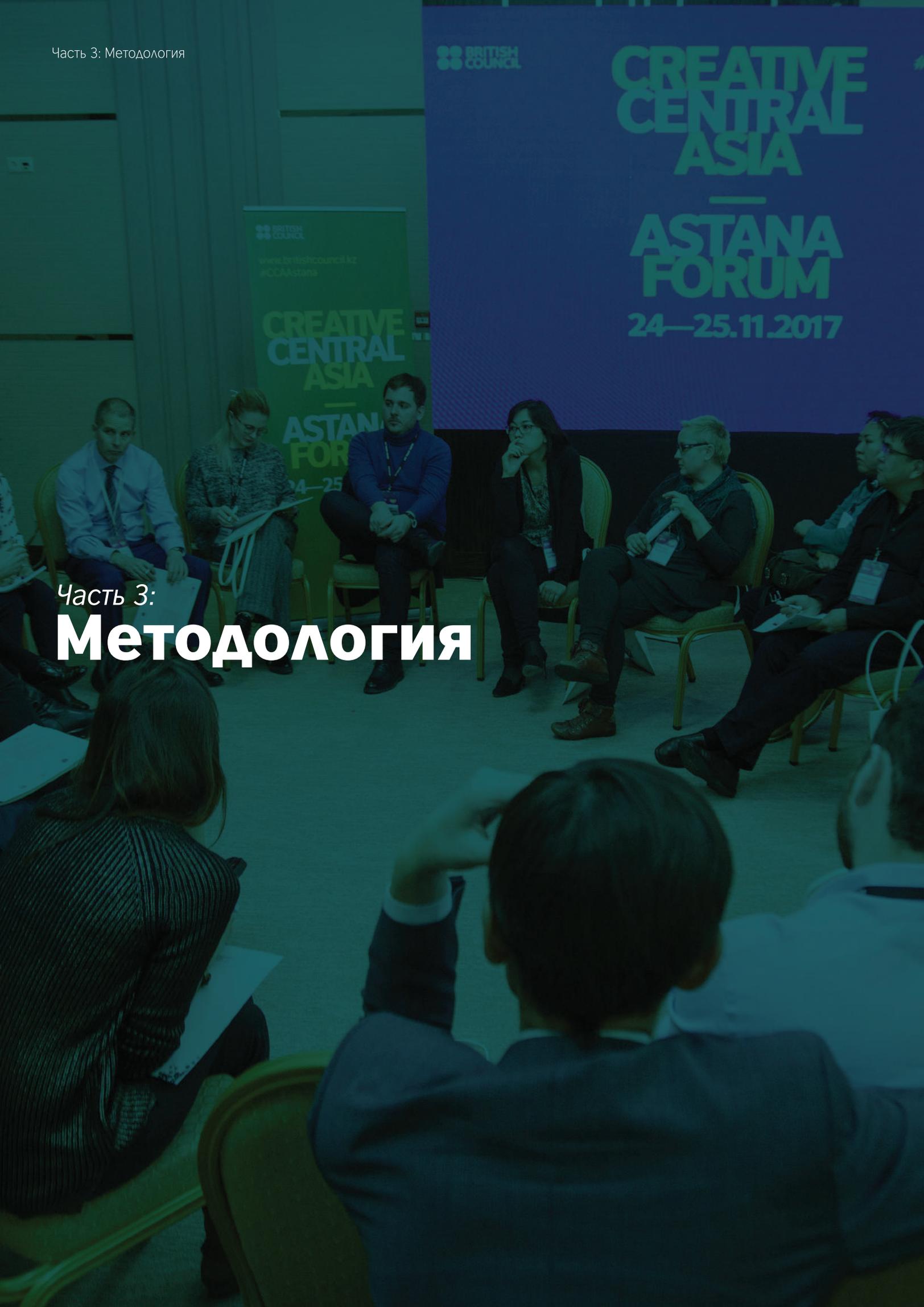
В настоящем разделе мы показали, что в сравнении с другими регионами страны два крупнейших города Казахстана:

- характеризуются более стремительным ростом численности населения;
- создают больше рабочих мест;
- имеют более активную предпринимательскую среду;
- достигают более высоких показателей продуктивности.

И именно в этих двух городах – Астане и Алматы – наиболее представлены креативные индустрии. Из имеющихся данных очевидно, что креативные индустрии сосредоточены в наиболее динамично развивающихся экономических центрах.

Часть 3:

Методология



Креативные индустрии как категория не отражаются в официальной статистике (в отличие от других видов деятельности, например, таких как производство обуви или автомобилей). В связи с этим перед исследователями и лицами, ответственными за формирование политики, встает задача тщательно проанализировать имеющиеся данные и скорректировать классификацию таким образом, чтобы максимально подробно отразить реалии сектора креативных индустрий. Как известно, Великобритания выработала такой подход в конце 1990-х годов, и с тех пор многие страны последовали ее примеру.

British Council также подготовил руководство для лиц, ответственных за формирование политики в данной сфере. В 2005 году ЮНЕСКО разработала систему статистики культуры, которую можно считать основной подобной классификации. В этом разделе отчета мы разъясняем, как была создана данная система в Казахстане.

Определение креативных индустрий?

К креативным индустриям относятся не только исполнительские или визуальные виды искусств, такие как музыка или живопись. Они являются частью сектора, но спектр креативных индустрий гораздо шире.

В последние двадцать лет понятие креативных индустрий в Великобритании и других странах существенно расширилось. Помимо классических видов искусства, таких как концерты, театр, опера и балет, к креативным индустриям сейчас также относят, помимо прочего, кино, фотографию, компьютерные игры и мобильные приложения. В Казахстане статистическая классификация культуры все еще основывается на классическом, устаревшем подходе и не охватывает современные креативные индустрии.

В 2001 году Министерство Великобритании по делам культуры, СМИ и спорта (DCMS) разработало новую политику, в которой привело следующее определение креативных индустрий:

«Индустрии, в основе которых лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которые несут в себе потенциал укрепления экономического благосостояния и создания рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» (DCMS 2001, стр. 04).

В последующие годы это определение уточнялось и дополнялось в свете понятия «творческая интенсивность», с тем чтобы охватить творческие виды деятельности, не относящиеся к «базовым» креативным индустриям. Творческая интенсивность – очень важное понятие в рамках более широкой концепции «креативной экономики»:

«Креативная экономика, которая включает вклад творческих специалистов, работающих в отраслях, как относящихся, так и не относящихся к креативным индустриям» (DCMS (2016). Экономическая оценка креативных индустрий).

На раннем этапе процесса картирования мы сосредоточимся на «креативных индустриях»:

«Подсистема креативной экономики, включающая только тех, кто непосредственно работает в секторе креативных индустрий (и может заниматься как творческими, так и другими видами деятельности, например финансами» (DCMS (2016). Экономическая оценка креативных индустрий).

По сути, креативные индустрии являются подсистемой креативной экономики как более широкого понятия. Соответственно, можно было бы утверждать, что в выводах данного исследования недооценивается общий вклад «творческого начала» в экономическое благосостояние. Однако для данного отчета важно то, что предложенное определение является общепризнанным и используется на международном уровне, т.е. дает возможность сопоставления данных по странам.

Аналитическая база

Процесс сбора и анализа данных для настоящего исследования стал возможным только благодаря внедрению международных систем классификации (видов экономической деятельности и производства) на уровне статистических органов в 1998 году и на уровне республики в целом в 2000 году.

Принятая сегодня в Казахстане система отраслевой классификации (Общий классификатор экономической деятельности, ОКЭД) соответствует системе отраслевой классификации NACE (редакция 2), утвержденной Европейским Союзом в 2006 году. Чтобы ответить на вопрос о величине казахстанской креативной экономики, в настоящем исследовании используется определение, приведенное в «Докладе о приоритетном секторе: культурная и креативная экономика» (Priority Sector Report: Cultural and Creative Economy), опубликованном Европейской Комиссией в 2014 году (1). Данное определение включает 40 подсекторов экономической деятельности в соответствии с классификацией NACE (ред. 2) и соответствует другим определениям, в т.ч. Департамента Великобритании по делам культуры, СМИ и спорта (2001).

Выделяются девять ключевых областей деятельности:

- 1) реклама и маркетинг;
- 2) архитектура;
- 3) декоративно-прикладное искусство;
- 4) дизайн продукции, графический дизайн и дизайн моды;
- 5) кино, телевидение, видео, радио и фотография;
- 6) информация и телекоммуникации, программное обеспечение и компьютерные услуги;
- 7) издательское дело;
- 8) музеи, галереи и библиотеки;
- 9) музыка, исполнительские и визуальные искусства.

Соответствующим видам деятельности в указанных областях присваиваются коды международной стандартной отраслевой классификации (ISIC), после чего они переводятся в стандартные системы данных, используемые за пределами США, т.е. коды NACE. Соблюдение международных стандартов дает возможность использовать данные на местном, региональном и международном уровне (например, для ЕС, ЮНКТАД, ЮНЕСКО).

Упомянутые выше девять ключевых областей в сфере креативных и культурных индустрий распределяются по следующим пяти основным секторам:

- 1) обрабатывающая промышленность;
- 2) оптовая и розничная торговля;
- 3) информация и связь;
- 4) профессиональная, научная и техническая деятельность;
- 5) искусство, развлечения и отдых.

Как подтверждается аналогичными исследованиями в других странах мира, данная классификация как попытка операционализировать определение далека от идеала по ряду причин:

- Отраслевые классификации «всегда» отстают от времени, и для «новых» секторов, например цифровых медиа, это большая проблема. Классическим примером здесь является индустрия компьютерных игр, сопоставимая по размеру в глобальном масштабе, по некоторым оценкам, с киноиндустрией, но до недавнего времени не охваченная официальной статистикой.

- Некоторые виды деятельности, возможно, следовало бы исключить (например, розничную торговлю музыкальными изданиями), а компьютерное программирование очевидно не ограничивается только креативными индустриями.
- Другие исследователи утверждают, что к креативным индустриям следует отнести туризм и сферу общественного питания (рестораны и т.д.), поскольку они являются частью рынка «развлечений».
- В Казахстане, как и на других развивающихся рынках, неформальная экономика является существенной и по определению неизмеримой частью общей экономики. Неформальная экономика играет особенно заметную роль в секторе креативных индустрий. Для любого, знакомого с казахстанской культурой, примером неформальной экономики является свадьба как правило, большое мероприятие, оплачиваемое практически полностью наличными.
- В креативных индустриях существенная часть осуществляемой деятельности может быть вторичным источником дохода. Это общемировое явление, характерное не только для Казахстана. Точно так же, как в Голливуде начинающая актриса может работать официанткой в кафе, начинающий художник или дизайнер в Астане может быть банковским работником или государственным служащим. При этом он будет склонен определять свой род занятий по второстепенной деятельности, т.е. называть себя художником, фотографом или актером, а не по основной работе, что противоречит данным официальной статистики.
- Стремительное развитие «экономики Instagram» в последние годы способствовало росту вторичной занятости и неформальной экономики. Instagram предоставил платформу для множества микропредприятий, значительное число которых функционирует в секторе креативных индустрий, и устранил препятствия для их доступа к рынку. Количественная оценка масштабов данного вида деятельности – большая задача, выходящая за рамки настоящего исследования.

Учитывая известные ограничения методологии, в настоящем исследовании мы придерживались «традиционного» определения, поскольку целью нашей работы было показать лицам, ответственным за формирование политики, что креативные индустрии имеют стратегическое значение и экономический потенциал. В данной области исследования государственных органов других стран, ЮНЕСКО и ЮНКТАД имеют больший вес, чем независимые методологии научного сообщества.

Оценка качества данных

Практическая методология, использованная при подготовке настоящего отчета, подразумевала применение системы классификации креативных индустрий NACE/ОКЭД в разрезе официальных статистических данных по административно-территориальным единицам (регионам) Казахстана. Мы использовали статистику как на национальном, так и на субнациональном уровне. В Казахстане 14 регионов и два крупнейших города, т.е. всего 16 административно-территориальных единиц. Мы также предприняли попытку анализа временных рядов и собрали доступные данные за период с 2010 по 2017 годы.

- занятость;
- заработная плата;
- оборот;
- регистрация юридических лиц

По результатам предварительного анализа мы пришли к выводу, что официальные источники данных весьма ограничены. В частности, в представленном специальном анализе приводятся неполные данные по занятости, заработной плате и обороту. Выборка для иллюстрации приведена ниже на Рисунке 22.

Рисунок 22: Данные по занятости, продажам и количеству сотрудников из специального анализа Информационно-вычислительного центра Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК, 2016 г.

Информация предоставлена Информационно-вычислительным центром Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан

	Казахстан	Алматы	Астана
Продажи (в тыс.тенге)	208 740 453	193 985 268	5 418 364
Количество сотрудников	530	288	40
Средняя зарплата	145 437	164 457	214 677

По статистике заработных плат и оборота в секторе картина аналогична: в разбивке по регионам и четырехзначным кодам из 680 записей 578 (85% от общего числа) в полученном специальном анализе оказались незаполненными.

Данные по регистрации юридических лиц относительно подробные (всего зарегистрировано 457 тысяч предприятий, в т.ч. почти 18 тысяч в секторе креативных индустрий). Т.е. мы можем утверждать, что данные организации существуют, и определить их размерность (количество работников), но мы не знаем, чем конкретно они занимаются. Важно так же помнить, в источниках отражены только те физические и юридические лица, которые имеют официальный статус.

Поэтому и частично в силу причин, обозначенных в настоящем отчете (вторичный заработок, распространенность неформальной экономики и рост экономики Instagram), мы не проводили сравнения креативных индустрий с другими секторами, кроме как по количеству зарегистрированных предприятий в целях налогообложения.

Подобная попытка не имела бы большого смысла, учитывая ограниченность статистики и возможность ошибочных выводов. Кроме того, мы не пытались оценить «истинный» размер сектора креативных индустрий, т.к., независимо от того, насколько может быть обоснованно подобное мнение, оно остается только мнением и, соответственно, имеет ограниченную ценность.

Данные о регистрации юридических лиц позволяют нам сделать вывод о том, что сектор креативных индустрий в Казахстане существует и сконцентрирован в городах, что характерно и для других стран мира. Однако в отсутствие статистики по занятости, заработным платам и обороту невозможно понять «истинный» масштаб креативного сектора или разработать политические меры, которые способствовали бы его дальнейшему развитию. Это важный вопрос для городских администраций Астаны и Алматы.

Выводы и рекомендации

Исследование ставило три цели:

- 1) разработать четкое определение культурной экономики, согласующееся с определениями, которые были предложены другими национальными проектами картирования сектора (например, исследование Министерства Великобритании по делам культуры, СМИ и спорта или система статистики ЮНЕСКО);
- 2) проверить наличие данных о культурной экономике, собираемых на государственном уровне;
- 3) проанализировать такие данные и по результатам анализа определить масштаб культурной экономики.

Данный отчет представляет собой первую попытку картировать креативные индустрии в Казахстане с использованием определений и методов, принятых на международном уровне. Креативные индустрии представляют собой значительную часть предприятий Казахстана. В реестре юридических лиц по состоянию на январь 2018 года насчитывалось 17 581 креативное предприятие, что составляет 3,8% от общего количества зарегистрированных в стране юридических лиц.

По количеству зарегистрированных предприятий на январь 2018 года креативная экономика в Казахстане превосходит размерами как сферу недвижимости, так и сферу бизнес-услуг. Астана и Алматы – центры креативных индустрий в Казахстане. В совокупности на них приходится 62% всех креативных предприятий страны. При этом наибольшая концентрация предприятий креативного сектора наблюдается в Алматы, где они составляют более 6% от общего количества зарегистрированных юридических лиц. В обоих городах в секторе креативных индустрий преобладают предприятия, предлагающие услуги с более высокой добавленной стоимостью – более 90% зарегистрированных юридических лиц в секторе как в Астане, так и в Алматы.

Любопытно, что на творческий сектор в его «классическом» понимании (искусство, развлечения и отдых) приходится только небольшая доля активных предприятий (7% в Астане и 5% в Алматы). Два крупнейших города, в сравнении с другими регионами страны:

- характеризуются ростом населения;
- создают больше рабочих мест;
- имеют более активную предпринимательскую среду;
- достигают более высоких показателей продуктивности.

По сути, крупнейшие города гораздо эффективнее реализуют преобразования в казахстанской экономике и обществе, чем любой другой регион страны. Это привело к увеличению разрыва между большими городами и большинством регионов. Экономическая деятельность в Казахстане, не связанная с добычей нефти или сельским хозяйством, нарзрывно связана с успехом крупнейших городов страны. Креативные индустрии играют ключевую роль в развитии устойчивых, комфортных для жизни городов. **Это двусторонняя связь: успешные города и успешные креативные индустрии – взаимообусловленные явления.**

Имеющиеся данные дают основания полагать, что экономический рост Казахстана будет происходить в городах, где высокопродуктивные малые предприятия активно способствуют росту занятости населения. Учитывая их предпринимательский дух, динамичность и в значительной степени урбанизированность, а также более высокую добавленную стоимость производимой продукции, креативные индустрии определенно могут сыграть важную роль в дальнейшем развитии Астаны и Алматы.

Данные о регистрации юридических лиц позволяют нам сделать вывод о том, что сектор креативных индустрий в Казахстане существует и сконцентрирован в городах, что характерно и для других стран мира. Однако в отсутствие статистики по занятости, заработным платам и обороту на уровне государства, регионов и городов невозможно понять «истинный» масштаб креативного сектора или разработать политические меры, которые способствовали бы его дальнейшему развитию. Это важная задача не только для городских администраций Астаны и Алматы, но и Правительства страны в целом, учитывая доминирующее положение этих двух городов в национальной экономике. Также крайне важно формировать статистику, которая обеспечит сопоставление с международными показателями и позволит оценить текущую ситуацию и перспективы развития.

Концепция, разработанная в настоящем исследовании, может стать основой для будущих исследований. Полученные нами данные свидетельствуют о существовании в Казахстане культурной экономики, которая становится важным фактором национального роста в целом и роста городов (Алматы и Астаны) в частности. Это должно быть целью для лиц, ответственных за формирование политики. На первом этапе будет необходимо создать надежную систему статистики, которая обеспечит мониторинг, станет основой для принятия решений и поддержит разработку стратегии развития новых экономик в Казахстане.

Все фотографии ©British Council Kazakhstan

Обложка	Выставка дизайнеров и ремесленников «Городские Кочевники» в Национальном музее Республики Казахстан в Астане в рамках культурной программы Великобритании на ЭКСПО, июнь – август 2017 года. Работа Анастасии Леоновой (Казахстан)
Содержание	Выступление Лондонского Современного Оркестра, живое исполнении музыки к фильму «Под кожей» в Центральном концертном зале «Казахстан» в Астане в рамках культурной программы Великобритании на ЭКСПО, август 2017 года
Страница 4	Выставка Дэмиена Херста «Новая религия» в Государственном музее искусств им. А. Кастеева в Алматы, ноябрь 2016 года
Страница 6	Выставка дизайнеров и ремесленников «Городские Кочевники» в Национальном музее Республики Казахстан в Астане в рамках культурной программы Великобритании на ЭКСПО, июнь – август 2017 года. Графический дизайн Almaty Design School (Казахстан)
Страница 14	«Карта счастья» Алматы для проекта «Счастливые люди» арт-студии «Invisible Flock» (Великобритания), май 2018
Страница 24	Конференция культурных лидеров «Креативная Центральная Азия», Астана, ноябрь 2017 года



© British Council 2018

The British Council is the United Kingdom's international organisation
for cultural relations and educational opportunities.