

ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫ

Трендтер мен перспективалар

2024

АЛҒЫСӨЗІ

«АСТАНА» ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАРЖЫ ОРТАЛЫҒЫ БАСҚАРУШЫСЫНЫҢ АЛҒЫСӨЗІ



Құрметті оқырман,

«Астана» халықаралық қаржы орталығы мен Dasco Group бірлесіп дайындаған «Қазақстанның креативті индустриялары: трендтер мен перспективалар» аналитикалық шолуын сіздердің назарларыңызға қуана ұсынамын. Бұл шолу еліміздегі және шетелдегі креативті экономиканың ауқымды әлеуетін ашады.

Креативті индустриялар бүгінде экономикалық өсу мен мәдени дамудың маңызды драйверіне айнауда. Мәдени мұрасы бай, дарынды адамдары көп және цифрландыру белсенді жүріп жатқан Қазақстан осы қарқынды даму үстіндегі салада өз позициясын нығайту үшін бірегей мүмкіндіктерге ие.

АХҚО креаторлар, стартаптар мен инвесторлар үшін қолайлы экожүйе құра отырып, креативті экономиканы дамытуға белсенді жәрдемдесуде. Біздің миссиямыз – қажетті инфрақұрылымды құру арқылы қолдауды қамтамасыз ету, инновацияларға қолайлы жағдай туғызу және зияткерлік меншікті қорғау, инвестицияларды тарту және креативті жобаларды әлемдік аренада ілгерілету үшін заманауи шешімдерді ұсыну.

Бұл шолу Қазақстан мен әлемдегі креативті индустриялардың ағымдағы үрдістері мен перспективаларының талдауын көрсетеді, сондай-ақ олардың одан әрі өсуіне арналған практикалық құралдар мен шешімдерді ұсынады. Бұл шолу барлық мүдделі тараптар үшін пайдалы ақпарат көзі болады деп үміттенеміз.

Құрметпен,
Ренат Бектұров

АХҚО басқарушысы

АЛҒЫСӨЗІ

DASCO GROUP БАСҚАРУШЫ СЕРІКТЕСІНІҢ АЛҒЫСӨЗІ

Құрметті достар,

Мен үшін және Dasco Group-тағы әріптестерім үшін де АХҚО Қазақстанның креативті индустрияларын дамытуда проактивті позиция ұстанғаны, жаңа заңнамалық базаны әзірлеп, сала сарапшыларын жұмысқа тартып жатқаны қуантарлық жағдай. АХҚО бастамасымен әзірленген бұл шолу ұлттық креаторларға жаңа жүйелі көмек көрсету ісінің мықты бастауы болатынына сенімдіміз.

Dasco Group командасы көп жылдар бойы елдің креативті экономикасына және қолдануға болатын шетелдік тәжірибені талдап келеді. Біз бұл салаға бей-жай қарамаймыз, өйткені барлық деректер мен трендтер Қазақстандағы креативті индустриялардың әлеуеті зор екенін көрсетеді. Креативті сектор еліміздің экономикалық дамуының флагманы бола алады.

Бүгінгі таңда креативті индустриялар күн санап әлемдік экономикада маңызды рөл атқара түсуде. Олар әлемдік ЖІӨ-нің 3%-ын құрайды және планетаның еңбекке жарамды халқының 6%-дан астамын жұмыспен қамтамасыз етуде. Қазақстанда креативті индустриялардың ЖІӨ-ге қосқан үлесі – 1% деңгейінде.

Креативті әлеуетті іске асыру үшін инвестиция қажет. Ал Қазақстанда креативті сектор айтарлықтай дәрежеде инвестицияланбаған. Және бұл оның барлық бағыттарына қатысты. Медиа, кино және жарнама сияқты бағыттар коммерциялық тұрғыдан азды-көпті табысты, өйткені инвестициялар бар. Жеке инвестициялар мүлдем жоқ секторлар бар, олар – кітапханалар,



музейлер, дәстүрлі мәдениет секторына жататын басқа мекемелер.

Менің ойымша, АХҚО – салаға енді келген креаторларға көмектесуден бастап, АХҚО алаңы арқылы ірі инвестицияларды ұйымдастыруға дейін креативті секторды қолдауға арналған экожүйені құруға болатын тамаша алаң бола алады, мұнда инвесторлар келіп, креативті индустрияларды дамытар еді.

Креативті индустриялар – бұл әдеттегі жұмыс әдістері әрдайым қолданыла бермейтін сала. Мұнда көбінесе түйсік, креативтілік және күтпеген жаңалықтарға дайын болу қажет. АХҚО – осы айтылғандар жолға қойылып, нәтиже беретін алаң екеніне сенімдімін.

Құрметпен,
Дәрмен Сәдуақасов

Dasco Group басқарушы серіктесі

МАЗМҰНЫ

Алғысөзі 1

Авторлар 4

Алғыс 5

Дисклеймер 7

Аббревиатуралар мен акронимдер 8

01 КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДЫҢ ЖАҒАНДЫҚ ШОЛУЫ 9

1.1 Креативті индустриялар нарығының жаһандық көлемі 11

1.1.1. Цифрлық жарнама 14

1.1.2. Музыка 17

1.1.3. Кино 19

1.1.4. Видео ойындар 21

1.2 Креативті тауарлар мен қызметтердің жаһандық экспорты 23

1.2.1. Креативті қызметтер экспорты 25

1.2.2. Креативті тауарлар экспорты 26

02 ОРТАЛЫҚ АЗИЯДАҒЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРҒА ШОЛУ 27

2.1 Аймақтың макрокөрсеткіштері 29

2.2 Аймақтағы креативті индустриялар бойынша салыстырмалы шолу 30

2.2.1. Цифрлық жарнама 31

2.2.2. Музыка 34

2.2.3. Кино 34

2.2.4. Видео ойындар 34

03 ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАР 35

3.1 Қазақстанның креативті индустрияларының макроэкономикалық көрсеткіштері 38

3.1.1. Креативті индустриялардың жалпы қосылған құны 39

3.1.2. Қазақстанның креативті тауарлармен сыртқы саудасы 41

3.1.3. Креативті индустрияда жұмыс істейтін компаниялар саны 47

3.1.4. Креативті индустрияда жұмыс істейтіндер саны 50

3.1.5. Креативті индустриядағы өндіріс көлемі 53

3.1.6. Негізгі капиталға инвестициялар 56

3.2 Креативті индустриялар бойынша шолу 59

3.2.1. Цифрлық жарнама 59

3.2.2. Музыка 63

3.2.2.1 Музыка индустриясының макроэкономикалық көрсеткіштері 63

3.2.2.2 Профильдік көрсеткіштер (цифрлық музыка және концерттер) 65

3.2.3. Кино 68

3.2.3.1 Киноиндустрияның макроэкономикалық көрсеткіштері 68

3.2.3.2 Профильдік көрсеткіштер (өндіріс, көрсетілім, түсім, кинотеатрлар) 69

3.2.4. Видео ойындар 74

3.3 Таяуда болған оқиғалар 76

04 АХҚО-НЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДЫ ДАМУДАҒЫ РӨЛІ 77

4.1 Венчурлық студия 80

4.2 Венчурлық қор 87

4.3 «Зияткерлік меншік туралы» АХҚО актісі 88

4.4 Краудфандинг 92

4.5 Активтер токенизациясы 93

Есептің электрондық нұсқасын алу үшін QR-кодты сканерлеңіз.

АВТОРЛАР

AIFC  ДАНИЯР КЕЛЬБЕТОВ Өнімдерді дамыту жөніндегі бас директор – Басқарма мүшесі	DASCO GROUP  ТАХИР АСЛЯЛИЕВ Серіктес
 ӘСЕТ ОҒЛАСОВ Директор, Салалық талдау департаменті	 ЕРНАР ҚҰРМАШЕВ Кино саласындағы сарапшы
 КАРОЛИНА НЕСТЕРЕНКО Менеджер, Салалық талдау департаменті	 ҚАЗЫБЕК СҮЙЕУБЕК Жобалар менеджері

АЛҒЫС

Осы шолуды әзірлеуге елеулі үлес қосқан барлық маманға шын жүректен алғысымызды білдіреміз.

Сіздердің білімдеріңіз, тәжірибелеріңіз бен кәсіби құзыреттеріңіз саланың қазіргі үрдістері мен сын-тегеуріндерін тереңірек түсінуге мүмкіндік берді. Бірлескен жұмыс зор нәтижелерге қол жеткізуге және индустрияның барлық қатысушылары үшін жаңа мүмкіндіктер туғызуға көмектесетініне сенімдіміз.

КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАР САЛАСЫНДАҒЫ САРАПШЫЛАР

БАҒЫТ	АТЫ-ЖӨНІ	ҚЫЗМЕТ
Креативті индустриялар	Давид Туганов	Кәсіпкер, Creaa-Ventures және TransforNation зертханасының негізін қалаушы әрі жетекшісі, дизайн-ойлау жөніндегі сертификатталған жаттықтырушы және өзгерістерді басқару жөніндегі сарапшы. ISACA Chapter, DAMA Chapter қоғамдық ұйымдарының және «Солнечный мир» қоғамдық қорының негізін қалаушылардың бірі
	Дана Шаяхмет	Нархоз Университетінің креативті экономика жобаларының жетекшісі, Қазақстанның Креативті индустриялар альянсының басқарма мүшесі
	Ирина Харитоновна	Орталық Азиядағы, Еуропадағы және ТМД-дағы мәдени-креативті индустриялардың сарапшы-зерттеушісі
Кино	Еркебұлан Күрішбаев	Қазақстандық актер және продюсер. Ол қатысқан айтулы туындылардың бірі – Айсұлтан Сейітовтің дебюттік толықметражды картинасы «Қаш» фильмі. Лента 2023 жылғы Шанхай кинофестивалінде Asian New Talent Award номинациясын қоса алғанда, халықаралық деңгейде танылды. Кинодан басқа ол музыкалық және білім беру бастамаларын белсенді түрде ілгерілетеді, QARA Studios-пен бірге OYU Fest музыкалық фестивалін ұйымдастыруға қатысады
	Анна Дармодехина	Қазақстандық продюсер, кино және ТВ-дағы маркетинг және дистрибуция саласындағы сарапшы. Қазақстанда Disney және Sony Pictures кинотеатрлық релиздерінің маркетингімен және PR-ілгерілетумен, сондай-ақ қазақстандық фильмдермен жұмыс істейтін бөлімшелердің стратегиясы мен брендингін қалыптастырумен айналысты. Қазақстандық ірі дистрибуторлық компания – «Movie Service» жеке лицензиялық агенттігін басқарады
	Елена Ларионова	Eurasian Film Market халықаралық кино нарығының бастамашысы және ұйымдастырушысы. Қазақстан киноиндустриясында кинопродюсер, ірі мәдени іс-шараларды ұйымдастырушы, кинофестивальдердің бағдарламалық директоры және қазақстандық киноны ілгерілетумен және сатумен айналысатын маман ретінде 20 жылдық тәжірибесі бар
	Айжан Лайджи	Қазақстандық актриса. Ол «Томирис» қазақстандық фильміне, «Малибу құтқарушылары», «Ойыншылар», «Жабайы батыс әлемі» шетелдік картиналарына, Оскар алған «Қос алыс бейтаныстар» қысқаметражына түсті. Марк Дакаскос және Дуэйн Джонсон сияқты танымал актерлермен жұмыс істеді. Ол түскен танымал туындылардың қатарында «Кондоминиум» кинокомедиясы мен «Кісі өлтіретін селфи» триллері бар
Музыка	Олжас Баймағамбетов	2019 жылы құрылған Musica 36 тәуелсіз лейблінің атқарушы директоры. Скриптонит, Gruppa Skryptonite, Truwer, Kali, M'Dee, Райда, ТАУӨКА, «Сёстры» және басқа әртістермен жұмыс істеді

БАҒЫТ	АТЫ-ЖӨНІ	ҚЫЗМЕТ
	Владимир Кравченко	Colisium халықаралық музыкалық форумының және Rockafisha концерттік агенттігінің негізін қалаушы. Сондай-ақ, Владимир әр жылдары SCANG, MILLIONS OF YEARS, DUBSINTHE, STARDOWN топтарына қатысты. YouTube-те Kraft Music Show подкасттарын жүргізеді
Іс-шаралар	Сәуле Самидин	Кәсіпкер, «Saukele» брендінің негізін қалаушы, «Еуразиялық Ивент Қауымдастығы» заңды тұлғалар бірлестігінің төрағасы, Астана қаласы мәслихатының депутаты, Астана қаласы мәслихатының әлеуметтік-мәдени даму мәселелері жөніндегі тұрақты комиссиясының мүшесі
	Майра Исмаилова	Ивент продюсер, FUNK агенттігінің креативті директоры. Оның компаниясы алматылық «Атакент» маңындағы 12 метрлік тиін (әлемдің БАҚ-та рекордтық 92 миллион рет аталды) жобасымен көпшілікке таныс. Astana Art Fest фестивалінің ұйымдастырушысы
Қолөнер Сәндік-қолдан балы өнер	Айгүл Жансерікова	Тоғыз халықаралық авторлық куәліктің, «ЮНЕСКО сапа белгісі» бес сертификатының иегері. Qazaq-Oneg орталығының негізін қалаушысы және басшысы. Орталық аясында Қазақстанның түрлі өңірлерінен дәстүрлі қолөнермен айналысатын 140-тан астам қолөнерші-шебер бір шаңырақ астында бірікті
IT	Алим Хамитов	Кәсіпкер, дәріскер. IT саласындағы жас кәсіпкерлерге мүмкіндіктерге, оның ішінде менторлыққа, білімге, тәлімгерлер мен қаржыға қол жеткізуге көмектесетін MOST бизнес-инкубаторының директоры
Видео ойындар	Алексей Шегай	Бағдарламалық жасақтаманы әзірлеумен айналысатын iDos Games компаниясының негізін қалаушысы және бас атқарушы директоры. iDos Games – мобильді блокчейн-өнімдеріне арналған экожүйелік платформа. Ол тек ойындармен ғана емес, сонымен қатар токенизациямен және сыйақы алумен де айналысады. Сондай-ақ Алексей және оның серіктесі университеттер жанынан ойын зертханаларын құру үшін белсенді жұмыс істеуде. Жобаның мақсаттарының бірі – Қазақстанда ойындарды әзірлеуді насихаттау
Әлеуметтік желілер /блогерлер	Асхат Халимов	Қазақстанның жетекші медиа-продюсерлерінің бірі және жас блогерлерге кәсіби шыңдалуға мүмкіндік беріп, олар үшін маңызды алаңға айналған танымал VIP House TikTok-хаустың негізін қалаушы. Бүгінде оның командасы бірнеше хаусты, соның ішінде халықаралық аудиторияға бағытталған YOLO House-ты басқарады. Оның жобалары Қазақстан, Ресей, АҚШ және Оңтүстік Шығыс Азия елдерін қоса алғанда, бүкіл әлем бойынша 60 миллионнан астам жазылушыны қамтиды
Білім беру	Роман Миронов	Теле-радио жүргізушісі. iConic Creative School шығармашылық орталықтар желісінің директоры

Мемлекеттік органдар

Мақсат Тұрлыбаев —ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросының басшысы

АХҚО әкімшілігі

Талғат Аманбаев — Инновациялар жөніндегі бас директор
Бейбіт Досмурзинов — Құқықтық даму департаментінің директоры
Қуаныш Дайырбеков —Tech Hub директоры
Арманай Қасымхан — Құқықтық даму департаментінің менеджері

DASCO Group

Диана Асаубаева — Аға консультант
Дәурен Галеев — Консультант
Дина Оспанова — Консультант
Фариза Шармаханова — Консультант
Андрей Горюнов – Интервьюер
Айгерім Сейілханова — Дизайнер

ДИСКЛЕЙМЕР

Осы «Қазақстанның креативті индустриялары: трендтер мен перспективалар» шолуы («Шолу») тек ақпараттық мақсатта әзірленген және заң, қаржылық немесе кәсіби кеңес болып саналмайды. Осы Шолуда қамтылған ақпарат оның дәлдігіне, толықтығына немесе сенімділігіне қатысты ешқандай кепілдіктер әрі мәлімдемелерсіз «сол қалпында» шартымен берілген.

Осы Шолу аталатын ұйымдардың жарнамасы немесе оларды ілгерілету құралы емес.

Осы Шолудың мазмұнында ескертусіз өзгеруі мүмкін пікірлер, болжамдар немесе болжамды мәлімдемелер болуы мүмкін. Осы Шолуда қамтылған ақпаратты пайдаланудың тәуекелі толығымен өзіңізге жүктеледі. Біз Сіздің немесе кез келген басқа тараптың ақпаратты пайдалануынан туындайтын кез келген салдар немесе жауапкершілік үшін жауапты болмаймыз.

Осы Шолу қосымша ақпарат алу немесе контекст үшін сыртқы көздерге немесе үшінші тараптардың веб-сайттарына сүйене алады. Дегенмен, үшінші тарап веб-сайттарының мазмұнын мақұлдамаймыз немесе бақыламаймыз және мұндай веб-сайттардың дәлдігі, заңдылығы әрі мазмұны үшін жауап бермейміз.

Осы Шолудағы ешнәрсе оқырман мен ұйымымыз арасында клиенттік қарым-қатынас орнату ретінде түсіндірілмеуі керек. Егер Сізге заң, қаржылық немесе кәсіби кеңес қажет болса, нақты мән-жайларыңызға байланысты арнайы кеңес бере алатын білікті маманға жүгіну қажет екендігін ескертеміз.

Біз осы Шолуда қамтылған ақпараттың кез келген мақсат үшін жарамдылығына, сенімділігіне, қолжетімділігіне, уақтылылығына немесе дәлдігіне қатысты ешқандай мәлімдеме немесе кепілдік бермейміз. Біз осы Шолуды пайдалану немесе пайдалану мүмкін еместігінен туындайтын тікелей, жанама, кездейсоқ, арнайы және басқа да залалдар үшін жауапты емеспіз.

Креативті салалар өкілдерінің Шолуда келтірілген дәйексөздері біздің көзқарасымызды білдірмейді және тек талқыланатын мәселелерді жалпы түсіну үшін ұсынылған.

Қазақ және орыс тілдеріндегі аудармалар мен ағылшын тіліндегі мәтін арасында қайшылықтар болған жағдайда, соңғысы басымдыққа ие болады.

Біз осы Шолуда кез келген уақытта алдын ала ескертусіз өзгерту немесе жаңарту құқығын өзімізге қалдырамыз.

АББРЕВИАТУРАЛАР МЕН АКРОНИМДЕР

АҚШ	Америка Құрама Штаттары
АХҚО	«Астана» халықаралық қаржы орталығы
БАӘ	Біріккен Араб Әмірліктері
БҰҰ	Біріккен Ұлттар Ұйымы
ЖИ	Жасанды интеллект
ЖҚҚ	Жалпы қосылған құн
ЖІӨ	Жалпы ішкі өнім
ЗМ	Зияткерлік меншік
ҚҚС	Қосылған құн салығы
НКИ	Негізгі капиталға инвестициялар
ТМД	Тәуелсіз Мемлекеттер Достастығы
ҰСБ	Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы
ХВҚ	Халықаралық валюта қоры
ЮНЕСКО	Біріккен Ұлттар Ұйымының білім, ғылым және мәдениет мәселелері жөніндегі ұйымы (UNESCO)

AFSA	АХҚО Қаржылық қызметтер көрсетуді реттеу жөніндегі комитеті
AR	Толықтырылған шынайылық (Augmented Reality)
FMCG	Халық тұтынатын тауарлар
IT	Ақпараттық технологиялар
UNCTAD	БҰҰ-ның Сауда және даму жөніндегі конференциясы
VR	Виртуалды шынайылық (Virtual Reality)

01.

КРЕАТИВТІ
ИНДУСТРИЯЛАРДЫҢ
ЖАҒАНДЫҚ ШОЛУЫ

1.1 Креативті индустриялар нарығының жаһандық көлемі	11	1.2 Креативті тауарлар мен қызметтердің жаһандық экспорты	23
1.1.1. Цифрлық жарнама	14	1.2.1. Креативті қызметтер экспорты	25
1.1.2. Музыка	17	1.2.2. Креативті тауарлар экспорты	26
1.1.3. Кино	19		
1.1.4. Видео ойындар	21		

3,1%

(4,3 трлн доллар) әлемдік
ЖІӨ-дегі креативті
экономиканың үлесі, 2022

\$2,3 трлн

Әлемдегі креативті
индустрияның жаһандық
кірісі, 2022

50 млн

бүкіл әлем бойынша креативті
индустрияларда құрылған жұмыс
орындарының саны, 2022

9%

Жаһандық креативті
экономиканың жыл
сайынғы өсімі

12%

Дамушы елдердегі
креативті экономиканың
жыл сайынғы өсімі

\$574 млрд

Жаһандық интернет-жарнама
нарығы, 2023

\$28,6 млрд

Әлемдегі жазылған музыкадан
түскен кіріс, 2023

67,3%

Әлемдегі жазылған музыкадан түскен
кірістегі стримингтің үлесі, 2023

\$33 млрд

Кинотеатрлардың жаһандық
касса жинағы, 2023

\$227 млрд

Видео ойындардың жалпы
кірісі, 2023

01. КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДЫҢ ЖАҒАНДЫҚ ШОЛУЫ

Бұл шолу жалпы креативті индустриялар бойынша және креативті индустриялардың нақты төрт сегменті бойынша трендтерді қарастырады: цифрлық жарнама, музыка, кино және видео ойындар.



**ЦИФРЛЫҚ
ЖАРНАМА**



МУЗЫКА



КИНО



**ВИДЕО
ОЙЫНДАР**

Ұлыбританияның Мәдениет, ақпарат және спорт министрлігінің анықтамасына сәйкес креативті индустриялар — бұл жеке шығармашылық, дағдылар мен дарын негізін құрайтын және зияткерлік меншік объектілерін шығару және пайдалану арқылы капитал мен жұмыс орындарын құруға әлеуеті бар индустриялар.¹

1.1. Креативті индустриялар нарығының жаһандық көлемі

Креативті экономика әлем елдерінің ЖІӨ-сіне айтарлықтай үлес қосуда және көптеген үкіметтер бұл секторға оның экономикалық және мәдени құндылығына байланысты инвестиция салады. Мысалы, Жапония мен Оңтүстік Кореяның ЖІӨ-дегі креативті экономиканың үлесі тиісінше 7% және 5,6%-ды құрайды, ал Қазақстанда бұл көрсеткіш 2022 жылы 0,9%-ды құрады.

Креативті индустриялардың жаһандық түсім кірісі шамамен 2,3 трлн долларға бағаланады², оның ішінде кино, музыка, сән, видео ойындар және дизайн сияқты секторлар бар. Креативті индустриялардың үлесіне жұмыспен қамтылған бүкіл халықтың 6,2% тиесілі. Бұл секторлар бүкіл әлем бойынша 50 миллионға жуық жұмыс орнын құрды әрі олар экономиканың кез келген басқа салаларына қарағанда 15-29 жас аралығындағы жастарды көбірек тартады.³ Бұл жаһандануға, цифрлық медиа мен стриминг платформалардың танымалдылығының артуына және интернетке қолжетімділіктің кеңеюіне байланысты.

¹ Ұлыбританияның Мәдениет, ақпарат және спорт министрлігі, British Council.kz

² Креативті экономика – прогрестің қозғаушы күші

³ ЮНКТАД, 2022 жылғы креативті экономиканың перспективалары

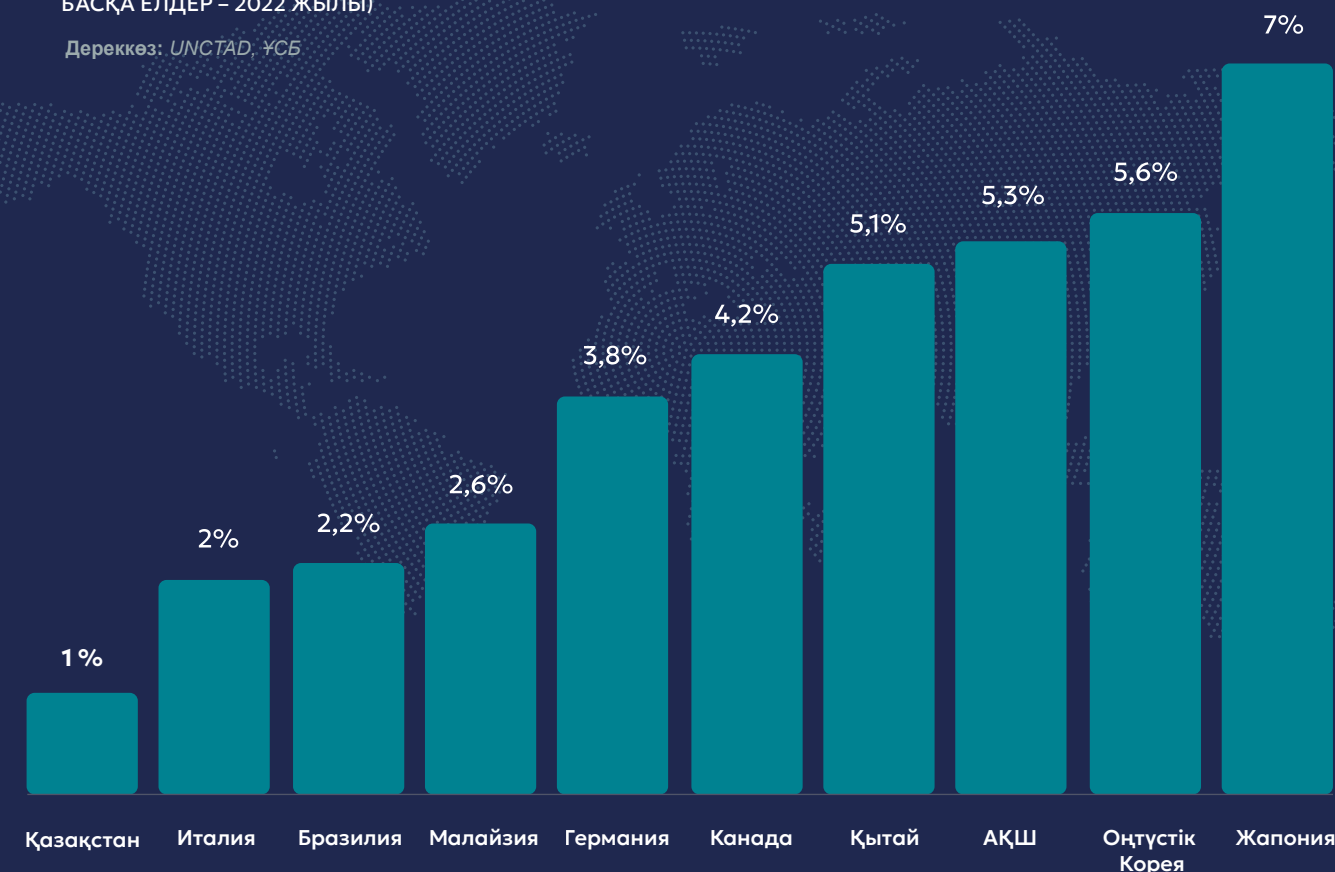


Анна Дармодехина:

«К-рор-тың Оңтүстік Корея экономикасының дамуына қалай ықпал еткенін энциклопедиялық мысал ретінде атауға болады. Дәл осы ән мәдениеті, бұл ретте оның тек музыкалық мазмұны емес, визуалды, тіпті бизнес-рәсімделуі бүкіл әлемнің назарын осы елдің мәдениетіне аударды. Музыкадан кейін Оңтүстік Корея сериялары – драмалар әлемге әйгілі болды. Көбінесе, музыка мен сериалдар шығарумен белгілі бір бірнеше корпорация айналысады. «Кальмар ойыны» сериясының жетістігі барлығының есінде шығар. Осыдан кейін бүкіл әлемдік кинематография дәл осындай «алтын» сценарийлер мен идеяларды іздеу үшін Оңтүстік Кореяға ағылды. Өткен жылы корей сериясының бір сериясын шығару құны 1 млн долларға жетті. Оңтүстік Корея киноиндустриясында бәсекелестік өте қатал екенін ескерсек, бұл өте үлкен сома».

1-СУРЕТ. ӘЛЕМ ЕЛДЕРІ БОЙЫНША ЖІӨ-ДЕГІ КРЕАТИВТІ ЭКОНОМИКАНЫҢ ҮЛЕСІ, % (ҚАЗАҚСТАН – 2024 ЖЫЛЫ, БАСҚА ЕЛДЕР – 2022 ЖЫЛЫ)

Дереккөз: UNCTAD, ҰСБ



2022 жылы креативті индустриялар әлемдік ЖІӨ-ге 3,1% үлес қосты, бұл 4,3 трлн долларға тең.⁴ Жаһандық креативті экономика жыл сайын 9% деңгейінде өсімді көрсетеді, ал дамушы елдерде бұл көрсеткіш 12%-ға жетеді. Болжамдар көрсеткендей, алдағы жылдары әлемдік ЖІӨ-дегі креативті экономиканың үлесі 10%-ға дейін өсуі мүмкін.⁵

ОЙЫН-САУЫҚ ЖӘНЕ МЕДИА (E&M) – ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕР, РАДИО МЕН ГАЗЕТТЕР, ЖУРНАЛДАР, СОНДАЙ-АҚ КИНО, МУЗЫКА ЖӘНЕ КІТАПТАР СИЯҚТЫ ТАНЫМАЛ ОЙЫН-САУЫҚ ФОРМАЛАРЫН ҚОСА АЛҒАНДА, БАРЛЫҚ ХАБАР ТАРАТУ ҚҰРАЛДАРЫН ҚАМТИТЫН ЖАҒАНДЫҚ КРЕАТИВТІ ЭКОНОМИКАНЫҢ ЕҢ ҮЛКЕН ЖӘНЕ СЕРПІНДІ СЕГМЕНТІ.

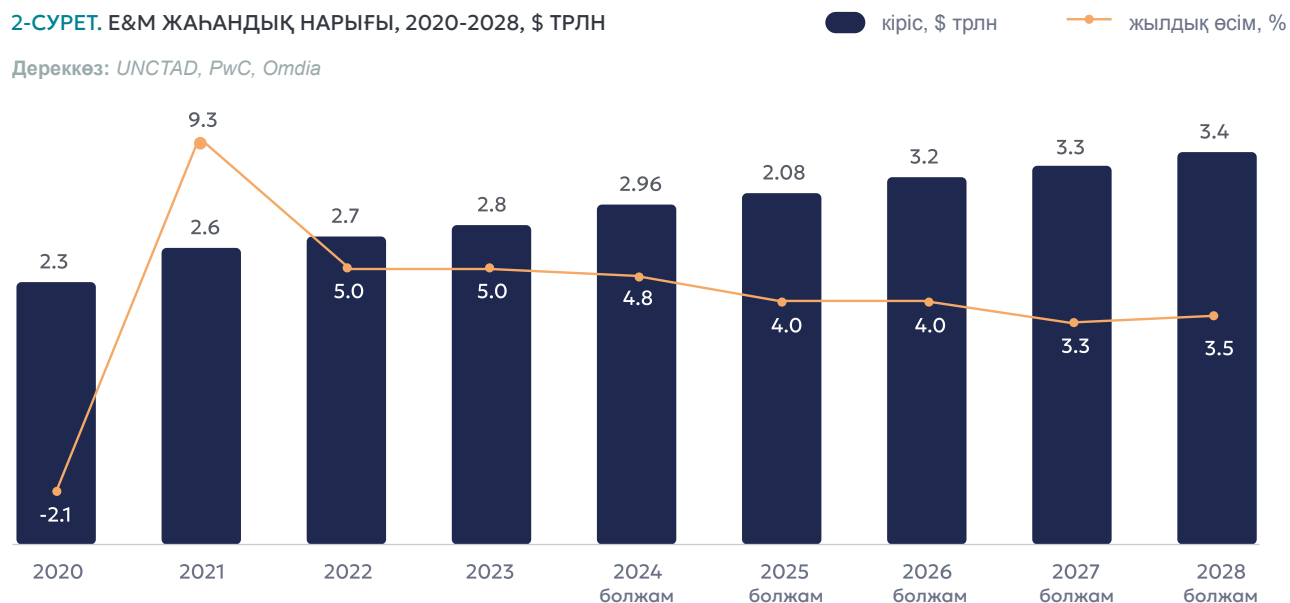
⁴ ЮНЕСКО, Шығармашылық қызмет мүддесі үшін саясатты реформалау, British Council.kz

⁵ ЮНКТАД, Креативті экономика алдыңғы орынға шығуда

2023 жылы E&M жаһандық кірісі 5%-ға өсіп, 2,8 трлн долларға жетті, бұл жалпы экономикалық өсімнен айтарлықтай асып түседі. Алдағы бес жыл ішінде кірістер 3,9% орташа жылдық өсу қарқынымен өсіп, 2028 жылға қарай 3,4 трлн долларға жетеді деп күтілуде. ⁶

2-СУРЕТ. E&M ЖАҒАНДЫҚ НАРЫҒЫ, 2020-2028, \$ ТРЛН

Дереккөз: UNCTAD, PwC, Omdia



COVID-19 пандемиясының креативті индустрияларға әсері

COVID-19 пандемиясы бүкіл әлемдегі креативті индустрияға айтарлықтай әсер етті. БҰҰ мәліметтері бойынша пандемиядан туындаған жаһандық рецессия креативті экономиканы 750 миллиард долларға қысқартты, бұл бүкіл әлем бойынша 10 миллион жұмыс орнының жойылуына әкелді. ⁷

Мысалы, 2020 жылы пандемия әлемді шарпыған кезде, алдын ала жазылған сценарийі бар жоспарланған телешоулардың шамамен 60% кідіріске тап болды. Ұлыбританияда, бағалаулар бойынша, алғашқы локдаун кезінде кино өндірісі мен бюджеті жоғары телевизиялық жобалардың 65% тоқтатылды. ⁸

60%

COVID-19-дың салдарынан 2020 жылы әлем бойынша телесценарий бағдарламалаудың 60%-ға жуығы тоқтатылды.

65%

Ұлыбританияда жоғары санатты фильмдер мен телехабарларды шығарудың 65%-ы тоқтатылды (алғашқы локдаун кезінде).

⁶ PwC-дің ойын-сауық және медиа саласындағы 2024-2028 жылдарға арналған жаһандық болжамы

⁷ ЮНЕСКО, COVID-19 індетімен бетпе-бет келген мәдениет пен шығармашылық экономикасы: экономикалық салдардың болжамы

⁸ ЮНЕСКО, COVID-19 індетімен бетпе-бет келген мәдениет пен шығармашылық экономикасы: экономикалық салдардың болжамы

1.1.1. Цифрлық жарнама

2020 ЖӘНЕ 2028 ЖЫЛДАР АРАЛЫҒЫНДАҒЫ ЖАРНАМАНЫҢ ЖАҒАНДЫҚ КІРІСІ ТҰРАҚТЫ ӨСУДІ КӨРСЕТЕДІ. 2023 ЖЫЛЫ ЖАРНАМАНЫҢ ЖАҒАНДЫҚ КІРІСІ 845 МИЛЛИАРД ДОЛЛАРДЫ ҚҰРАДЫ ЖӘНЕ 2028 ЖЫЛҒА ҚАРАЙ 1,2 ТРИЛЛИОН ДОЛЛАРҒА ЖЕТЕДІ ДЕП КҮТІЛУДЕ. ⁹

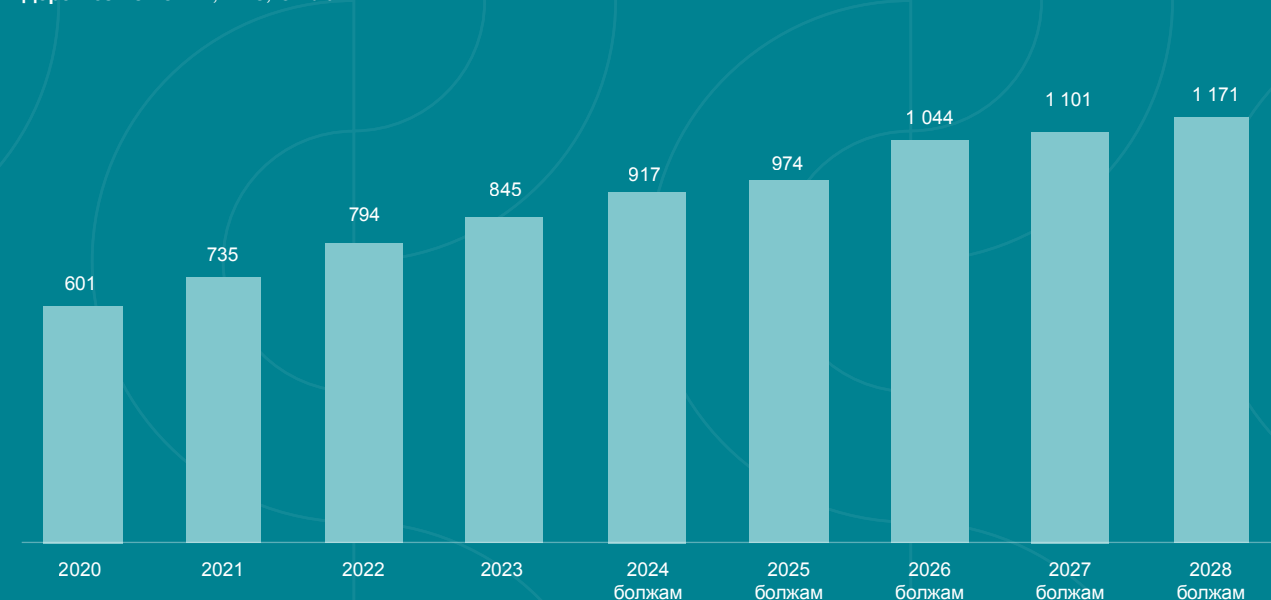
2023 жылдан 2028 жылға дейінгі кезеңге болжамды орташа жылдық өсім қарқыны 6,7%-ды құрайды.

6,7%

Бұл өсу технологияның дамуы мен тұтынушылардың мінез-құлқының өзгеруіне байланысты цифрлық кеңістіктің кеңеюін баса көрсетеді. Компаниялар бәсекеге қабілетті болу және аудиториямен тиімді қарым-қатынас жасау үшін жарнамаға инвестицияны белсенді салуды жалғастырады деп күтілуде.

3-СУРЕТ. ЖАРНАМАНЫҢ ЖАҒАНДЫҚ КІРІСІ, 2020-2028, \$ МЛРД

Дереккөз: UNCTAD, PwC, Omdia



ТЕХНОЛОГИЯЛЫҚ ИННОВАЦИЯЛАРҒА ЖӘНЕ ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ӨЗГЕРІП ЖАТҚАН ҮМІТТЕРІНЕ БЕЙІМДЕЛЕТІН ЦИФРЛЫҚ ЖАРНАМАНЫҢ ДИНАМИКАЛЫҚ СИПАТЫН КЕЛЕСІ ТРЕНДТЕР ҚАЛЫПТАСТЫРАДЫ:



ЖИ ИНТЕГРАЦИЯСЫ

ЖИ дербестендірілген контент жасауға және жарнамаларды тиімді орналастыруға мүмкіндік беретін цифрлық жарнамаларды өзгертуде. Мысалы, ЖИ-ге негізделген құралдар адамдардың тартылуы мен конверсия коэффициентін ұлғайтып, нақты аудиторияның қажеттіліктерін қанағаттандыратын жарнама жасау үшін қолданылады.



ВИДЕОҒА БАҒДАРЛАНҒАН СТРАТЕГИЯЛАР

Видеоконтенттің танымалдығы артып келеді. TikTok пен Instagram сияқты платформалар қысқа видеороликтерге баса назар аударады. Брендтер аудиторияның назарын аудару және өз хабарламаларын тиімді жеткізу үшін видео жарнамаларға көбірек инвестиция салуда.



БАҒДАРЛАМАЛАНАТЫН ЖАРНАМАНЫҢ ӨСУІ

Автоматтандырылған, сатып алулар деректеріне негізделген жарнаманы пайдалану кең таралып келеді. Бұл үрдіс нақты уақытта сауда-саттық жасауға және жарнаманы анағұрлым тиімдірек орналастыруға мүмкіндік береді. Бағдарламаланатын жарнама цифрлық жарнама шығындарының едәуір бөлігін алады деп күтілуде.

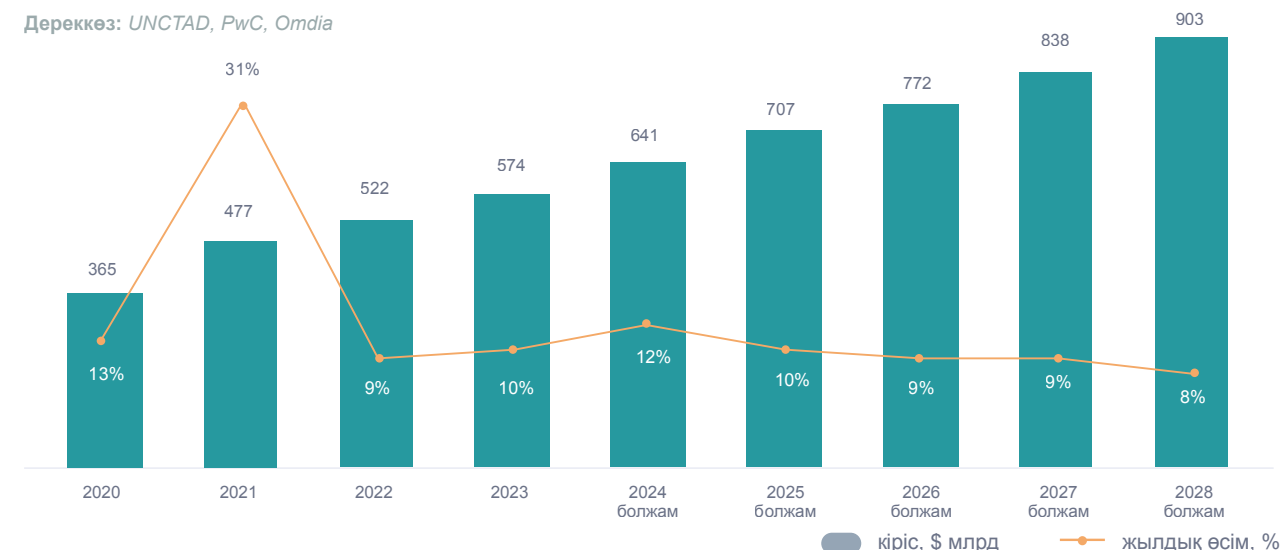


ШЫНАЙЫЛЫҚ ЖӘНЕ ӘЛЕУМЕТТІК БАҒДАРЛАНҒАН МАРКЕТИНГ

Тұтынушылар шынайылық пен әлеуметтік жауапкершілікті көрсететін брендтерді көбірек таңдайды. Осыған орай жарнама берушілер брендтің шынайы құндылықтарын көрсететін және әлеуметтік маңызды тақырыптарды қозғайтын науқандар өткізеді, бұл аудиториямен тереңірек өзара әрекеттесуге ықпал етеді.

4-СУРЕТ. ИНТЕРНЕТ-ЖАРНАМАНЫҢ ЖАҒАНДЫҚ НАРЫҒЫ, 2020-2028, \$ МЛРД

Дереккөз: UNCTAD, PwC, Omdia



Интернет-жарнама 2023 жылы 10,1%-ға өсіп, 52,5 млрд доллар мөлшерінде қосымша табыс әкелді. 9,5% орташа жылдық өсу қарқынымен 2028 жылға қарай интернет-жарнамадан түсетін кірістер 903 млрд долларға жетеді деп болжануда, бұл жалпы жарнама шығындарының 77,1%-ын құрайды.¹⁰

5-СУРЕТ. ӘЛЕМНІҢ МАКРОӨҢІРЛЕРІ БОЙЫНША ИНТЕРНЕТ-ЖАРНАМАҒА ШЫҒЫСТАР ҚҰРЫЛЫМЫНЫҢ БОЛЖАМЫ, 2024, %

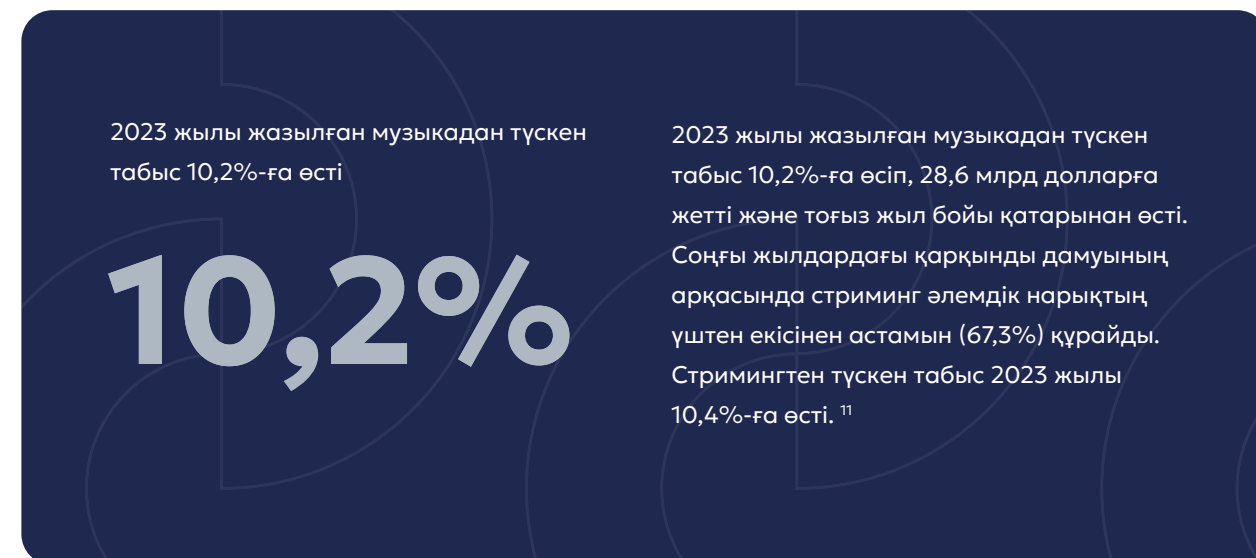
Дереккөз: UNCTAD, PwC, Dentsu



Солтүстік Америка нарықтың 44%-ын қамтып, 2024 жылы жарнамаға болжамды шығындар бойынша ең үлкен нарық болып қалып отыр. Азия-Тынық мұхиты және Еуропа, Таяу Шығыс және Африка елдері сәйкесінше 32% және 21% құрайды.

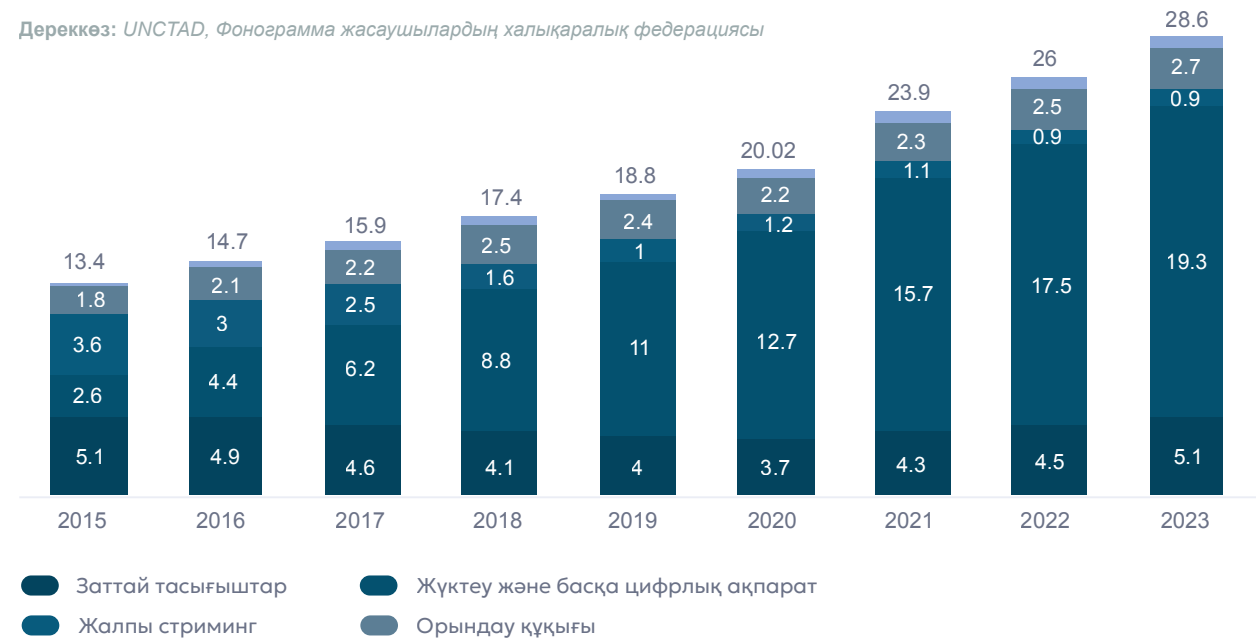
¹⁰ PwC-дің ойын-сауық және медиа саласындағы 2024-2028 жылдарға арналған жаһандық болжамы

1.1.2. Музыка



6-СУРЕТ. ЖАЗЫЛҒАН МУЗЫКАНЫҢ ЖАҢАҢДЫҚ НАРЫҒЫ, 2015-2023, \$ МЛРД

Дереккөз: UNCTAD, Фонограмма жасаушылардың халықаралық федерациясы



Музыка индустриясы мен аспаптармен орындалатын музыка технологиялық прогресс пен тұтынушылардың мінез-құлқының өзгеруіне байланысты айтарлықтай трансформациядан өтуде. Музыка индустриясының негізгі трендтеріне мыналар жатады:

¹¹ Фонограмма жасаушылардың халықаралық федерациясы (Жаһандық музыкалық есеп)

ЦИФРЛЫҚ СТРИМИНГ: Қазіргі уақытта цифрлық стриминг музыканы тұтынудың негізгі әдісі болып отыр. Бұл өсім негізінен 2023 жылы бүкіл әлем бойынша 500 млн асатын ақылы жазылымдар санының көбеюіне байланысты.¹² Spotify, Apple Music және Amazon Music сияқты платформалар бұл трендті белсенді түрде қолданады, олар әр түрлі құрылғыларда қолжетімді үлкен топтамаларды ұсынады, бұл аудиторияның музыкамен өзара әрекеттесу тәсілін өзгертеді.

ЖИ: Тағы бір маңызды жаңашылдық – ЖИ-дың музыканы жасау мен таратуға интеграциялануы. ЖИ технологиялары музыка жасау, тұтынушылардың қалауын талдау және маркетингтік стратегияларды оңтайландыру үшін қолданылады. Алайда, ЖИ авторлық құқыққа, әртістерге өтемақы беру және музыкалық шығармашылықтың шынайылығына байланысты алаңдаушылық та туғызады.

РЕКОРДТЫҚ ҚАТЫСУШЫЛЫҚ: Жанды музыка индустриясы жанданып, концерттерге қатысу мен билеттер сатылымының айтарлықтай өсімін

көрсетуде. Live Nation Entertainment Inc. 2024 жылы қазан айына дейін 144 млн билет сатып, өз тарихындағы ең белсенді жазғы концерт маусымы туралы хабарлады, бұл өткен жылмен салыстырғанда 3%-ға көп.¹³ Сондай-ақ, компания 2025 жылға арналған мазмұнды бағдарламаны жариялады, оған ірі әртістердің стадиондағы концерттері кіреді, бұл кірістердің екі таңбалы орташа өсімін қамтамасыз етері анық.

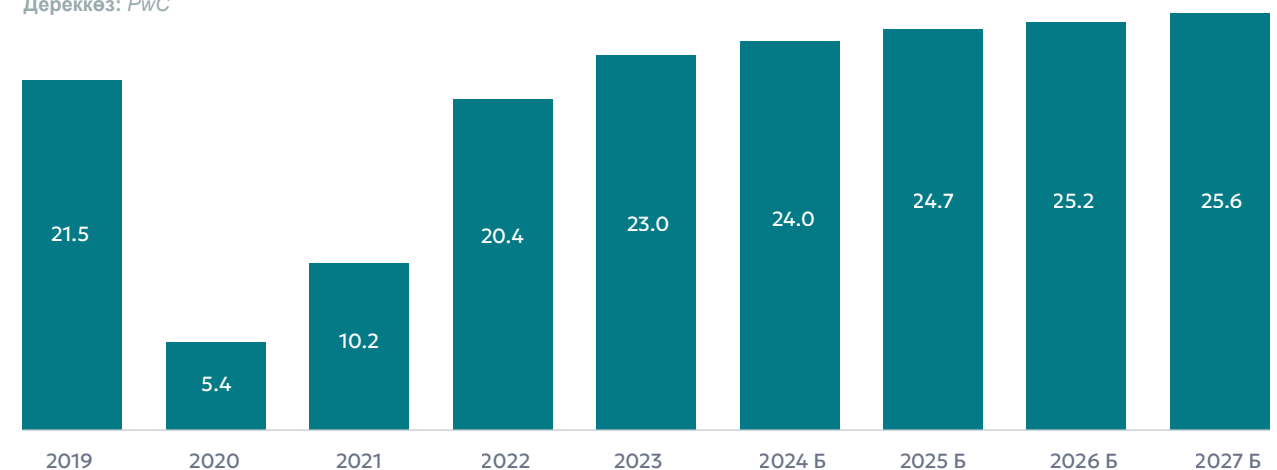
ЖАҚСАРТЫЛҒАН КОНЦЕРТТІК ӘСЕРЛЕР:

Технологиялар көрермендер алар әсерді жақсарту үшін жанды музыканы озық жарықтандырыу, иммерсивті дыбыс және толықтырылған шынайылық жүйелері пайдаланылатын концерттерге айналдыруда. Енді жанкүйерлер тек жанды қойылымдарды ғана емес, сонымен қатар есте қаларлық, мультисенсорлы іс-шараларды іздейді. Мысалы, Лас-Вегастағы Sphere аудиторияға озық дыбыс жүйесімен және ғаламат 360 градустық LED экранмен бірегей тәжірибе ұсына отырып, жанды концерттердің форматын өзгертуде.

2023 жылы жанды іс-шаралардан түскен табыс 23 млрд долларға жетті және пандемияға дейінгі деңгейге оралды. Бұл кірістер 2027 жылға қарай 2,7% орташа жылдық өсу қарқынымен 25,6 млрд долларға дейін өседі деп болжануда.¹⁴

7-СУРЕТ. ІС-ШАРАЛАРДЫҢ ЖАҢАҢДЫҚ КІРІСІ, 2019-2027, \$ МЛРД

Дереккөз: PwC



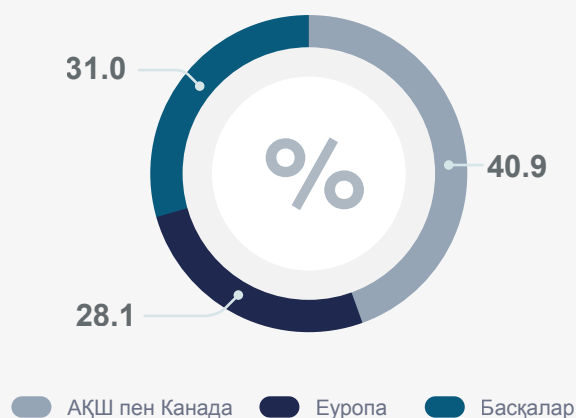
¹² Фонограмма жасаушылардың халықаралық федерациясы (Жаһандық музыкалық есеп)

¹³ Live Nation Entertainment Reports

¹⁴ PwC-дің ойын-сауық және медиа саласындағы 2023-2027 жылдарға арналған жаһандық болжамы

8-СУРЕТ. ӘЛЕМНІҢ МАКРОӨҢІРЛЕРІ БОЙЫНША МУЗЫКА НАРЫҒЫНЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫ, 2023, %

Дереккөз: Фонограмма жасаушылардың халықаралық федерациясы



2023 жылы ең ірі музыкалық нарықтар АҚШ, Жапония, Ұлыбритания, Германия, Қытай және басқалар болды. 2023 жылы жазылған музыка нарығының жалпы кірісінің 40,9% АҚШ пен Канаданың үлесіне тиесілі болды, бұл ретте олардың өсімі бір жыл ішінде 7,4% құрады.

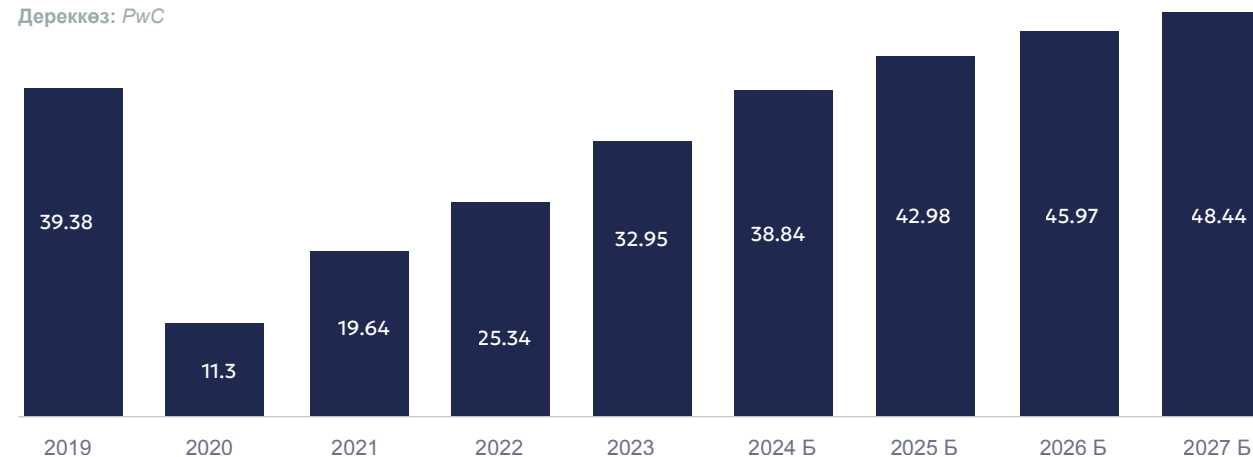
Еуропа 28,1% үлеспен және 8,9% кіріс өсімімен екінші ірі аймақ болып қала берді. Үш ірі еуропалық нарық келесі нәтижелерді көрсетті: Ұлыбританиядағы өсім 8,1%-ды құрады, Германияда – 7,0%, Францияда – 4,4%.¹⁵

1.1.3. Кино

КИНОТЕАТРЛАРДЫҢ КІРІСТЕРІ ПАНДЕМИЯҒА ДЕЙІНГІ ДЕҢГЕЙГЕ ӘЛІ ОРАЛҒАН ЖОҚ. БҰЛ 2025 ЖЫЛҒА ҚАРАЙ, 2019 ЖЫЛҒЫ 39,4 МЛРД ДОЛЛАРМЕН САЛЫСТЫРҒАНДА КІРІСТЕР 43 МЛРД ДОЛЛАРҒА ЖЕТКЕНДЕ ОРЫН АЛАДЫ ДЕП БОЛЖАНУДА, ӨЙТКЕНІ КИНОҒА БАРУДЫҢ ЖАҢАНДЫҚ ДЕҢГЕЙІ ЖЫЛ САЙЫН АРТА БЕРМЕК.

9-СУРЕТ. КИНОТЕАТРЛАРДЫҢ КАССАЛЫҚ ЖИНАҚТАРЫ, \$ МЛРД

Дереккөз: PwC

¹⁵ Фонограмма жасаушылардың халықаралық федерациясы (Жаһандық музыкалық есеп)

Киноиндустрия соңғы жылдары аудиторияның қалауының өзгеруіне, технологиялық прогреске және пандемияның ұзақ мерзімді салдарына байланысты айтарлықтай өзгерістерге ұшырады. Сектор пайдаланушылық тәжірибені жақсарту мүмкіндіктерін пайдалана отырып, жаңа сын-тегеуріндерге бейімделуде. Негізгі трендтерге мыналар жатады:

Прокат уақытының қысқаруы:

Киноиндустриядағы ең көзге бірден түсетін үрдістердің бірі – кинотеатрларда фильмдер көрсету ұзақтығының қысқаруы. Деректерге сәйкес, прокаттың орташа уақыты 2005 жылғы 4,6 аптадан қазіргі уақытта 2,9 аптаға дейін қысқарды.¹⁶ Бұл көбінесе әлеуметтік желілердегі талқылаулардың кесірінен және спойлерлерден қорыққандықтан көрермендердің жаңа туындыларды мүмкіндігінше тезірек көруге ұмтылуымен байланысты. Нәтижесінде, кинотеатрлар жаңа фильмдерді ерте көрсетуге басымдық береді, бұл бастапқы кезеңде көрермендердің көптеп келуін қамтамасыз етеді, содан кейін келесі шығарылымдарға тез жол береді. Дегенмен, блокбастерлер мен франшиза фильмдерінің прокаты бұрынғыдай ұзақтау уақытқа ие, қаржылық кірісті арттыру үшін кейде 16 аптадан аса көрсетіледі.

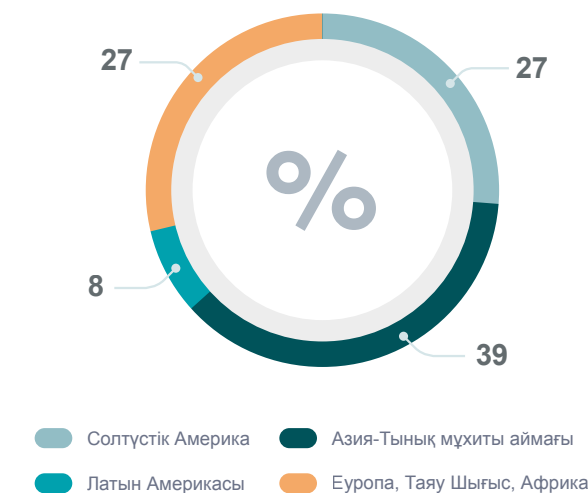
Стримингтің әсері: Netflix, Disney+ және

Amazon Prime сияқты стриминг платформалар дәстүрлі кинопрокат моделін айтарлықтай өзгертті. Бұл сервистер киноны үйде көруді ыңғайлы етті, нәтижесінде фильмдер бір уақытта кинотеатрларда және желіде шығатын релиздің гибриді модельдері пайда болды. Бұл қолжетімділікті арттырғанымен, мұндай өзгерістер дәстүрлі кинотеатр моделінің өміршеңдігі туралы пікірталастар тудырды. Алайда, блокбастерлер мен франшиза фильмдері көптеген көрермендер киноны үлкен экранда көру тәжірибесін ештеңеге айырбастамайтынын дәлелдеп, кинотеатрлардың ерекше тартымдылығын айғақтайды. Бұдан басқа, стриминг сервистер сапалы түпнұсқа фильмдерге көбірек инвестиция салуда, олардың кейбіреулері марапаттау маусымының талаптарын сақтау

үшін шектеулі кинопрокат алады. Бұл динамикалық процесс кинотеатрлар мен стриминг сервистер аудиторияның әртүрлі қалауын қанағаттандырып және фильмдерді таратудағы инновацияларды ынталандырып, қатар өмір сүре алатынын көрсетеді.

10-СУРЕТ. ӘЛЕМНІҢ МАКРОӨҢІРЛЕРІ БОЙЫНША ЖАҢАНДЫҚ КАССАЛЫҚ ЖИНАҚТАРДЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫ, 2023,

Дереккөз: PwC, Gower Street Analytics

**39%**

Азия-Тынық мұхиты аймағы әлемдегі сатылымдардың 39%-ын қамтамасыз ете отырып, ең үлкен нарық болып қалып отыр, бұл сонымен аймақтың халқы санының өсуімен және серпінді экономикасымен байланысты.

27%

Солтүстік Америка мен Еуропаның, Таяу Шығыс пен Африканың әрқайсысына 27% тиесілі.

Дереккөз: 19 PwC-дің ойын-сауық және медиа саласындағы 2023-2027 жылдарға арналған жаһандық болжамы, Креативті экономикаға шолу, ЮНКТАД 2024

¹⁶ Неліктен кинотеатрларда фильмдер бұрынғыдан аз көрсетіледі

1.1.4. Видео ойындар

8,3% болжамды орташа жылдық өсім қарқынымен видео ойындардың жалпы кірісі 2023 жылғы 227 млрд доллардан 2027 жылға қарай 312 млрд долларға дейін өседі деп күтілуде. Секторға деген сенімділік артқан сайын, жарнамадан түсетін табыс 2022 жылдан 2027 жылға дейін екі есеге жуық артып, 2025 жылға қарай 100 млрд долларға жетеді. Бұл өсім ойын-сауық индустриясындағы видео ойындардың алар орны артып келе жатқанын айшықтай отырып, басқа медианың кірістерінен асып түседі деп күтілуде.¹⁷

11-СУРЕТ. ВИДЕО ОЙЫНДАРДЫҢ ӘЛЕМДІК КІРІСІ, \$ МЛРД

Дереккөз: UNCTAD, PwC



Видео ойын индустриясы тұтынушылардың мінез-құлқының өзгеруіне және технологиялық жетістіктерге байланысты айтарлықтай өзгерістерге ұшырауда. Bain & Company Gaming Report 2024 есебіне сәйкес, негізгі трендтерге мыналар жатады:

Ойын ортаға қатысу белсенділігінің артуы:

Ойыншылар сөйлесу, сатып алу және әртүрлі медиа-контентті тұтыну сияқты әрекеттермен айналысып, иммерсивті ойын әлемдерінде көп уақыт өткізеді. Бұл жайт индустрияның динамикасын өзгертеді, өйткені ойыншылардың өздерін олар ойнайтын құрылғылармен емес, ойын кеңістігімен айқындауы белең алып келеді.

Өзара сәйкестікке сұраныс:

Пайдаланушылардың тарапынан әртүрлі құрылғылар мен платформаларды ойын барысына зиянын тигізбей оңай, кедергісіз ауыстыра алсақ деген үміті артып келеді. Бұл әзірлеушілерді ойыншылардың қанағаттануы мен ойнауға қатысуын арттыра отырып, консистентті әрі өзара байланысты тәжірибесі бар ойындар жасауға итермелеуде.

Жас ойыншылар санының өсуі: жаһандық ойын аудиториясы, әсіресе 2-18 жас аралығындағы адамдар арасында кеңейіп келеді. Бұл топтың шамамен 80% өздерін геймерміз деп санайды, олар уақыттарының шамамен 30%-ын ойын алаңдарындағы сауыққа жұмсайды. Бұл өсім индустрияның дамуына айтарлықтай үлес қосуда.

Операциялық модельдердің эволюциясы:

кеңейтілген әлеуметтік функциялары бар мультиплеерлік және мультиплатформалық ойындарға деген артып келе жатқан сұранысты қанағаттандыру үшін ойын компаниялары өздерінің операциялық модельдерін қайта қарауда. Бұған жаһандық нарықтың қиындықтарына бейімделу және видео ойындарды киномен интеграциялау және телевизиялық бейімдеу сияқты әртүрлі медиа түрлерінің бірігуі кіреді.

ВИДЕО ОЙЫН ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ҚАРҚЫНДЫ ӨСУІНІҢ НЕГІЗГІ ФАКТОРЛАРЫНА МЫНАЛАР ЖАТАДЫ:

Технологиялық жетістіктер:

Қуатты графика, айтарлықтай жылдам процессорлар және AR/VR сияқты технологиялар пайдаланушылық тәжірибені жақсартады.

Мобильді қолжетімділік:

Смартфондар мен мобильді интернеттің таралуы видео ойындарға қолжетімділікті кеңейтеді.

Жаһандық онлайн-платформалар:

Көп ойыншыға арналған онлайн ойындар мен бұлтты сервистер кең аудиторияны тартады.

Монетизацияның алуандығы:

Ойын ішіндегі сатып алулар, жазылымдар және жарнамалық модельдер кірістілікті арттырады.

Киберспорт пен стриминг:

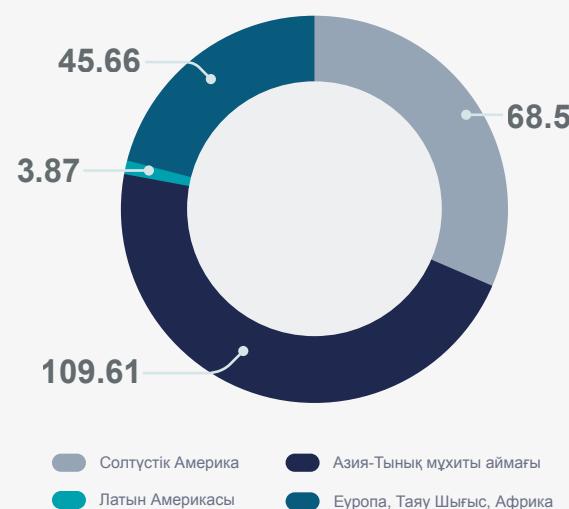
Жарыс ойындары мен контентті ағынмен беру платформалары үлкен аудиторияны тартуда және мол табыс әкелуде.

¹⁷ PwC-дің ойын-сауық және медиа саласындағы 2023-2027 жылдарға арналған жаһандық болжамы

¹⁸ Bain & Company Gaming Report 2024

12-СУРЕТ. 2023 ЖЫЛҒЫ ВИДЕО ОЙЫНДАР КІРІСІНІҢ АЙМАҚТАР БОЙЫНША БӨЛІНІСІ, \$ МЛРД

Дереккөз: UNCTAD, PwC



Азия-Тынық мұхит аймағы видео ойындар мен киберспорттың жалпы кірісі бойынша әлемде көш бастап тұр. 2023 жылы бұл аймақта видео ойындардан шамамен 109,6 млрд доллар алынды, бұл жаһандық сегменттің 48,1%-ын құрайды.¹⁹

\$109,6 млрд
48,1%

Креативті тауарлар мен қызметтердің жалпы экспорты рекордтық

\$2,1 трлн

\$713 млн тауарлар үшін

\$1,4 трлн қызметтер үшін

UNCTAD деректері бойынша 2022 жылы креативті тауарлар мен қызметтердің жалпы экспорты рекордтық 2,1 трлн долларға жетті – тауарлар үшін 713 млрд доллар және қызметтер үшін 1,4 трлн доллар.²⁰

Қызметтердің жаһандық экспорттағы үлесі тауарлармен (34,1%) салыстырғанда үлкен (2022 жылы 65,9%) болғанын атап өткен жөн. 2020 жылғы пандемияның әсеріне қарамастан, қызметтер экспортының өсімі тұрақты түрде жалғасып жатқаны маңызды.

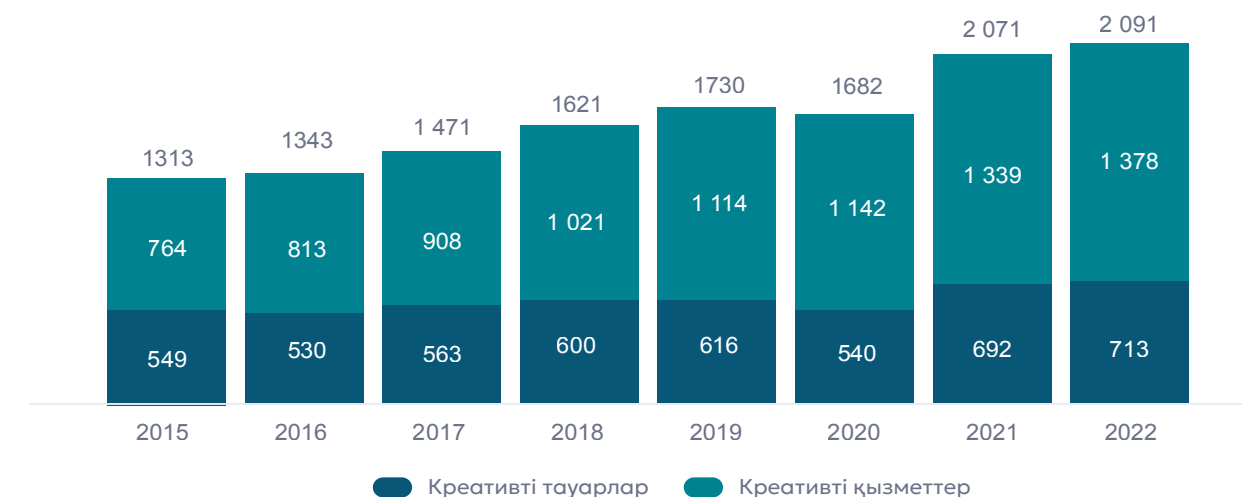
1.5.1. Креативті тауарлар мен қызметтердің жаһандық экспорты

Креативті тауарлар мәдени, экономикалық және көркемдік құндылықты көрсететін алуан түрлі өнімдерді қамтиды. UNCTAD жіктемесіне сәйкес, мұндай тауарлар «шығармашылық мазмұны, экономикалық және мәдени құндылығы бар әрі нарыққа бағытталған материалдық өнімді жасау, өндіру және тарату цикліне» қатысушы ретінде анықталады.

Бұл тәсіл эксклюзивті және көпшілікке арналған өнімдер, қолмен жасау және машиналар өндірісі, сәндік және функционалды бұйымдар арасындағы айырмашылықтың күрделілігін ескереді. Осы өлшемшарттарға сәйкес келетін барлық тауарларды қоса алғанда, жіктеме осы динамикалық саланың жан-жақтылығы мен жаһандық маңыздылығын көрсете отырып, оның сауда статистикасында кешенді түрде қамтылуын қамтамасыз етеді.

13-СУРЕТ. КРЕАТИВТІ ТАУАРЛАР МЕН ҚЫЗМЕТТЕРДІҢ ӘЛЕМДІК ЭКСПОРТЫ, \$ МЛРД

Дереккөз: UNCTAD



¹⁹ PwC-дің ойын-сауық және медиа саласындағы 2023-2027 жылдарға арналған жаһандық болжамы

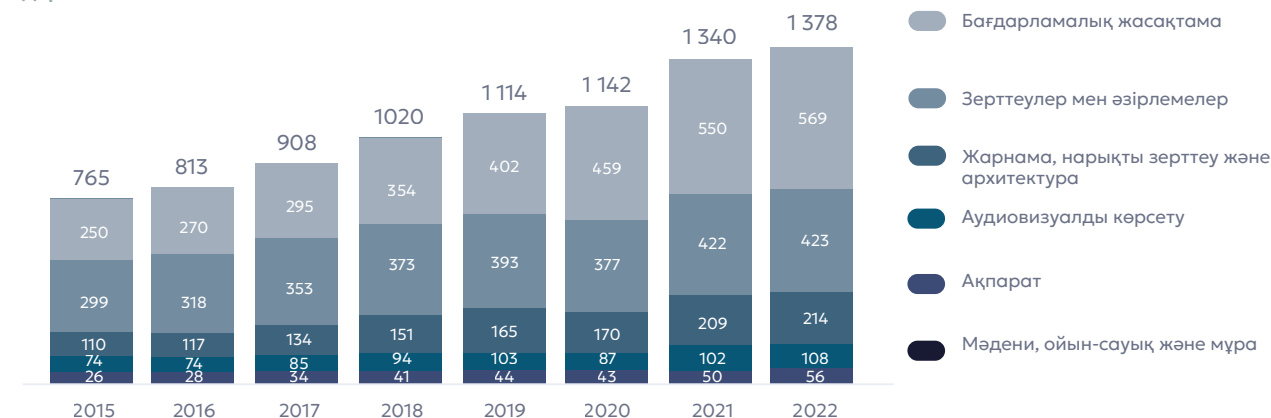
²⁰ Креативті экономикаға шолу, ЮНКТАД 2024

1.2.1. Креативті қызметтер экспорты

2022 жылы 569 млрд долларды құраған креативті қызметтердің негізгі экспорты бағдарламалық жасақтама саласындағы қызметтерге тиесілі болды, ал зерттеулер мен әзірлемелер 423 млрд доллар үлес қосты, бұл оларды креативті қызметтердің ең көп экспортталатын санаттарына айналдырды. Одан кейін жарнама, маркетингтік зерттеулер, сәулет және аудиовизуалды қызметтер.

14-СУРЕТ. КРЕАТИВТІ ҚЫЗМЕТТЕРДІҢ ЖАҢАНДЫҚ ЭКСПОРТЫ САНАТТАР БОЙЫНША, 2015-2022, \$ МЛРД

Дереккөз: UNCTAD

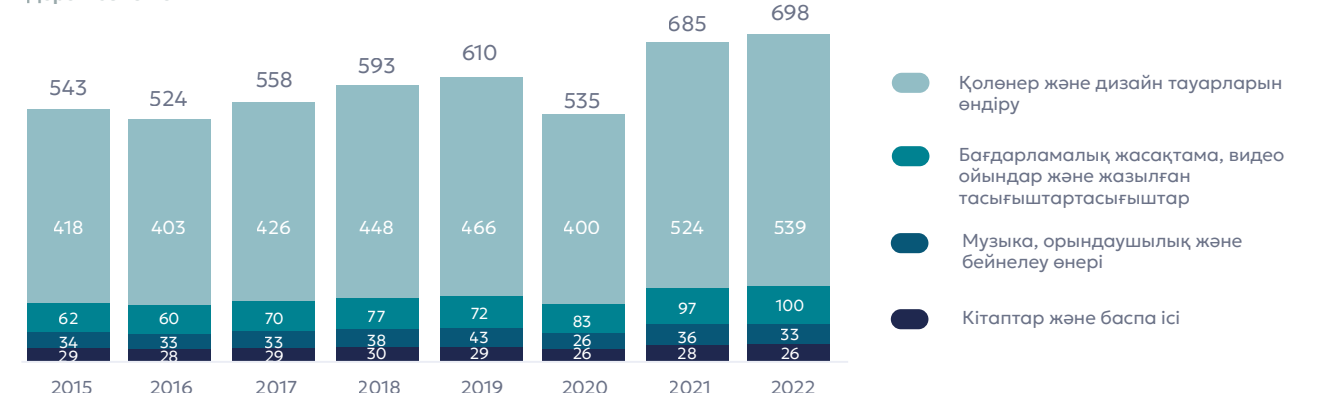


1.2.2. Креативті тауарлар экспорты

Креативті тауарлардың экспорты 2022 жылы 539 млрд долларды құрады, бұл ретте қолмен жасалған бұйымдар мен дизайн тауарлары жалпы көлемнің 75,6%-ын құрады. Бағдарламалық жасақтама, видео ойындар және жазылған музыка 100 млрд доллар көрсеткішпен көлемі бойынша екінші орындағы санатты құрады.

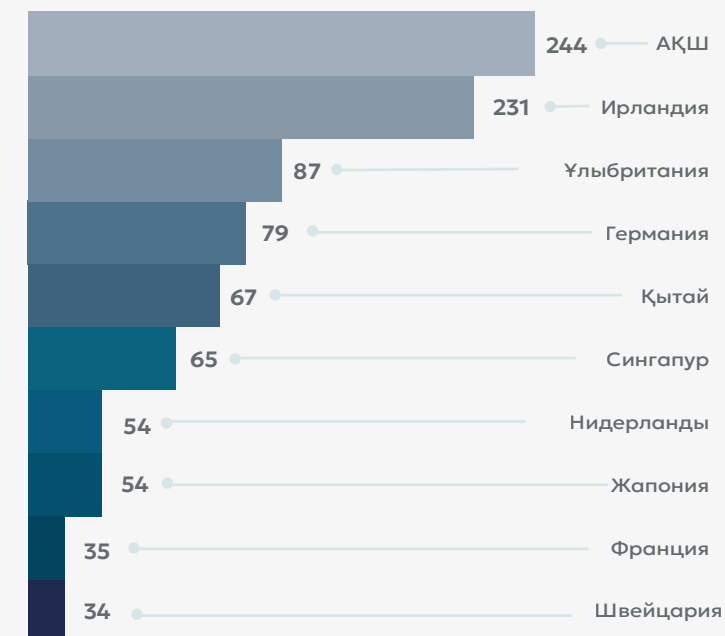
16-СУРЕТ. КРЕАТИВТІ ТАУАРЛАРДЫҢ ЖАҢАНДЫҚ ЭКСПОРТЫ САНАТТАР БОЙЫНША, 2015-2022, \$ МЛРД

Дереккөз: UNCTAD



15-СУРЕТ. КРЕАТИВТІ ҚЫЗМЕТТЕРДІ ЭКСПОРТТАУШЫ ТОП-10 ЕЛ, \$ МЛРД, 2022

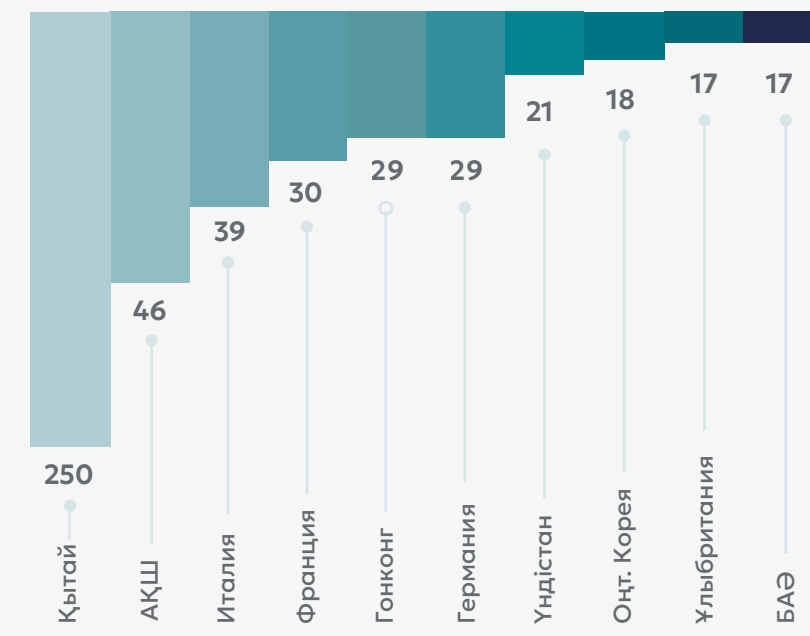
Дереккөз: UNCTAD



АҚШ пен Ирландия сәйкесінше 244 млрд доллар және 231 млрд доллар көрсеткіштерімен креативті қызметтердің ең ірі экспорттаушыларының тізімін басқарады. Олардан кейін Ұлыбритания (87 млрд доллар), Германия (79 млрд доллар) және Қытай (67 млрд доллар).

17-СУРЕТ. КРЕАТИВТІ ТАУАРЛАРДЫ ЭКСПОРТТАУШЫ ТОП-10 ЕЛ, 2022, \$ МЛРД

Дереккөз: UNCTAD



Алдыңғы жылдардағыдай, Қытай 2022 жылы 250 млрд доллар экспортымен креативті тауарлардың ең ірі экспорттаушысы болып қалды, одан кейін 46 млрд доллармен АҚШ және 39 млрд доллармен Италия.

02.

ОРТАЛЫҚ АЗИЯДАҒЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРҒА ШОЛУ

- 2.1 Аймақтың макрокөрсеткіштері 29
- 2.2 Аймақтағы креативті индустриялар бойынша салыстырмалы шолу 30
 - 2.2.1. Цифрлық жарнама 31
 - 2.2.2. Музыка 34
 - 2.2.3. Кино 34
 - 2.2.4. Видео ойындар 34

\$470
млрд

Орталық Азияның ЖІӨ,
2023

\$700
млрд

Орталық Азияның ЖІӨ
болжамы, 2028

76%
60 млн пайдаланушы
Орталық Азияда 2024 жылдың
басында интернеттің таралу
деңгейі

5,3-55,5
Мбит/с

Орталық Азия елдері арасында
бекітілген интернеттің орташа
жылдамдық диапазоны

85,9
млн

Орталық Азиядағы белсенді
мобильді қосылулар саны

\$865
млн

Орталық Азиядағы цифрлық
жарнама нарығының көлемі,
2023

\$1,25
млрд

Орталық Азиядағы цифрлық жарнама
нарығының болжамды көлемі, 2028

\$20,9
млн

Орталық Азиядағы музыка
нарығының көлемі, 2023

\$12,8
млн

Орталық Азиядағы
кинотеатрлардың кірістері,
2023

\$416
млн

Орталық Азиядағы видео
ойындар нарығының көлемі, 2023

02. ОРТАЛЫҚ АЗИЯДАҒЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРҒА ШОЛУ

ОРТАЛЫҚ АЗИЯДАҒЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАР ЦИФРЛАНДЫРУДЫҢ АРТУЫНА, ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ҚАЛАУЫНЫҢ ӨЗГЕРУІНЕ ЖӘНЕ ӨҢІРЛІК ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУҒА БАЙЛАНЫСТЫ СЕРПІНДІ ӨСІМДІ КӨРСЕТУДЕ.

Бұл тарауда Қазақстандағы, Қырғызстандағы, Өзбекстандағы, Тәжікстандағы және Түрікменстандағы креативті экономиканың негізгі секторлары — цифрлық жарнама, музыка, кино және видео ойындар талданады.

2.1. Аймақтың макрокөрсеткіштері

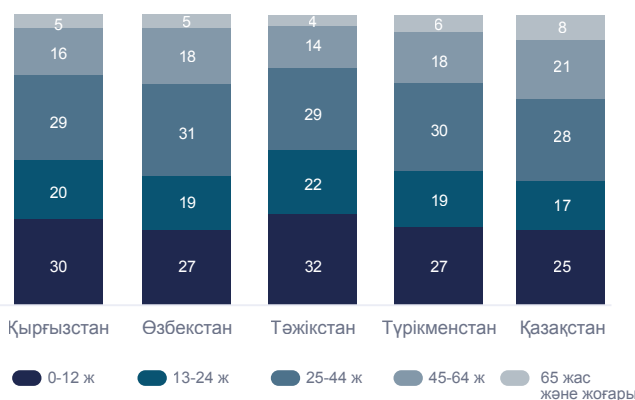
Орталық Азияда халықтың негізгі бөлігі

0-12 жас 25-44 жас топтарына тиесілі

Бұл жас санаттары аймақ халқының жастығын, креаторлардың әлеуетті жаңа буыны – жұмыс күші өсіп келе жатқан және тұтынушылардың тарапынан креативті тауарлар мен қызметтерге күтілетін сұранысын көрсетеді.

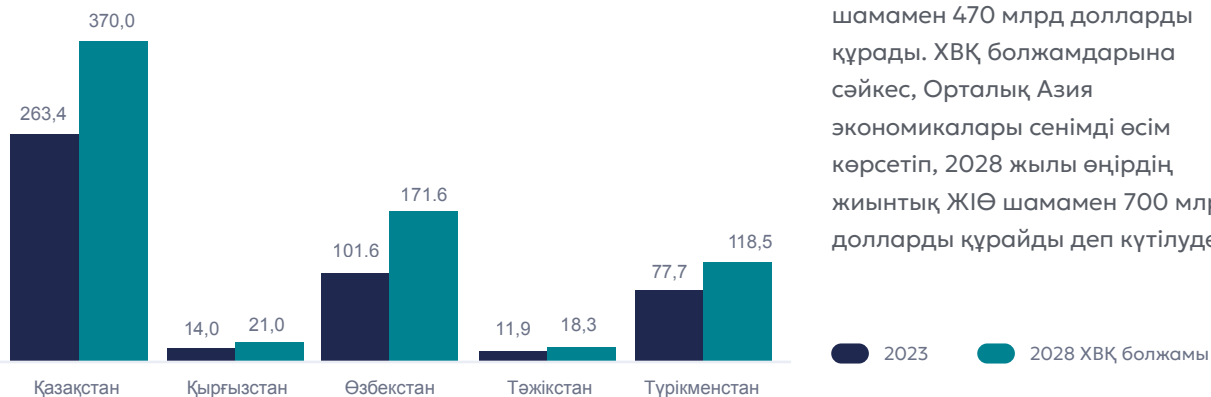
18-СУРЕТ. ОРТАЛЫҚ АЗИЯ ЕЛДЕРІНДЕГІ ХАЛЫҚТЫҢ ЖАС ТОПТАРЫ БОЙЫНША БӨЛІНУІ, 2024, %

Дереккөз: DataReportal



19-СУРЕТ. ОРТАЛЫҚ АЗИЯ ЕЛДЕРІНДЕГІ НОМИНАЛДЫ ЖІӨ, 2023-2028, \$ МЛРД

Дереккөз: ХВҚ



2023 жылы Орталық Азияның ЖІӨ шамамен 470 млрд долларды құрады. ХВҚ болжамдарына сәйкес, Орталық Азия экономикалары сенімді өсім көрсетіп, 2028 жылы өңірдің жиынтық ЖІӨ шамамен 700 млрд долларды құрайды деп күтілуде.

ХВҚ-ның Орталық Азия елдері бойынша болжамдары:

01.

Қазақстан өңірдегі ең ірі номиналды ЖІӨ-ге ие, ол 2023 жылғы 264,2 млрд доллардан 2028 жылы 370 млрд долларға дейін өседі.

02.

Өзбекстан ЖІӨ-ні дәл сол кезеңде 101,6 миллиард доллардан 171,6 миллиард долларға дейін ұлғайта отырып, қарқынды өсімді көрсетеді.

03.

Түрікменстанның да айтарлықтай өсу әлеуеті бар: ЖІӨ 77,7 млрд доллардан 118,5 млрд долларға дейін артады.

04.

Қырғызстан мен Тәжікстан экономикасы аз болғанымен, олар да тұрақты өсімді күтуде.

2.2. Аймақтағы креативті индустриялар бойынша салыстырмалы шолу

Аймақта цифрлық жарнама белсенді дамып келеді. Әлеуметтік желілер мен мобильді қосымшалардағы жарнамалар тұтынушыларды тартудың негізгі құралына айналды. Тек Қазақстанда ғана цифрлық жарнамаға жұмсалатын шығындар 2028 жылға қарай 700 млн доллардан аспақ. FMCG секторы шығыстардың жалпы көлемінде айтарлықтай үлесті тұрақты иеленіп, Орталық Азиядағы жарнамадан түсетін кірісті ұлғайтуда маңызды рөл атқарады.

Музыка индустриясы, бүкіл әлемдегі сияқты, контентті тұтынудың негізгі тәсілі ретінде стримингті барынша көп пайдалануда. Spotify және Yandex Music сияқты платформалар нарықта үстемдік етеді, ал жергілікті

орындаушылар барған сайын танымал бола бастады.

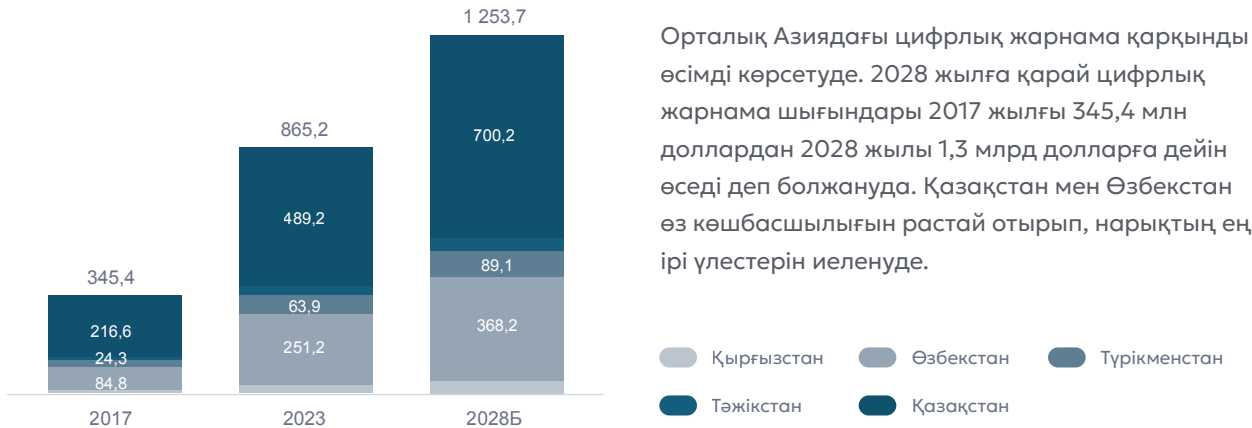
Орталық Азия кинематографы қайта жандануда. Қазақстанда прокаттағы ұлттық фильмдердің үлесі жергілікті тарихқа деген қызығушылықтың артуына байланысты көбейіп келеді.

Сонымен қатар, видео ойындар секторы қазіргі сұранысқа сай әзірге салыстырмалы түрде нашар дамыған, сұранысты толық көлемде шетелдік өнімдер қанағаттандырып отыр. Аймақтың видео ойындар нарығы, әсіресе мобильді форматта айтарлықтай өседі деп күтілуде. Бұл ретте Қазақстан 2027 жылға қарай 317 млн долларды құрайтын нарықпен көшбасшы позицияға шығуға әлеуеті бар.

2.2.1 Цифрлық жарнама

20-СУРЕТ. ОРТАЛЫҚ АЗИЯДАҒЫ ЦИФРЛЫҚ ЖАРНАМА НАРЫҒЫНЫҢ КӨЛЕМІ, 2017-2028, \$ МЛН

Дереккөз: Statista



Цифрлық жарнаманың өсуі аймақтағы интернет-қолданушылар санының көбеюімен және интернет байланысы сапасының жақсаруымен тығыз байланысты. Қазақстанда пайдаланушылар саны 2017 жылғы 13,9 млн-нан 2024 жылы 18,2 млн-ға дейін өсті, бұл ретте интернеттің таралу деңгейі 92,3%-ға жетті. Өзбекстан одан да айтарлықтай өсімді көрсетіп отыр: пайдаланушылар саны 15,4 млн-нан 29,5 млн-ға дейін өсті, ал интернетпен қамтылу 83,3%-ға жетті. Қырғызстан, Тәжікстан және Түрікменстан да оң динамика көрсетуде, дегенмен олардың көрсеткіштері төмен болып қалып отыр.

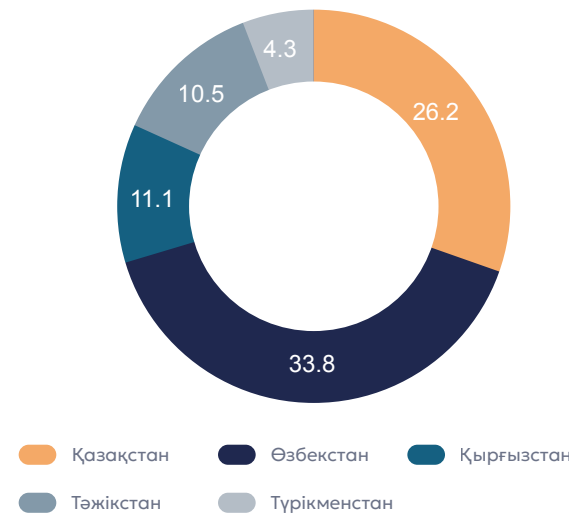
21-СУРЕТ. ОРТАЛЫҚ АЗИЯДАҒЫ ЖЕЛІ ПАЙДАЛАНУШЫЛАРЫНЫҢ САНЫ ЖӘНЕ ИНТЕРНЕТТІҢ ТАРАЛУ ДЕҢГЕЙІ, 2017-2028, МЛН АДАМ, %

Дереккөз: DataReportal

2024 жылдың басында интернет пайдаланушылар саны, млн адам		2017 жылдан бергі өсім %	2024 жылдың басында интернеттің ену деңгейі, %		2017 жылдан бергі өсім %
Қазақстан	18,2	+31%	92,3%		+15%
Қырғызстан	5,4	+75,6%	79,89%		+29%
Өзбекстан	29,5	+91,5%	83,3%		+34,6%
Тәжікстан	4,3	+119%	41,6%		+19,6%
Түрікменстан	2,6	+105%	39,5%		+18,2%

22-СУРЕТ. ОРТАЛЫҚ АЗИЯДАҒЫ БЕЛСЕНДІ МОБИЛЬДІ ҚОСЫЛЫМДАР, 2024, МЛН БІРЛІК

Дереккөз: DataReportal



Бұдан басқа, Орталық Азия ұялы байланыс санының айтарлықтай өсімін көрсетуде. 2024 жылдың басында аймақтағы белсенді ұялы қосылудың жалпы саны 80 млн-нан асты. Қазақстанда 26,2 млн қосылу (халықтың 133,1%) бар, Өзбекстанда – 33,81 млн (95,5%).²¹

Аймақтағы интернет-қосылудың сапасы жарнаманы, әсіресе трафикті көп тұтынатын форматтарды тиімді орналастырудың маңызды факторына айналууда. Қазақстан 35,49 Мбит/с жылдамдықпен мобильді интернет жылдамдығы бойынша көш бастап тұр, ал Өзбекстан бекітілген интернет бойынша жоғары нәтиже көрсетіп отыр – 55,45 Мбит/с. Бұл көрсеткіштер видео мен интерактивті контент сияқты мол ресурсты қажет ететін форматтар арқылы жарнаманы ілгерілетуге мүмкіндік береді.

23-СУРЕТ. ОРТАЛЫҚ АЗИЯДАҒЫ ИНТЕРНЕТТІҢ ОРТАША ЖЫЛДАМДЫҒЫ, 2024, МЛН БІРЛІК

Дереккөз: DataReportal

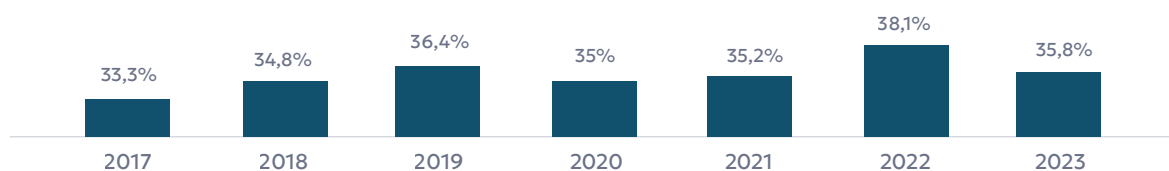
Мобильді интернеттің орташа жылдамдығы Мбит/с Қаңтар 2024	Бекітілген интернеттің орташа жылдамдығы Мбит/с Қаңтар 2024
Қазақстан	35,5
Қырғызстан	25,5
Өзбекстан	24,7
Тәжікстан	9,4
Өзбекстан	55,5
Қырғызстан	54,6
Қазақстан	51,4
Тәжікстан	26,8
Түрікменстан	5,3

²¹ DataReportal

DataReportal зерттеуіне сәйкес, жаһандық әлеуметтік желі пайдаланушылардың күнделікті онлайн-әрекеттерінде маңызды орын алады, әлеуметтік желілерге интернетте өткізілетін барлық уақыттың 35,8% тиесілі, бұл онлайндағы әрбір үш минуттың бір минутына тең.

24-СУРЕТ. ОНЛАЙН ӨТКІЗІЛГЕН УАҚЫТТАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕРДІҢ ЖАҒАНДЫҚ ҮЛЕСІ, 2024, %

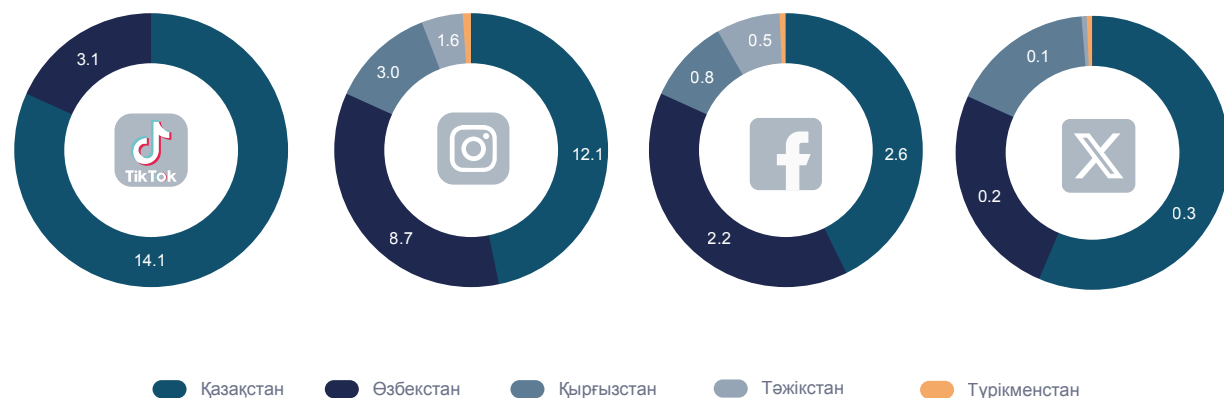
Дереккөз: DataReportal



Пайдаланушылардың мұндай жоғары белсенділігі әлеуметтік желіні цифрлық жарнаманы дамытудың негізгі құралы және аудиториямен, соның ішінде бүкіл Орталық Азия аймағындағы аудиториямен өзара әрекеттесудің негізгі арнасы етеді.

25-СУРЕТ. ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕРДІ ПАЙДАЛАНУШЫЛАР САНЫ, МЛН

Дереккөз: DataReportal



Әлеуметтік желі аудиториясының өсуі аясында жарнамалық бюджеттердің едәуір бөлігі дәл осы платформаларда ілгерілеуге бағытталауда. Instagram және TikTok жарнама берушілерге нысаналы аудиторияны қамту және өзара әрекеттесу үшін кең мүмкіндіктер ұсына отырып, аймақтағы ең танымал желі алаңдары позицияларын сенімді түрде сақтауда²².

Интернеттің белсенді таралуы және әлеуметтік желілерді пайдаланушылар санының артуы Орталық Азияны цифрлық жарнамаға инвестициялау үшін перспективалы аймаққа айналдырады. Бұл трендтер индустрияның тұрақты өсіміне және жарнамалық науқан аудиториясының кеңеюіне жағдай жасайды.

²² DataReportal

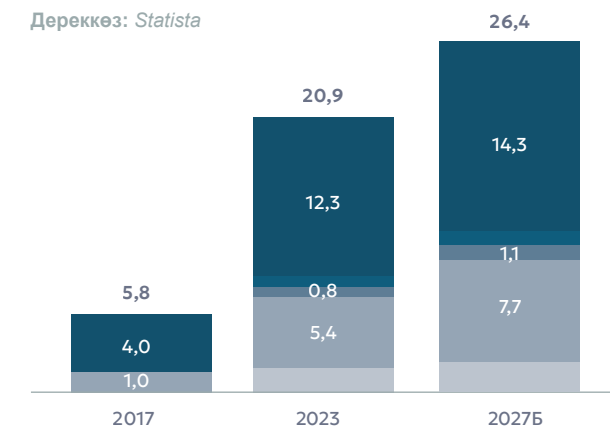
2.2.2. Музыка

Орталық Азиядағы музыка нарығының көлемі 2017 жылғы 5,8 млн доллардан 2023 жылы 20,9 миллион долларға дейін айтарлықтай өсті. 2027 жылға қарай нарық 26,4 млн долларға дейін өседі деп күтілуде. Бұл өсім цифрлық музыкаға сұраныстың артуына, оффлайн іс-шаралардың танымалдылығына және салаға инвестициялардың артуына байланысты.

Стриминг аймақтың музыка индустриясында басым, ал Spotify және Yandex Music жетекші платформалар болып қалуда. Сондай-ақ ұлттық тілдердегі музыкаға деген қызығушылықтың артуы байқалады.

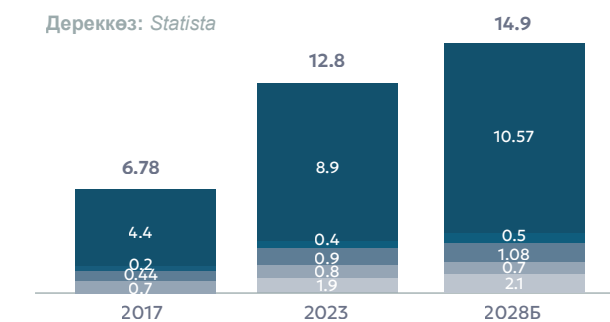
26-СУРЕТ. ОРТАЛЫҚ АЗИЯДАҒЫ МУЗЫКА ИНДУСТРИЯСЫ НАРЫҒЫНЫҢ КӨЛЕМІ, 2017-2027, \$ МЛН

Дереккөз: Statista



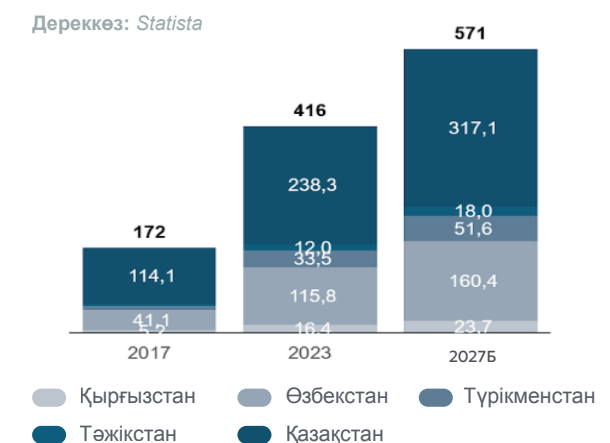
27-СУРЕТ. ОРТАЛЫҚ АЗИЯДАҒЫ КИНОТЕАТРЛАРДЫҢ КІРІСТЕРІ, 2017-2028, \$ МЛН

Дереккөз: Statista



28-СУРЕТ. ОРТАЛЫҚ АЗИЯДАҒЫ ВИДЕО ОЙЫНДАР НАРЫҒЫНЫҢ КӨЛЕМІ, 2017-2027, \$ МЛН

Дереккөз: Statista



2.2.4. Видео ойындар

Қазақстан мен Өзбекстан Орталық Азиядағы видео ойындар нарығының көлемі бойынша көш бастап тұр. 2017 жылы нарық көлемі 171,7 млн долларды құрады. 2023 жылы бұл көрсеткіш 416 млн долларға (+142%) жетті, ал 2027 жылға қарай 570,7 млн долларға дейін өседі деп күтілуде.

²³ Ескерту: кинотеатрлардан түсетін кіріс көрсеткіштері дереккөзге байланысты өзгереді: Statista және ұлттық статистикалық агенттіктердің деректері арасында айтарлықтай айырмашылық болуы мүмкін

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАР

3.1 Қазақстанның креативті индустрияларының макроэкономикалық көрсеткіштері	38	3.2 Креативті индустриялар бойынша шолу	59
3.1.1. Креативті индустриялардың жалпы қосылған құны	39	3.2.1. Цифрлық жарнама	59
3.1.2. Қазақстанның креативті тауарлармен сыртқы саудасы	41	3.2.2. Музыка	63
3.1.3. Креативті индустрияда жұмыс істейтін компаниялар саны	47	3.2.2.1 Музыка индустриясының макроэкономикалық көрсеткіштері	63
3.1.4. Креативті индустрияда жұмыс істейтіндер саны	50	3.2.2.2 Профильдік көрсеткіштер (цифрлық музыка және концерттер)	65
3.1.5. Креативті индустриядағы өндіріс көлемі	53	3.2.3. Кино	68
3.1.6. Негізгі капиталға инвестициялар	56	3.2.3.1 Киноиндустрияның макроэкономикалық көрсеткіштері	68
		3.2.3.2 Профильдік көрсеткіштер (өндіріс, көрсетілім, түсім, кинотеатрлар)	69
		3.2.4. Видео ойындар	74
		3.3 Таяуда болған оқиғалар	76



03. ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАР

СОҢҒЫ ЖЫЛДАРЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДЫ ДАМУҒА ҚАЗАҚСТАН ҮШІН БАСЫМДЫҚҚА АЙНАЛДЫ. МЫСАЛЫ, ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ 2029 ЖЫЛҒА ДЕЙІНГІ ҰЛТТЫҚ ДАМУ ЖОСПАРЫНДА ЭКОНОМИКАНЫ ӘРТАРАПТАНДЫРУ МЕН ӨСІРУ ҮШІН КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДЫҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ АТАП КӨРСЕТІЛГЕН.

2017 жылдан бастап креативті экономика номиналды мәнде 3,2 есе өсті. Алайда, креативті индустриялардың елдің ЖІӨ-сіне қосқан үлесі әлі де салыстырмалы түрде аздау және бүгінде шамамен 1% құрайды, бұл көптеген дамыған елдерге қарағанда айтарлықтай төмен. Бұл сектордың Қазақстанда одан әрі өсуі үшін елеулі әлеуеті бар екенін көрсетеді.²⁴



Ирина Харитоновна:

«Креативті индустриялар – бұл білім мен әсердің экономикасы. Бұл ел өміріне жаңа серпін беретін нәрсе – жаңа жұмыс орындары, инфрақұрылым құрылады, адамдардың ойлауы өзгереді. Адамдар неғұрлым дамыған әрі білімді болған сайын әсемдікке ұмтылады. Олар театрларға бара бастайды, киноға барады, кітап оқи бастайды. Қоғамда мүлдем жаңа тауарлар мен қызметтерге мұқтаждық туады. Бұл қажеттілікті жабу керек болғандықтан жаңа тұтыну өнімдері пайда болады. Сөйтіп жаңа қаржылық айналым

Президент Қ. Тоқаев инклюзивті экономика құрудағы креативті индустрияның рөлін атап өтіп, зияткерлік меншікті қорғау, өңірлік креативті орталықтарды кеңейту және креативті өнімді коммерцияландыру үшін инфрақұрылым ұсыну бойынша жаңа қолдау шараларын жариялады.



Ернар Құрмашев::

«Қатарға қатысты мынадай мысал бар – бұл Қазақстан сияқты мұнайлы ел, бірақ олар өздерінің даму стратегиясында экономиканы әртараптандыратын сала ретінде креативті экономикаға басымдық берді. Болашақта бұл ел мұнай өндіруге аса тәуелді болмайды. Қазақстан үшін де осындай мүмкіндік бар – біз өзіміз туралы бүкіл әлемге жар сала аламыз. Креативті индустрияда керемет технологиялар мен әзірлемелер қажет емес. Бізде, әсіресе, халықтың көпшілігін құрайтын жастар арасында көптеп кездесетін дарынды адамдар керек».

3.1. Қазақстанның креативті индустрияларының макроэкономикалық көрсеткіштері

Қазақстандағы креативті индустриялар 12 санаттағы 43 бағытты қамтиды.²⁵

Зергерлік іс

- 32.12.0** Зергерлік және соған ұқсас бұйымдар өндірісі
- 32.13.0** Бижутерия мен соған ұқсас бұйымдар өндірісі

Кино және анимация

- 59.11.0** Кино-, бейнефильмдер және телевизиялық бағдарламалар шығару қызметі
- 59.12.0** Кино-, бейнефильмдер мен телевизиялық бағдарламаларды жасауды аяқтау қызметі

Кітапханалар, музейлер

- 91.02.0** Музейлер қызметі
- 91.01.2** Оқу залдарының, дәрісханалардың, демонстрациялық залдардың қызметін қоса алғанда, кітапхана қызметі

Мәдениет-бос уақыт өткізу мекемелері

- 90.01.2** Концерттік қызмет
- 90.04.0** Концерт және театр залдарының қызметі
- 90.03.0** Көркем және әдеби шығармашылық
- 93.29.3** Қуыршақ театрларының қызметі
- 90.02.0** Мәдени-ойын-сауық іс-шараларын өткізуге ықпал ететін қызмет
- 90.01.1** Театр қызметі
- 90.01.3** Цирк қызметі

Мәдени мұра

- 91.03.0** Тарихи орындар мен ғимараттардың және осыған ұқсас туристік көрікті жерлердің қызметі

Музыка

- 59.20.0** Дыбыс жазу және музыкалық шығармалар шығару саласындағы қызмет
- 32.20.0** Музыкалық аспаптар өндірісі

Сәулет және сән

- 71.11.2** Атом өнеркәсібі және атом энергетикасы объектілерін қоспағанда, сәулет саласындағы қызмет
- 74.10.0** Мамандандырылған дизайнерлік қызмет

Телевизиялық бағдарламалар

- 60.20.0** Телевизиялық бағдарламаларды жасау және тарату жөніндегі қызмет

Фотография

- 74.20.0** Фотография саласындағы қызмет

Халық кәсіпшілігі

- 16.29.2** Ағаштан декоративтік бұйымдар жасау
- 16.24.0** Ағаш ыдыс өндірісі
- 16.29.1** Әртүрлі ағаш бұйымдары өндірісі
- 23.19.9** Басқа топтамаларға енгізілмеген шыны бұйымдар өндірісі
- 14.19.9** Басқа топтамаларға енгізілмеген киім мен аксессуарлардың өзге түрлерінің өндірісі
- 32.99.3** Кәдесый бұйымдарының өндірісі
- 13.99.2** Киізден жасалған бұйымдар өндірісі
- 13.95.0** Киімнен басқа, мата емес текстиль бұйымдарының өндірісі
- 13.93.0** Кілем және кілем бұйымдарының өндірісі
- 13.92.0** Киімнен басқа, дайын текстиль бұйымдарының өндірісі
- 15.12.2** Ер-тоқым бұйымдарының өндірісі
- 32.40.0** Ойындар мен ойыншықтар өндірісі
- 14.39.0** Өзге де тоқылған және трикотаж киімдер өндірісі
- 23.49.0** Өзге де керамикалық бұйымдар өндірісі
- 25.71.0** Пышақ бұйымдарының өндірісі
- 26.52.1** Сағаттардың барлық түрлерінің өндірісі
- 25.50.1** Соғу, престеу, штамптау және профильдеу арқылы дайын металл бұйымдар немесе жартылай фабрикаттар өндірісі
- 23.70.0** Тасты кесу, өңдеу және әрлеу
- 23.41.1** Фарфор мен фаянстан жасалған тұрмыстық-шаруашылық бұйымдар өндірісі
- 23.41.2** Шаруашылық-тұрмыстық қыш бұйымдар өндірісі

IT және геймдевелопмент

- 62.01.1** Бағдарламалық қамтылым әзірлеу
- 58.21.0** Компьютерлік ойындар шығару

Басқалары

- 82.30.0** Конференциялар мен сауда көрмелерін ұйымдастыру

²⁴ Қазақстан Республикасының 2029 жылға дейінгі Ұлттық даму жоспары

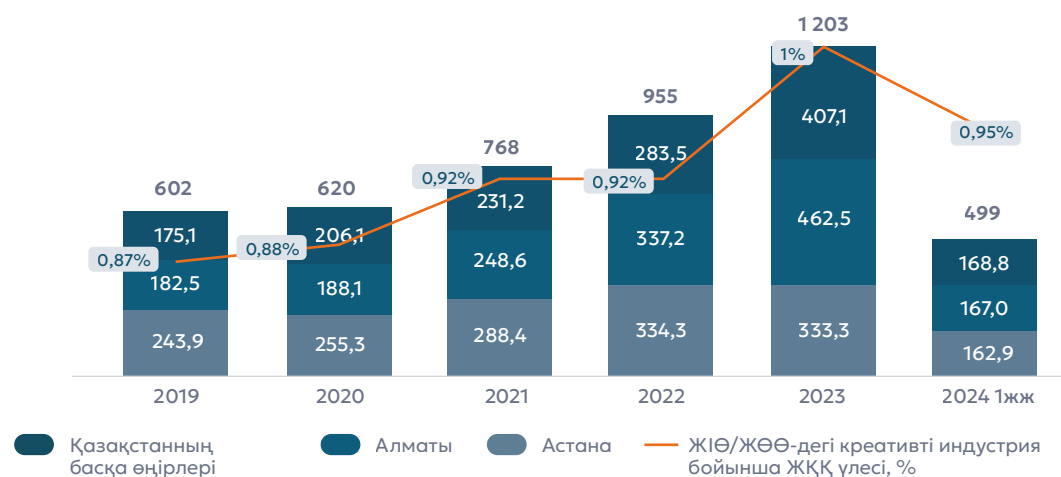
²⁵ Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігі

3.1.1 Креативті индустриялардың жалпы қосылған құны

Қазақстанда креативті индустриялардың жалпы қосылған құны (ЖҚҚ) соңғы жылдары өсуде. 2023 жылы ол 1,2 трлн теңгеге жетті.²⁶ Қосылған құнның негізгі жасаушылары – Астана мен Алматы, олардың көрсеткіштері тиісінше 333,3 млрд теңге және 462,5 млрд теңге. Бұл екі қала Қазақстанның креативті экономикасының 66,2% қалыптастырады. 2024 жылдың бірінші жартыжылдығында креативті индустриялардың ЖҚҚ 498,7 млрд теңгені құрады.

29-СУРЕТ. КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДЫҢ ЖҚҚ-СЫ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЖІӨ-СІНДЕГІ ҮЛЕСІ, 2019-2024, МЛРД ТЕҢГЕ, %

Дереккөз: ҰСБ



Жалпы, елде заманауи (технологиялық) және дәстүрлі креативті индустриялар арақатынасы тең екені байқалады.

²⁶ Ескерту: сыртқы сауда туралы бөлімді қоспағанда, бұл жерде және одан әрі сұратылған деректер негізінде Ұлттық статистика бюросының және Талдау порталында қолжетімді деректер пайдаланылды

Дана Шаяхмет:

«Креативті индустриялардың коммерцияландыруға анағұрлым қабілетті бөлігі бар – бұл IT, кино, музыка, ойын жасау, жарнама. Бұл салалар айтарлықтай жетілген және өздерін ұйымдастыруды біледі. Олар тікелей қаржылық қолдауға мұқтаж емес. Бұл орайда салық салуды азайту және жеңілдету, экспортты дамытуға жәрдемдесу, авторлық құқықты сақтау, егер үлкен монополия пайда болса оны реттеу сияқты басқа да құралдар бар. Мұнда мемлекет кедергі жасамай, тек жай ғана көмектесуі керек.

Қолөнер немесе сән сияқты көбірек назар аударуды қажет ететін креативті салалар бар – оларға тек гранттық қаржыландыру ғана емес, сонымен қатар оларға коммерцияландыруға шығуға көмектесу үшін білім беру және оқыту бизнес-құралдары да жасалуы керек».

Қазақстандағы ең ірі заманауи креативті индустрияға – үлесі 38%-ды құрайтын IT және видео ойындарды жасау жатады, осы саланың ЖҚҚ-сы 459 млрд теңгені құрады. Видео ойындарды әзірлеудегі қосылған құн төмен деңгейде – тек 2,1 млрд теңге екенін айта кету керек, бұл ретте барлық үлес бағдарламалық жасақтаманы әзірлеумен қамтамасыз етілген.

Әлім Хамитов:

«Мен Қазақстан үшін алдағы 5-7 жыл ішінде бірқатар жобаларды іске асыруға, IT-компанияларымызға үлкеюге және өнімдерімізді шетелге экспорттауға көмектесуге арналған, кейіннен мультипликативті әсер беретін бірнеше сәтті кейстерге ие болатындай зор мүмкіндіктердің әлеуетін көріп отырмын. Сол кезде көптеген жастар өздерінің стартаптарын осы жерде құрғысы келеді. Бірақ бұл кейстер жаһанға танылуы үшін инвестиция қажет. Бұл венчурлық қорлар мен креативті индустрия қорларының пайда болуына алғышарт туғызады. Осы қорлар арқылы бизнес өзі шешім шығарып, өзі бәрін жасайды, дегенмен де инвестиция қажет».

Алексей Шегай:

«Қазақстанда ойын индустриясын дамытудағы негізгі кедергілер – венчурлық капиталдың және мемлекеттік қолдау бағдарламаларының болмауы, ойындарды экспорттаудағы күрделілік және ойын дизайны, бағдарламалау мен маркетинг саласындағы мамандардың жетіспеушілігі. Жалпы алғанда ойын индустриясы нарық ретінде тәуекелдері жоғары және Қазақстандағы венчурлық қорлар бізге айтарлықтай күмәнмен қарайды. Сонымен қатар, тәуекелге баратын және осы салаға инвестиция салатын қорлар бар екенін айта кету керек».

Қалған заманауи индустриялар тек 138 млрд теңгені немесе Қазақстанның креативті экономикасының ЖҚҚ-сының 11,5%-ын қамтамасыз етеді. Оларға телевидение (99 млрд), кино (23 млрд), фотография (14 млрд) және музыка (1,7 млрд) кіреді.

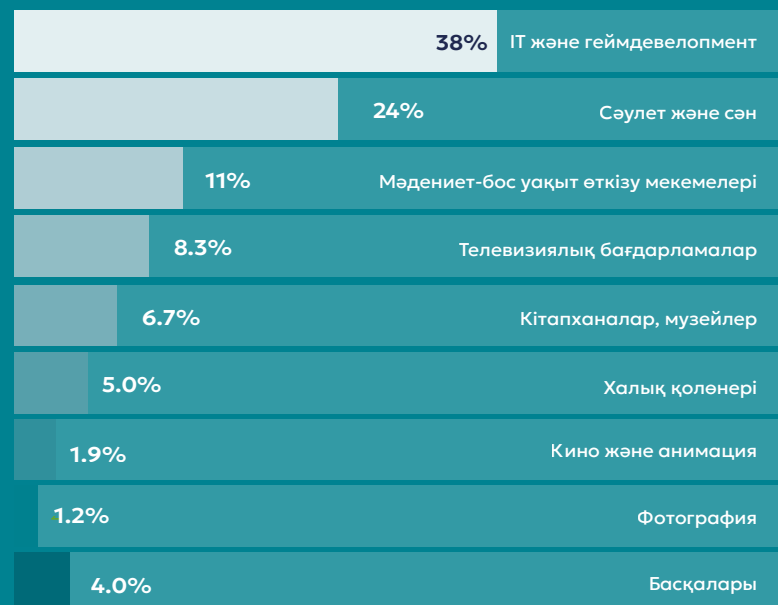


Давид Туганов:

«Креативті жастардың көптігі — бұл әсіресе жаңа креативті индустриялар: жаңа медиа, кино және анимация, ойындар жасау үшін стратегиялық ресурс».

30-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫНЫҢ ЖҚҚ БОЙЫНША ҚҰРЫЛЫМЫ, 2023, %

Дереккөз: ҰСБ



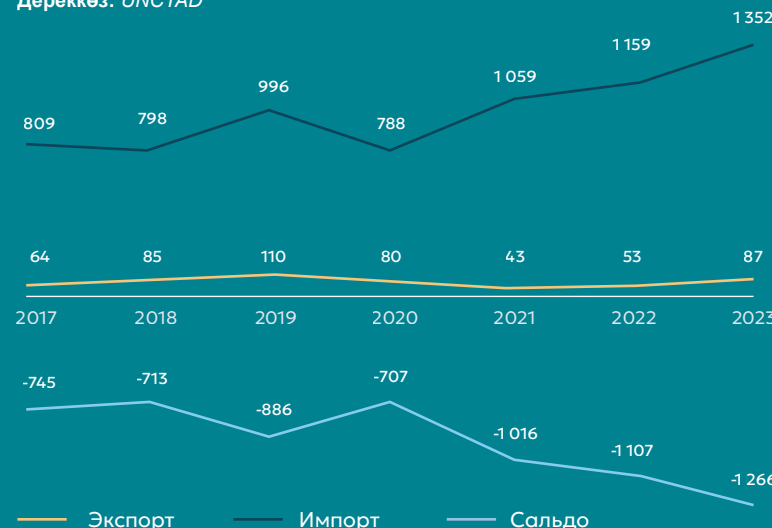
Бүгінгі таңда ең үлкен дәстүрлі индустрия – сәулет, сән және дизайн саласындағы қызмет. Оның елдің креативті экономикасының ЖҚҚ-сындағы үлесі

24%
286 млрд тг.

Одан кейін театр және концерттік қызмет негізін құрайтын 132 млрд теңге көлеміндегі мәдени-демалыс мекемелерінің қызметі тұр. Одан әрі кітапханалар мен мұражайлар (81 млрд) және халық қолөнері (60 млрд, оның ішінде 21 млрд теңге көлемінде тоқыма бұйымдарын өндіру) салыстырмалы түрде ірі салалар болып келеді.

31-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ТАУАРЛАР БОЙЫНША СЫРТҚЫ САУДАСЫНЫҢ САЛЬДОСЫ, 2017-2023, \$ млн

Дереккөз: UNCTAD



Еркебұлан Күрішбаев:

«Контентті экспортқа сәтті шығару үшін продюсерлерді оқыту және дамыту қажет. Егер жасаушылардың ақша табуға мүмкіндігі, төмен салықтар мен инфрақұрылым болса, онда экспорттың өзі де болады. Бұл тұрғыда Rebate өте маңызды ынталандыру құралы болмақ».

Қазақстанға креативті тауарлардың импорты бірқатар санаттар бойынша тұрақты өсімді көрсетуде, бұл отандық өндірісте жетіспейтін өнімдер мен материалдарға деген ішкі сұранысты айғақтайды. Импорты ең жоғары сегмент – «Интерьер» санаты, ол бойынша импорт мөлшері салыстырмалы түрде тұрақты және 2023 жылдың қорытындысы бойынша 362,4 млн долларды құрады. Бұл ең алдымен, импорттық материалдар мен бұйымдарды пайдалана отырып, тұрғын үй және коммерциялық кеңістіктерді рәсімдеу қажеттілігінің нәтижесі саналады.

3.1.2. Қазақстанның креативті тауарлармен сыртқы саудасы

Қазақстанның креативті тауарларымен сыртқы сауда сальдосы²⁷ ұрақты теріс динамика көрсетуде және 70%-ға төмендеді – 2017 жылы -745 млн доллардан 2023 жылы -1 266 млн долларға дейін азайды. Бұл мына себептерге байланысты:

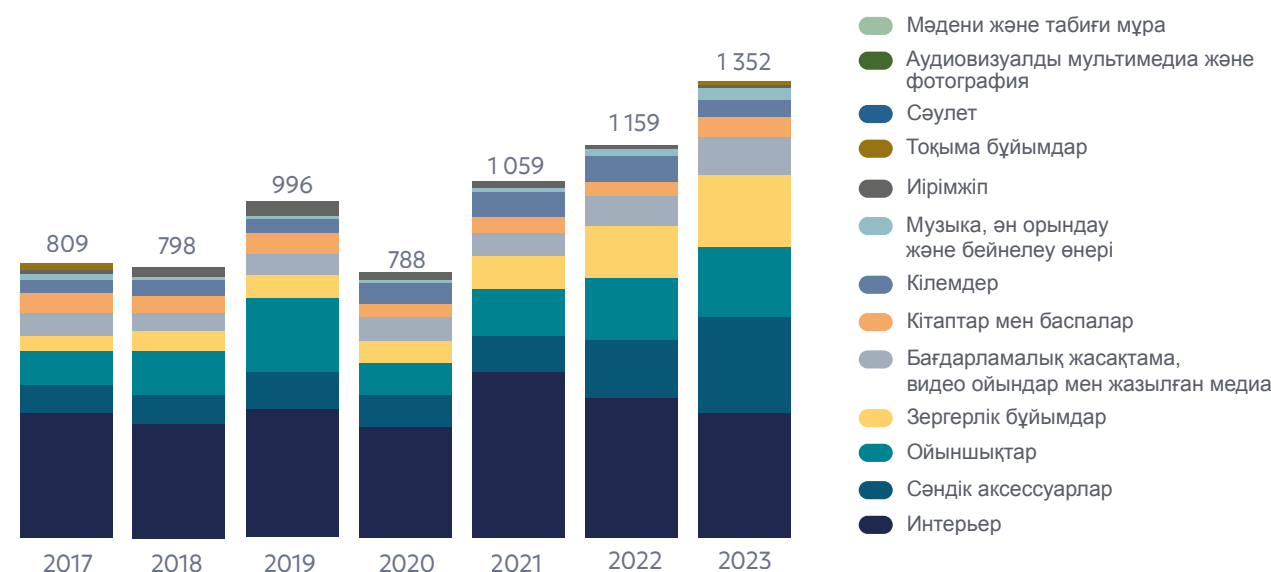
01. талданып отырған кезеңде импорттың 67%-ға – 2017 жылғы 809 млн доллардан 2023 жылы 1 352 млн долларға дейін айтарлықтай өсуімен,
02. экспорттың аз көлемімен және небәрі 36%-ға – 64 млн доллардан 87 млн долларға дейін әлсіз өсімімен байланысты.

Бұл креативті салаларда импорттың экспортқа қарағанда едәуір басым екендігін көрсетеді, яғни ішкі нарықтың шетелдік тауарларға жоғары тәуелділігін айғақтайды.

²⁷ Ескерту: сыртқы сауда статистикасы UNCTAD деректеріне сай келтірілген, мұнда салалық жіктеу Қазақстанда пайдаланылатын жіктемеден айтарлықтай ерекшеленеді. Бұдан басқа, UNCTAD деректері тек тауар саудасын көрсетеді, қызмет саудасын қамтымайды

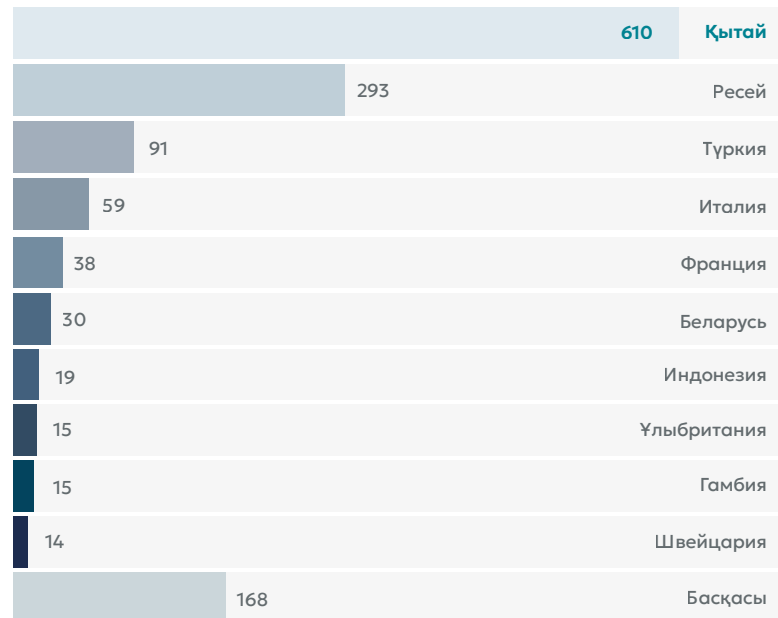
32-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ТАУАРЛАР ИМПОРТЫ, 2017-2023, \$ млн

Дереккөз: UNCTAD



33-СУРЕТ. СУРЕТ. ЖЕТКІЗУШІ ЕЛДЕР БОЙЫНША ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ТАУАРЛАР ИМПОРТЫ, 2023, \$ МЛН

Дереккөз: UNCTAD



Екінші орын 22% үлесімен (293 миллион доллар) Ресейге тиесілі, бұл географиялық жақындықты да, тарихи қалыптасқан экономикалық қатынастарды да көрсетеді.

Түркия, Италия және Франция сәйкесінше үшінші, төртінші және бесінші орындарды алады. Түрік тауарлары тоқыма бұйымдарының танымалдылығына байланысты 7% (91 млн доллар) құрайды. 4% және 3% үлестерімен (сәйкесінше 59 және 38 млн доллар) Италия мен Франция зергерлік бұйымдар мен сәнді аксессуарлар сияқты негізінен премиум тауарларды жеткізеді.

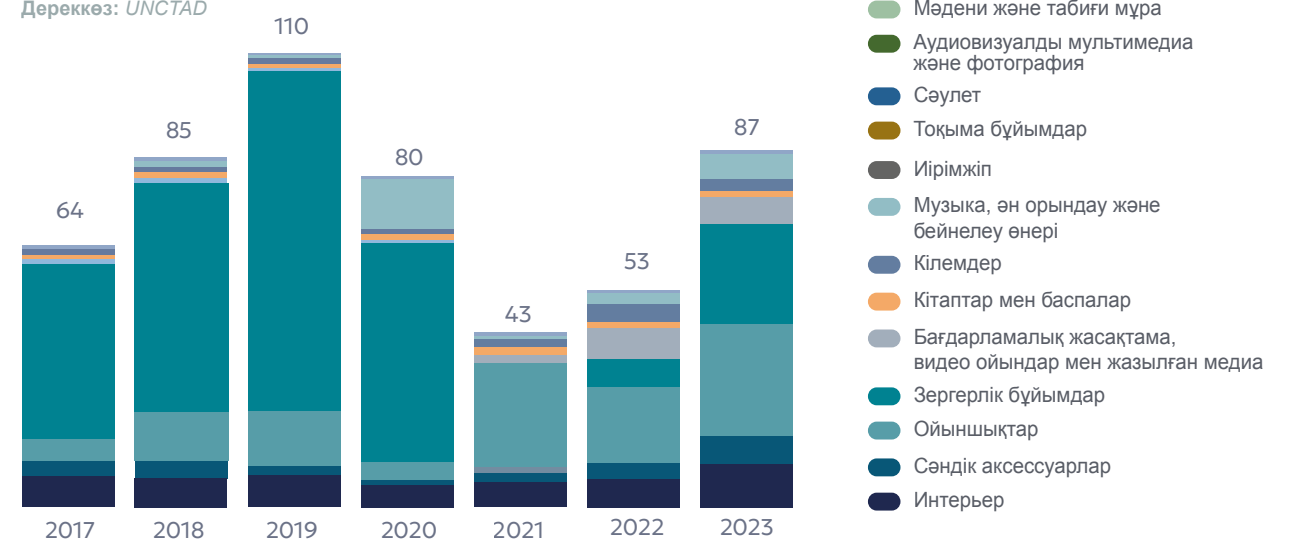
Қазақстанға креативті тауарлардың импортына айтарлықтай географиялық шоғырлану тән, бұл ретте жетекші жеткізуші Қытай болып қалуда, ол 610 млн доллар сомасына жалпы импорттың 45%-ын қамтамасыз етеді. Мұндай үстемдік өнімнің алуан түрімен, бәсекеге қабілетті бағамен және елдер арасындағы белсенді сауда байланыстарымен байланысты.

Роман Миронов:

Роман Миронов: «Адамдар Temu мен AliExpress сайттарында не нәрселерге тапсырыс беретінін көрейік. Олар чипс пакетіне арналған қыстырғыштарға, тіс щеткасына арналған дизайнерлік ұстағыштарға, ерекше қаламдарға және т.б. – мыңдаған ұсақ-түйектерге тапсырыс береді. Мұның бәрін біреу ойлап тауып, жасап отыр ғой. Ал бізге не кедергі? Бұл үшін, әрине, шығармашылық ойлау қажет. Мұндай тауарларды тау-кен немесе мұнай өндірісінде білімі бар инженерлер емес, Қытайдағы креативті қыз-жігіттер ойлап табады. Олар бүкіл әлемге сатуға болатын әртүрлі

34-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ТАУАРЛАР ЭКСПОРТЫ, 2017-2023, \$ МЛН

Дереккөз: UNCTAD



Анна Дармодехина:

«Қазақстандық фильмдер мен сериалдар фестивальдерге көбірек қатысуда. «Жаным, сен сенбейсің!» атты біздің фильм Қазақстанмен алғаш рет осы кино арқылы танысқан елдердегі фестивальдерге қатысты. Біздің фильмдер шетелдік нарықтарға сатыла бастады – бұл да қазақстандық киноиндустрияның әлеуеті туралы көп нәрсе айтады. Netflix-те Арал теңізі туралы деректі фильмді, HBO-да «Жаным, сен сенбейсің!» фильмін көруге болады.

«Тимучин» экшн-фильмін биыл біз Үндістанға (Үнді кино нарығы – ең қиын нарықтардың бірі), Германияға, Америкаға лицензияладық. Қара комедия «Жаным, сен сенбейсің!» – сату бойынша рекордшы, ол 15 елдің аумағында лицензияланды. Отандық креативті индустрияның әлеуеті зор, оған дамуға көмектесу керек».

Қазақстанның креативті салаларының экспорты соңғы жылдары жекелеген секторлардағы шамалы өзгерістермен, тұтастай алғанда, бір деңгейде ауытқымалы күйде тұр.

Қазақстаннан ойыншықтар экспорты бірінші орынға шығып, айтарлықтай өсімді көрсетті, бұл халықаралық нарықтарда өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің артқанын көрсетеді. Егер 2017 жылы экспорт көлемі 5,8 млн долларды құраса, 2023 жылға қарай ол таңғаларлықтай 27,5 млн долларға дейін өсіп, сұраныстың жоғары қарқынын және тауарлар ассортиментінің кеңею ықтималдығын көрсетті.

Ойыншықтардың Қазақстанның негізгі экспорттық креативті тауары болып қалыптасқанға дейін, ең ірі сегменті зергерлік бұйымдар болды, олар ауытқуларға қарамастан экспорттағы екінші орынды сақтап тұр.

Сәндік аксессуарлар мен интерьер тауарлары сегменттері жалпы алғанда оң, бірақ айтарлықтай төмен динамиканы көрсетуде.

35-СУРЕТ. САТЫП АЛУШЫ ЕЛДЕР БОЙЫНША ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ТАУАРЛАР ЭКСПОРТЫ, 2023, \$ МЛН

Дереккөз: UNCTAD



Қазақстанның креативті тауарлары экспортының географиясы жақын маңдағы сауда әріптестеріне, сондай-ақ жекелеген перспективалы нарықтарға басым түрде бағдарланатынын көрсетеді.

Экспорттың жартысынан көбі (55%) Ресейге тиесілі, бұл 47,4 млн долларға тең. БАӘ Таяу Шығыс өңірінің қазақстандық зергерлік бұйымдарға деген жоғары қызығушылығын көрсете отырып, 12% үлесімен (10,3 млн доллар) екінші орында тұр.

Үлесіне 7% (6,3 млн доллар) тиесілі Франция қазақстандық зергерлік бұйымдар мен сәндік аксессуарларды белсенді сатып алуда. Қалған нарықтар экспорттың 26%-ын құрайды.

Сәуле Самидин:

«Біздің нарық тар. Ұлттық кәдесыйлар, өнімдер, киімдер өндірісінің дамуы жүріп жатыр, үрдіс бар. Бірақ, әрине, біз халық саны бойынша межеге тірелеміз. Халық саны дәстүрлі қолөнердің арқасында болған экономикалық өсімді көру үшін жеткіліксіз. Біз тауар өткізетін халықаралық нарықтарға шығуды жолға қоюымыз керек».

Ернар Құрмашев:

«Киноға қатысты бұл қалай жұмыс істейтінін айтатын – мысалы, корейлер өз киноларын барлық жерде: Канн, американдық кино нарығы, Гонконг кино нарығы, Француз анимациялық нарығы және т.б. нарықтарда жылжытады. Олар тұтас павильондарды жалдайды, продюсерлерге келіссөздер жүргізуге арналған алаң береді – болды, келісіңіз, ұсыныңыз, контентті сатыңыз. Барлық шығындарды мемлекет төлейді (мысалы Каннда біз, қазақстандық продюсерлер кәрістер сияқты жасай алмаймыз, ол үшін үлкен ақша қажет). Оңтүстік Кореяның сондай-ақ әлемнің әр астанасында Корей мәдени орталықтарын ашып қойған, корей кітаптары қойылған, музыкасы ойнап тұратын, кинотеатрлар, аспаздықтары бар бұл орталықтар, шын мәнінде, бұл Креатив хабтар. Мысалы, мен Берлин кинофестивалі кезінде осындай орталықта болдым. Корей креаторларымен таныстым, олар ынтымақтасуды, өз жобалары мен өнімдерін ұсынады».

Елена Ларионова:

«Контентті экспортқа шығарудың барлық модельдері шамамен бірдей. Сатылым фильмнің визуалдық құндылығына және оның бюджетіне байланысты. Сондықтан дамудың екі саласы бар – бұл фестивальдер арқылы жылжыту және тікелей сату. Егер бұл арт-хаус, авторлық кино болса, ол фестивальдарда көрсетіледі, бірақ шетелде жақсы прокатқа шықпайды. Кері жағдай да бар: барынша көрермендерге арналған кино, әдетте, халықаралық кинофестивальдерге бармайды, бірақ бүкіл әлемде жақсы сатылады. Әрқашан маркетинг пен халықаралық жылжытуға бюджет салу керек».

Асхат Халимов:

«Креативті индустрияда нарық өте тез өзгеруде, бірақ халықаралық ұйымдармен – продюсерлік орталықтарымен және басқа TikTok-хаустармен байланыс орнатуға көмектесу өте жақсы болар еді. Мұны дербес жасау өте қиын».

Айжан Лайджи:

«Әлемдік стандарттарға сүйене отырып, ішкі кино және телеиндустрияны дамыту қажет. Кино ғана емес, телевидение фестивальдеріне (мысалы: Monte Carlo TV фестивалі), сонымен қатар қысқаметражды фильмдер (Hollyshorts) фестиваліне қатысу керек. Платформалармен серіктестік орнатқан жөн: Netflix, Hulu, Amazon Prime сияқты стриминг алыптары жергілікті контентті белсенді түрде іздейді. Қазақстанға бірегей жобалар ұсыну қажет. Ол үшін креативті жобаларды бірлесіп қаржыландыру (мемлекет + жеке инвесторлар) бағдарламаларын іске қосу керек. Көбінесе, ірі киноқорлар (\$100 млн +) қаржыландырудың жартысы бар жобаларға кіруге дайын болады».

Айгүль Жансерікова:

«Жаһандану дәуірінде дәстүрлерімізді сақтап қалу өте қызықты. Дұрыс жағдай жасалған кезде біз басқа елдерге қазақстандық мәдени экспансия жасай аламыз».

3.1.3. Креативті индустрияда жұмыс істейтін компаниялар саны

2024 ЖЫЛЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯ САЛАСЫНДА 41,8 МЫҢ СУБЪЕКТ ЖҰМЫС ІСТЕСЕ, ОНЫҢ

12,3 мыңы
заңды тұлғалар

29,5 мыңы
жеке кәсіпкерлер

Соңғы жеті жылда бұл субъектілердің саны 2,7 есеге, оның ішінде жеке кәсіпкерлер саны 3 еседен астамға өсті, бұл олардың жалпы құрылымдағы үлесінің 61%-дан 71%-ға дейін өсуіне әкелді. Сонымен қатар, айтарлықтай өсімге қарамастан, Қазақстанда тіркелген экономикалық субъектілердің жалпы санынан креативті субъектілердің үлесі қарапайым болып қалуда: бар болғаны 2%.

36-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫНДАҒЫ СУБЪЕКТІЛЕР САНЫ, 2017-2024, БІРЛІК

Дереккөз: ҰБС

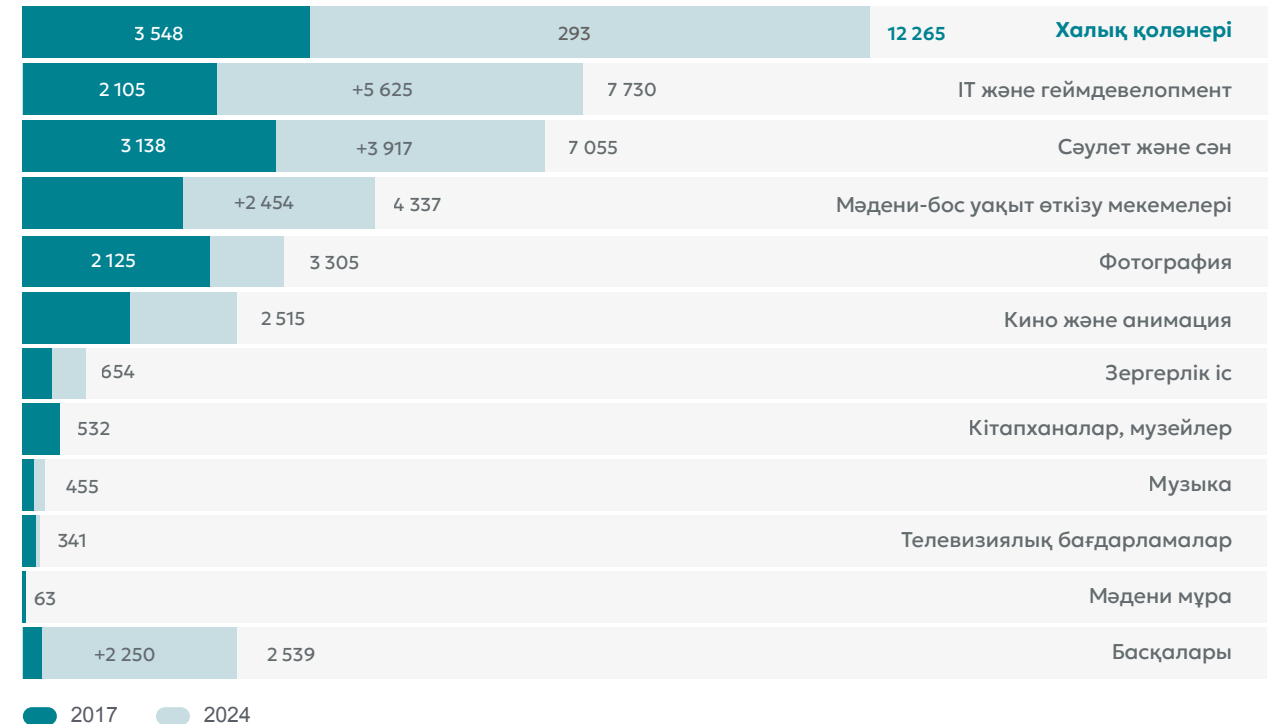


Халық қолөнері (бұған әртүрлі тоқыма, ағаш, керамика және басқа да бұйымдарды өндіру жатады) субъектілердің саны бойынша 2024 жылы 12,2 мың белсенді қатысушы бар креативті секторлар арасында көшбасшы болып қалуда. Бұл сегментте 2017 жылдан бері ең елеулі өсім де тіркелді: субъектілер саны 8,7 мыңға артты, олардың көпшілігі – жеке кәсіпкерлер.

Креативті экономиканың жоғары технологиялық және перспективалы бағыттарына өсіп келе жатқан қызығушылық IT және геймдевелопменттегі жеделдетілген динамикамен расталады, мұнда субъектілер саны ең жоғары қарқынмен – 3,7 есе өсті.

37-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫ БӨЛІНІСІНДЕГІ СУБЪЕКТІЛЕР САНЫ, 2017-2024, БІРЛІК

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



Креативті индустрия субъектілерінің саны бойынша Алматы мен Астана көш бастап тұр.

- Біріншіден, Қазақстандағы креативті экономика субъектілерінің жартысы екі қалада тіркелген.
- Екіншіден, олар елімізде жұмыс істейтін барлық заңды тұлғалардың 67%-ын құрайды.
- Үшіншіден, креативті индустрияның бизнес-енуі аталған қалалардағы жұмыс істеп тұрған субъектілердің жалпы санының 3,5%-ын құраса, басқа өңірлерде бұл көрсеткіш 2%-дан аспайды.

Майра Измайлова:

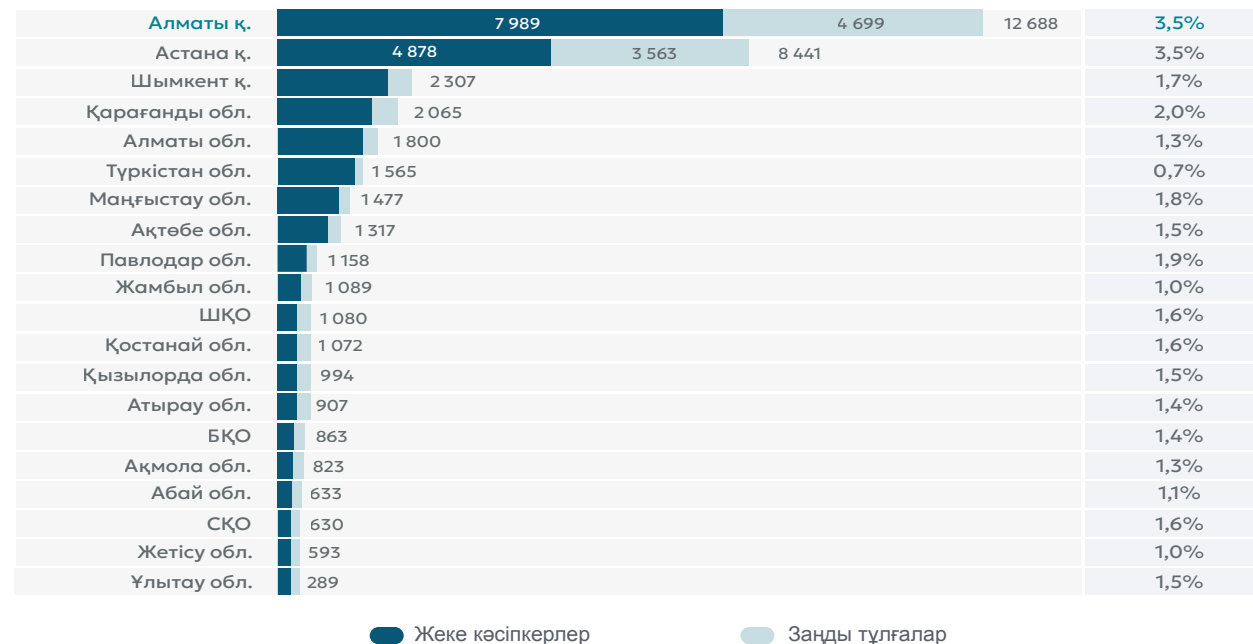
«Алматы қаласының үлгісі бойынша креативті индустрияның әлеуетін бағалауға болады – оған ұтқырлық, кез-келген жағдайдан шыға білу, бірікпейтінді біріктіру, коллаборацияларға деген құштарлық, шағын қаржымен керемет нәрсе жасай білу тән, біздің креаторлар көбінесе нарықтағы өз орнын лайықты түсінбейді. Бізге креаторларды оқытатын институттар қажет. Тіпті гранттар да керек емес – олар бастапқы кезеңде көмектесе алады, бірақ үнемі гранттарға мұқтаждық жөн нәрсе емес. Балық емес, қармақ беру керек».

Анна Дармодехина:

«Бізге бүкіл киноиндустрия Алматы мен Астанада шоғырланған. Мен өңірлерде дарынды адамдар өмір сүретініне сенімдімін және оларды Алматыға келуін күтпей, дәл сол жерден іздеу керек. Индустрияда кадр тапшылығы өте қиын болып тұр».

38-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАН Өңірлері бөлінісіндегі креативті индустриялар субъектілерінің саны және ену деңгейі, 2024, бірлік, %

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы

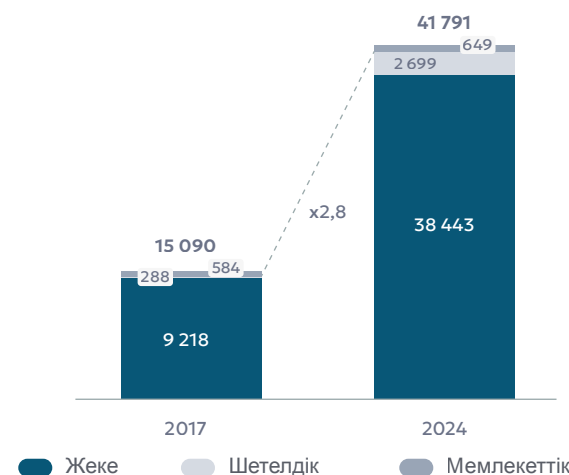


Қазақстанның креативті индустриялары – ең алдымен, шағын бизнес әлемі. 2024 жылы субъектілердің басым көпшілігі – 41,6 мыңы – шағын субъектілерге жатады. Орта және ірі кәсіпорындар әлдеқайда аз – тиісінше барлығы 128 және 41 ғана ұсынылған.

көпшілігі – жеке меншік нысанда – 38,4 мың немесе 92%. Шетелдік компаниялардың саны салыстырмалы түрде аз – бар болғаны 2,7 мың, бірақ бұл ретте олардың айтарлықтай өсуі байқалады – соңғы жеті жылда тоғыз есе өсті. Сонымен бірге, толығымен мемлекеттік субъектілер бұл сала үшін сирек болып қалуда, олардың саны 649 ғана.

39-СУРЕТ. МЕНШІК НЫСАНЫ БОЙЫНША ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫНДАҒЫ СУБЪЕКТІЛЕР САНЫ, 2024, БІРЛІК

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



Дана Шаяхмет: «Креативті индустрия дегеніміз көбінесе шағын немесе тіпті микробизнес болып табылады. Дәл осы бизнес ел экономикасын орнықты етеді. Креативті индустриялардағы алғашқы осындай зерттеуді 2008 жылы БҰҰ бөлімшесі жүргізді. Олар әлемдік экономикалық дағдарыс кезінде креативті бизнес ең орнықты болғанын әрі белгілі бір дәрежеде көптеген елдердің экономикасын тұрақтандыра алғанын көрсетті».

Дәл осы шағын бизнес сала субъектілері санының өсуінің басты драйверіне айналды: соңғы жылдары шағын субъектілер саны 2,8 есе өсті. Сонымен бірге орта кәсіпорындар саны 9%-ға төмендеді. Меншік нысандары бөлінісінде креативті индустрия субъектілерінің абсолютті

3.1.4. Креативті индустрияда жұмыс істейтіндер саны

Қазақстанның креативті индустриясында жұмыспен қамту орнықты өсімді көрсетті.

Жұмыспен қамтылғандар саны 2019 жылғы 106,7 мың адамнан 2024 жылдың ортасына қарай 141,5 мың адамға дейін өсті. Бұл ретте, креативті индустрияның жұмыспен қамтуға енуі артты: креативті индустрияда жұмыс істейтіндердің үлесі осы уақыт ішінде Қазақстандағы барлық жұмыспен

>40%

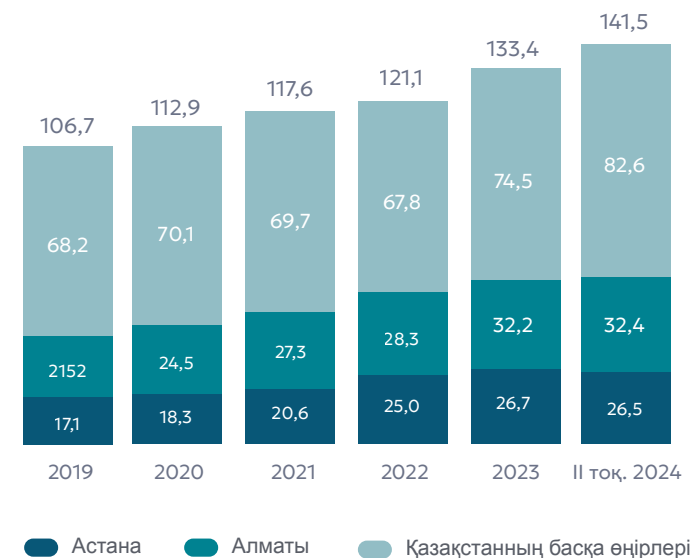
Жұмыс орындарының көпшілігі (40%-дан астамы) Астана мен Алматыда шоғырланған.

Алматыда жұмыспен қамту 2019 жылғы 21,5 мың адамнан 2024 жылы 32,4 мың адамға дейін 60%-ға өссе, Астанада осы кезеңде бұл көрсеткіштер 50%-ға артып, 17,1 мың адамнан 26,5 мың адамға жетті.

Деректер ірі қалалардан тыс жерлерде креативті жұмыспен қамтудың біршама кеңейуін көрсетеді, бірақ өсу қарқыны әлдеқайда қарапайым болды – өңірлердегі жұмыспен қамтудың өсуі шамамен 20%-ды құрады.

40-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫНДА ЖҰМЫСПЕН ҚАМТЫЛҒАНДАР САНЫ, 2019-2024, МЫҢ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



Еркебұлан Күрішбаев:

«Қазақстанның креативті индустриясының әлеуеті – бұл, ең алдымен, адамдар! Креативті индустрия экономиканың басқа салаларынан осымен ерекшеленеді – мұнда адам мен оның дарыны басты рөлге ие. Бізде шетелге танымал дарынды жандар өте көп. Олар өздерін танытуға тырысады. Мұны креаторлар Қазақстанда бола отырып, жайлы жағдайда әлем үшін өнім беріп, өз дарынын экспорттай алатындай етіп пайдалану керек».

Ернар Құрмашев:

«Мынадай проблема бар – бүгінде дарынды жастардың шоғыры мемлекет пен продюсерлердің назарына ілікпей отыр. Білім беруден бастау керек. Елде креативті индустриялар бойынша қандай да бір құзыреті бар университеттер ашу керек. Біз қалай продюсер болу керек, дарындарды қалай тауып, оны қалай Қазақстанға ғана емес, бүкіл әлемге қызықты болатындай өнімге айналдыру керек деген мәселелердің шешімін табатын продюсерлік ету институтын құруымыз керек».

41-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ ӨҢІРЛЕРІ БОЙЫНША КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДЫҢ ЖҰМЫСПЕН ҚАМТУҒА ЕНУ ДЕҢГЕЙІ, 2024, %

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



2024 жылдың басында креативті индустрияның жұмыспен қамтуға ең жоғары енуі екі ірі қалада да байқалды. Мәселен, Астанада барлық жұмыспен қамтылғандардың 4%-ы креативті индустрияда (басым көпшілігі бағдарламалық жасақтаманы әзірлеушілер мен мәдениет саласындағы ірі мемлекеттік мекемелерде) жұмыс істейді, ал Алматыда бұл көрсеткіш 2,8%-ды құрады.

Басқа өңірлерде жұмыспен қамтуға креативті ену 2%-дан аспайды, ал ең төменгі үлес Жамбыл облысында (0,5%) тіркелген.

Салалық құрылымда дәстүрлі креативті индустрияның айқын басымдығы байқалады, ал Қазақстан креаторларының тек 34%-ы ғана заманауи (технологиялық) индустрияда жұмыс істейді.

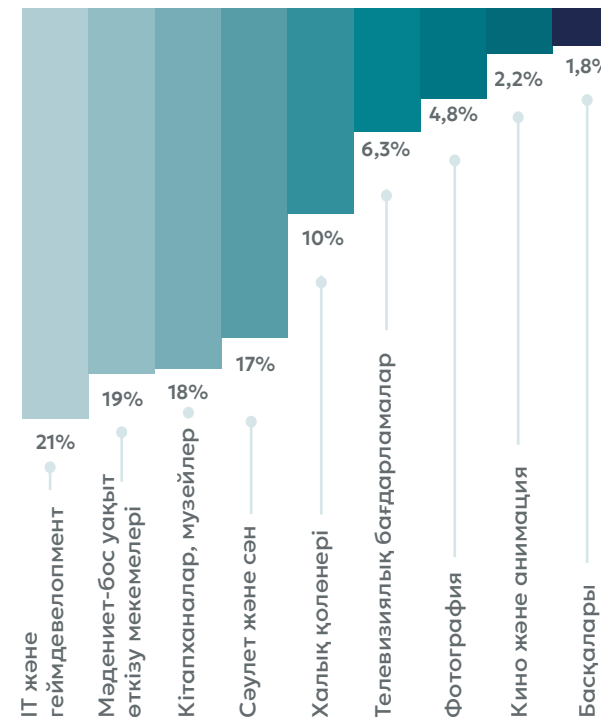
Креаторларға ең ірі жұмыс беруші IT және видео ойындарды жасау саласы болып табылады, ол елдегі жалпы креативті жұмыспен қамтудың 21%-ын немесе 30 мың жұмыс орнын қамтамасыз етеді.²⁸ Басқа заманауи индустрия небәрі 13%-ды құрайды – телевидение, кино, музыка және фотосурет салаларында барлығы 19 мыңға жуық адам жұмыс істейді.

Төрт ірі дәстүрлі креативті индустрияға мәдениет және демалыс мекемелері (26 мың қызметкер, негізінен театр және концерттік қызмет қызметкерлері), кітапханалар мен мұражайлар (26 мың қызметкер), сәулет және сән (24 мың қызметкер) және халық қолөнері (14,5 мың жұмысшы, негізінен тоқыма жұмысшылары мен тас өңдеушілер) жатады.

²⁸ Жұмыспен қамтылғандардың 99,9% бағдарламалық жасақтаманы әзірлеуге шоғырланғанын, ал компьютерлік ойындарды шығаруда жұмыс істейтіндердің саны статистикалық тұрғыдан мардымсыз екенін атап айтқан жөн.

42-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫ БӨЛІНІСІНДЕГІ ЖҰМЫСПЕН ҚАМТУ ҚҰРЫЛЫМЫ, 2024, %

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы

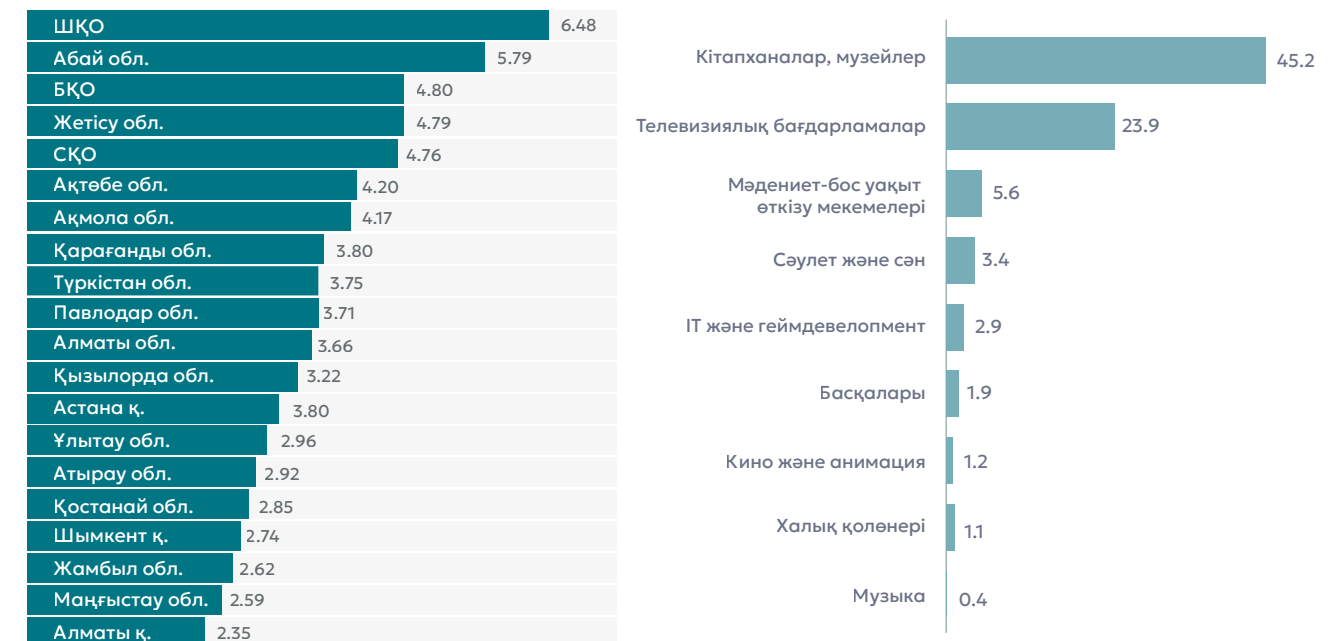


2024 жылы Қазақстанның әр өңірінде бір креативті индустрия субъектісіне орта есеппен 2-ден 6-ға дейінгі қызметкерден келеді. Ең жоғары көрсеткіш Шығыс Қазақстан және Абай облыстарында тіркелді, мұнда бір субъектіге 6 жұмысшыдан келеді. Батыс Қазақстан, Солтүстік Қазақстан және Жетісу облыстарында бір кәсіпорынға орта есеппен 5-ке жуық адамнан келеді. Бір кәсіпорында 2 адам ғана жұмыс істейтін бір субъектіге шаққандағы жұмысшылардың ең төменгі орташа саны Алматыда байқалады.

Сала бөлінісінде ең ірі ұжымдар кітапханалар мен мұражайларға келеді, оларда бір субъектіде орта есеппен 45 адам жұмыс істейді. Телебағдарламалар саласында әр субъектіде орта есеппен 24 қызметкер болса, мәдени-демалыс мекемелерінде 6 адам жұмыс істейді. Жұмыскерлердің ең төменгі орташа саны кино, халық қолөнері және музыка салаларындағы кәсіпорындарда байқалады, мұнда бір субъектіге бір ғана қызметкерден келеді.

43-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ ӨҢІРЛЕРІ МЕН КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫ БӨЛІНІСІНДЕ БІР СУБЪЕКТІДЕГІ ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРДІҢ ОРТАША САНЫ, 2024, АДАМ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



3.1.5. Креативті индустриядағы өндіріс көлемі

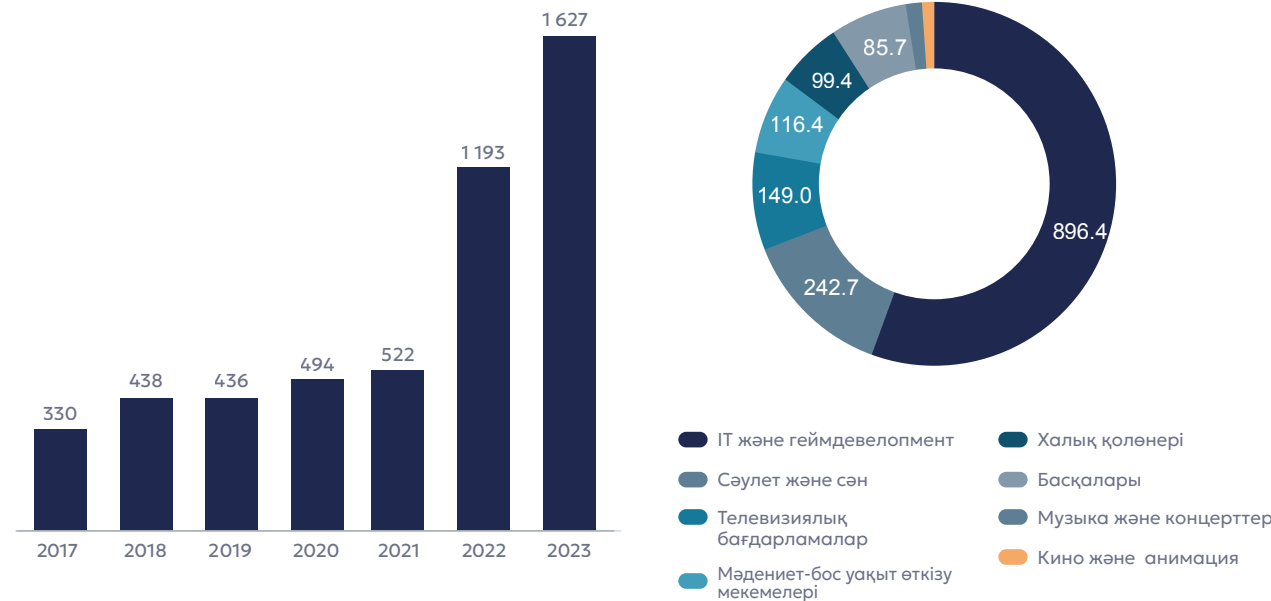
СОҢҒЫ ЖЫЛДАРЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯДА ӨНДІРІЛГЕН ӨНІМ, ОРЫНДАЛҒАН ЖҰМЫСТАР ЖӘНЕ КӨРСЕТІЛГЕН ҚЫЗМЕТТЕР (БҰДАН ӘРІ – ӨНДІРІС КӨЛЕМІ) КӨЛЕМДЕРІНІҢ ОҢ ДИНАМИКАСЫ БАЙҚАЛДЫ. ӘСІРЕСЕ КҮРТ ӨСІМ 2022 ЖЫЛЫ ТІРКЕЛДІ.

2023 жылы креативті индустрия өндірісінің көлемі 1,6 трлн теңгеге жетіп, 2017 жылмен салыстырғанда 393%-ға өсті. Негізгі үлес ақпараттық технологиялар және ойын әзірлеу саласына (896,4 млрд. теңге), негізінен бағдарламалық кодты әзірлеу саласындағы қызмет есебінен тиесілі. Сәулет және сән саласындағы көлем 242,7 млрд теңгені, телебағдарламалар саласында 149 млрд теңгені құрады.

Кино сегменті 13,2 млрд теңгенің өндіріс көлемін, ал музыка және концерт индустриясы 23,9 млрд теңгенің өндіріс көлемін қамтамасыз етті.

44-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫ БӨЛІНІСІНДЕГІ ӨНДІРІС КӨЛЕМІНІҢ ДИНАМИКАСЫ ЖӘНЕ ҚАЗІРГІ КӨЛЕМІ, 2017-2024, МЛРД ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



Шығармашылық ресурстардың жоғары шоғырлануы Қазақстанның екі ірі қаласында топталған. 2023 жылы креативті индустрия өнімінің ең көп көлемі Алматы қаласында өндірілді (882,7 млрд теңге). Өнім көлемі бойынша Астана екінші орында болды (464,7 млрд теңге). Қазақстанның қалған өңірлерінің үлесіне 279,4 млрд келді.

45-СУРЕТ. ӨҢІРЛЕРІ БӨЛІНІСІНДЕ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАР ӨНДІРІСІНІҢ КӨЛЕМІ, 2023, МЛРД ТЕҢГЕ

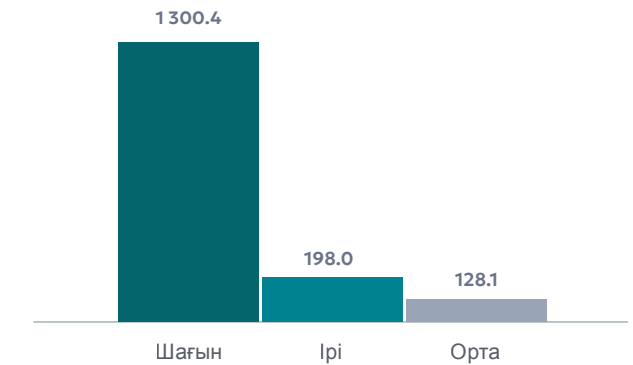
Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



Креативті индустрия өндірісінің көлеміне ең көп үлесті шағын кәсіпорындар қосып, 1,3 трлн теңгені қамтамасыз етті, бұл жалпы көлемнің 80%-ын құрады. Ірі кәсіпорындар 198,0 млрд теңгеге өнім шығарды (12,2%), ал ең аз көлем орта кәсіпорындарда тіркеліп, 128,1 млрд теңгені (7,9%) құрады.

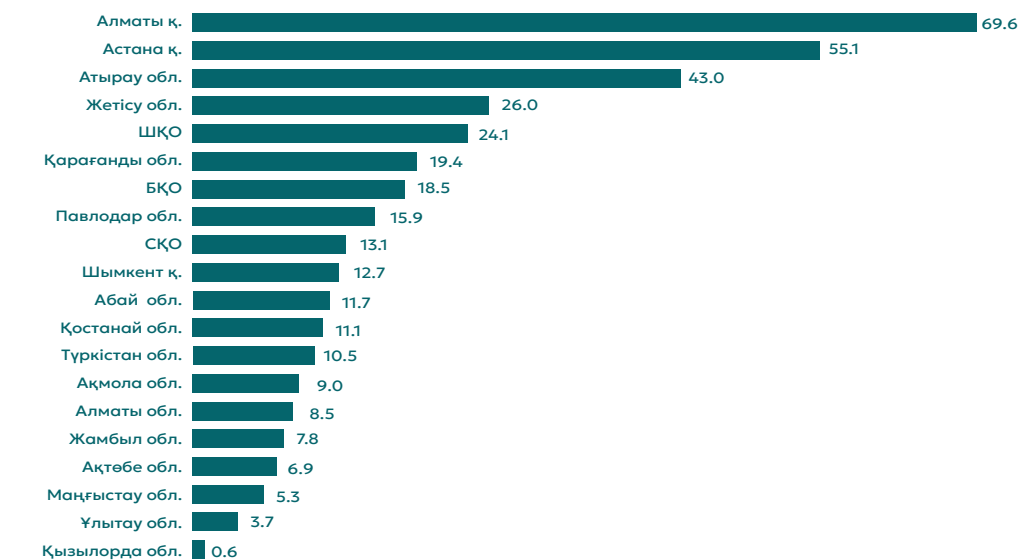
46-СУРЕТ. КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ МӨЛШЕРІ БОЙЫНША ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫНЫҢ ӨНДІРІС КӨЛЕМІ, 2023, МЛРД ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



47-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАН ӨҢІРЛЕРІ БӨЛІНІСІНДЕ БІР СУБЪЕКТІГЕ ШАҚҚАНДАҒЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАР ӨНДІРІСІНІҢ ОРТАША КӨЛЕМІ, 2023, МЛН ТЕҢГЕ

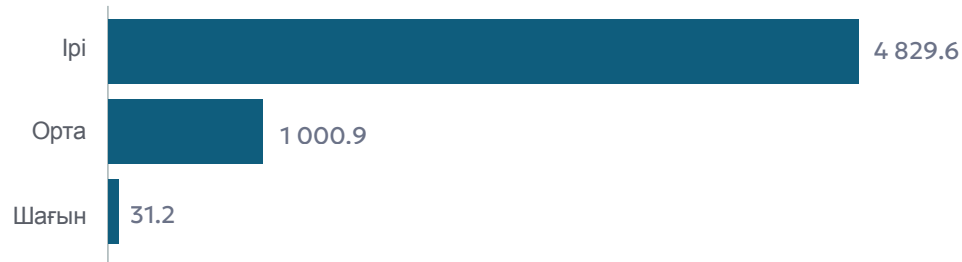
Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



Орта және ірі кәсіпорындар жалпы өндіріс көлемінің аз үлесін құрағанымен, олардың бір кәсіпорынға шаққандағы орташа өндірісі шағын кәсіпорынның ұқсас көрсеткішінен едәуір асып түседі. 2023 жылы креативті индустриядағы ірі кәсіпорын өндірісінің орташа көлемі 4,8 млрд теңгені құрады. Орта кәсіпорындар үшін бұл көрсеткіш 1,0 млрд теңгеге тең болды, ал шағын кәсіпорындарда өндірістің ең төменгі орташа көлемі – 31,2 млн теңге байқалды.

48-СУРЕТ. КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ МӨЛШЕРІ БОЙЫНША ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫ ӨНДІРІСІНІҢ БІР СУБЪЕКТИГЕ ШАҚҚАНДАҒЫ ОРТАША КӨЛЕМІ, 2023, МЛН ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы

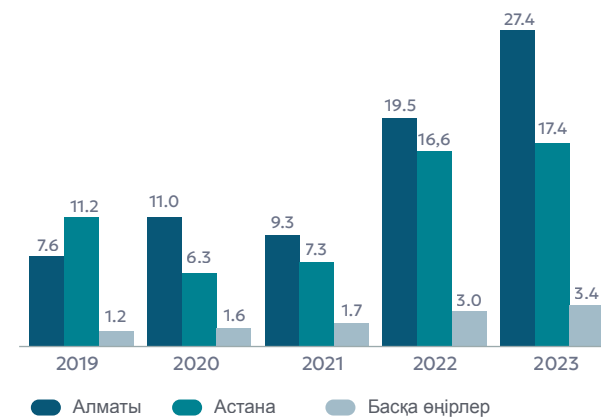


Бір қызметкерге шаққандағы орташа өнімділікке келетін болсақ, 2020–2021 жылдардағы құлдырауды қоспағанда, барлық өңірлерде өсу байқалды. 2020 жылдан 2023 жылға дейінгі кезеңде бұл көрсеткіш бойынша Алматы барлық өңірлер арасында ең жоғары көрсеткіш пен төрт жыл ішінде 261%-ға өсуді көрсетіп, көш бастап отырды. Астанада өсім 56,3%-ды құраса, Қазақстанның басқа өңірлерінде бір жұмысшыға шаққандағы орташа өндіріс көлемі 179,6%-ға өсті. Барлық өңірлердегі креативті индустриялардың еңбек өнімділігінің артуы сектордың дамуының оң динамикасын көрсетеді.

2023 жылы ақпараттық технологиялар және ойын әзірлеу саласы бір қызметкерге 24,8 млн теңге көрсеткішімен еңбек өнімділігі бойынша көшбасшы болды, бұл негізінен бағдарламалық кодтарды әзірлеу және тестілеу саласындағы өндіріс көлеміне байланысты болды. Басқа бағыттарда айтарлықтай төмен көрсеткіштер байқалды. Мәселен, киноиндустрияда – 3,2 миллион теңге, ал музыка және концерт саласында – 2,5 млн теңге.

49-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ ӨҢІРЛЕРІ МЕН КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫ БОЙЫНША БІР ҚЫЗМЕТКЕРГЕ ШАҚҚАНДАҒЫ ӨНДІРІСТІҢ ОРТАША КӨЛЕМІ, 2019-2023, МЛН ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



3.1.6. Негізгі капиталға инвестициялар

Креативті индустриялардың негізгі капиталға инвестициялары салыстырмалы түрде тұрақты динамиканы көрсетті. Инвестиция көлемі 52,9 млрд теңгеге жеткен 2019 жылы шарықтау шегі болды. Одан кейінгі жылдары инвестиция аз түсті, бірақ 2017 жылмен салыстырғанда, бұл көрсеткіш екі есеге жуық өсті.

Ирина Харитонова:

«Егер мемлекет пен жеке компаниялар креативті индустриялардың инфрақұрылым мен инвестицияға деген қажеттілігін қамтамасыз ете алса, оның нәтижесі ретінде біз креативті индустриялардың экономикаға қалай үлес қосатынын көреміз».

2023 жылы инвестицияның негізгі көлемі дәстүрлі индустрияларға түсті. Осылайша, мемлекет ең көп көлемді қамтамасыз етіп, кітапханалар мен мұражайларға 15,4 млрд теңге сомасын инвестициялады. Сондай-ақ халық қолөнері саласына (негізінен өңірлерде жеке кәсіпкерлердің қаражаты есебінен – 8,5 млрд.

теңге) және сәулет, сән және дизайн сегментіне (3,7 млрд. теңге) айтарлықтай инвестициялар салынды.

Заманауи креативті индустриялар ішінде инвестицияның негізгі көлемі бағдарламалық кодты әзірлеуге 9,1 млрд теңге сомасы бағытталған.

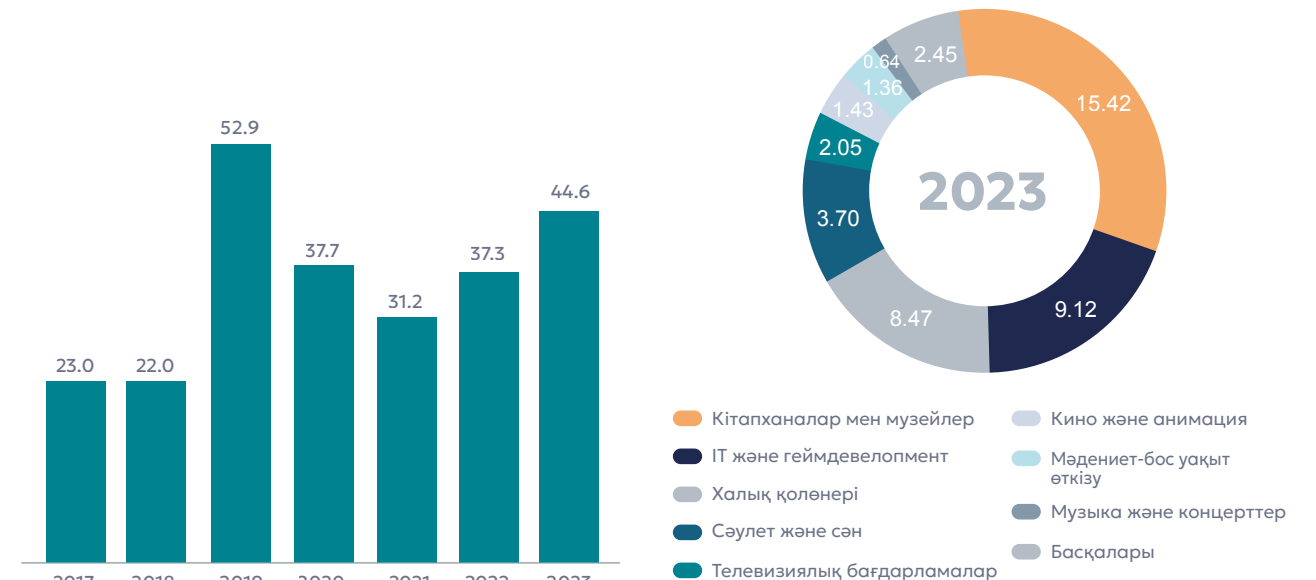
Давид Туганов:

«Креаторлар қаржыландыруға, соның ішінде өнер мен технология саласындағы стартаптарға арналған гранттар мен микрокредиттерге қолжетімділіктің жақсаруын күтуде».

Сонымен қатар, басқа заманауи индустрияларға инвестициялар көлемі төмен деңгейде болды. Мәселен, киноиндустрияға құйылған инвестициялар 1,4 млрд теңгені, ал музыка саласына небәрі 0,6 млрд теңгені құраған. 2023 жылы компьютерлік ойындарды әзірлеуге инвестициялар жасалмады.

50-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫ БӨЛІНІСІНДЕГІ НЕГІЗГІ КАПИТАЛҒА ИНВЕСТИИЦЯЛАР ДИНАМИКАСЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚАЗІРГІ МӨЛШЕРІ, 2017-2023, МЛРД ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



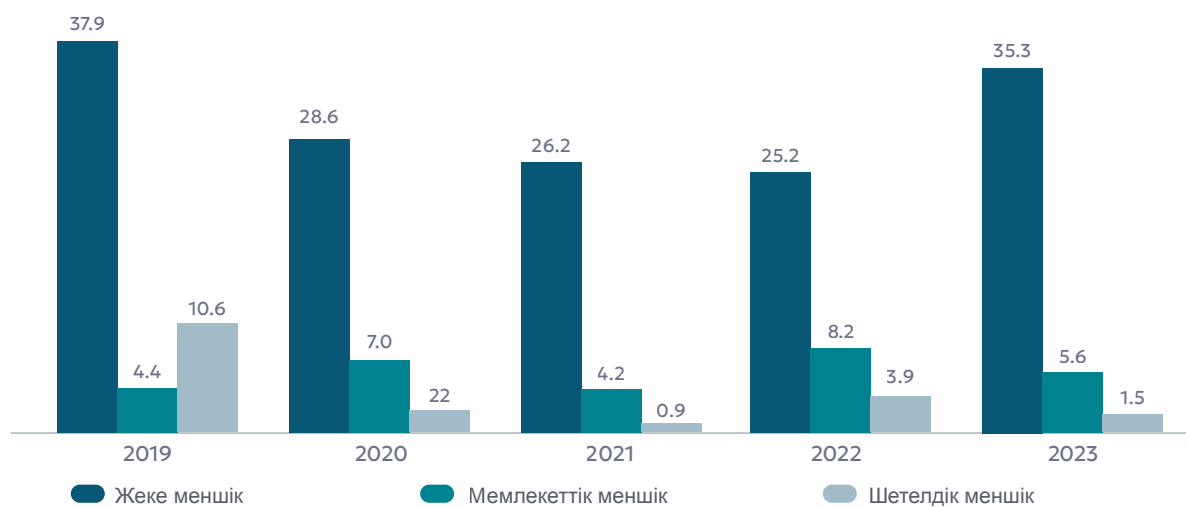
51-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАН Өңірлері бөлінісіндегі креативті индустриялардың негізгі капиталға инвестициялары, 2023, млн теңге

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



52-СУРЕТ. МЕНШІК НЫСАНДАРЫ БӨЛІНІСІНДЕ ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫНЫҢ НЕГІЗГІ КАПИТАЛҒА ИНВЕСТИИЦЯЛАРЫ, 2019-2023, МЛРД ТЕҢГЕ

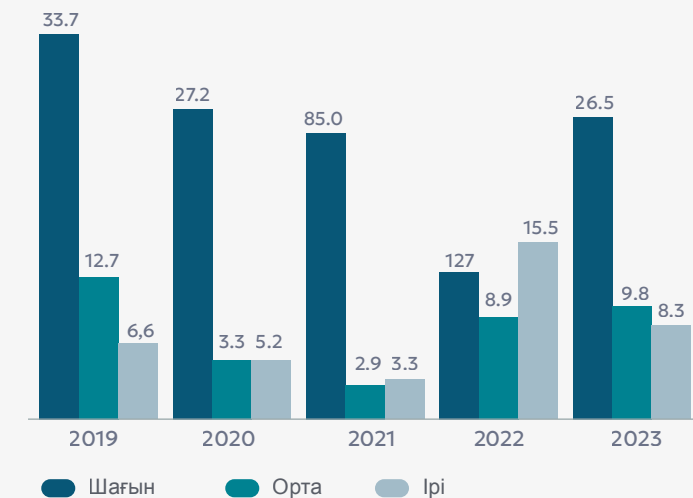
Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



53-СУРЕТ. КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ МӨЛШЕРІ БОЙЫНША ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫНЫҢ НЕГІЗГІ КАПИТАЛҒА ИНВЕСТИИЦЯЛАРЫ, 2019-2023, МЛРД ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы

Кәсіпорын көлемі бөлінісінде креативті индустриялардың негізгі капиталына инвестицияның ең көп көлемін шағын кәсіпорындар жасаған. Сонымен бірге, 2019 жылдан бастап төмендеу үрдісі байқалуда.



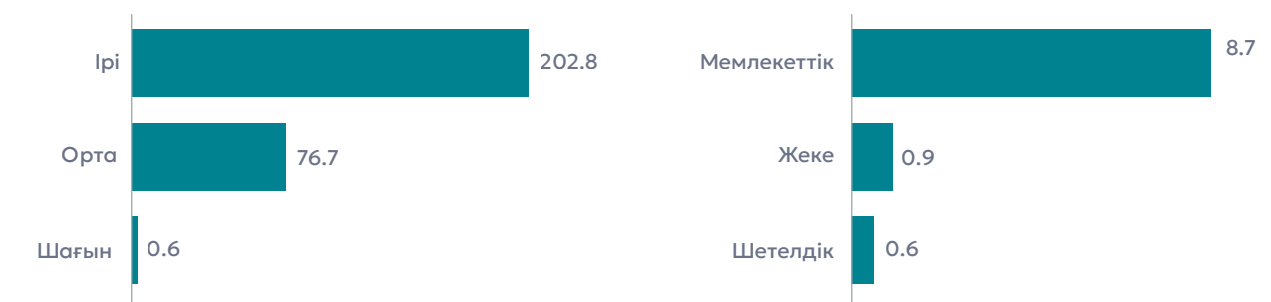
Соңғы екі жылда орта және ірі кәсіпорындардың өсіп келе жатқан әлеуеті байқалуда.

Бір субъектіге шаққандағы инвестиция көлемін қарастырған кезде ірі кәсіпорындар шағын және орта кәсіпорындармен салыстырғанда, айтарлықтай көп инвестиция қамтамасыз ететіні көрінеді. 2023 жылы бір ірі кәсіпорынға шаққандағы орташа инвестиция көлемі 202,8 млн теңгені құрады. Орта кәсіпорындар үшін бұл көрсеткіш 76,7 млн теңгені құрайды, бұл ірі кәсіпорындармен салыстырғанда екі еседен астамға аз. Шағын кәсіпорындар бір кәсіпорынға небәрі 0,6 млн теңге инвестициялады, бұл олардың инвестициялау үшін мүмкіндіктерінің шектеулі екендігін көрсетеді.

Мемлекеттік мекемелердің негізгі капиталына инвестицияның орташа көлемі жеке және шетелдік кәсіпорындардың көрсеткіштерінен айтарлықтай асып түседі. 2023 жылы мемлекеттік мекемелердің орташа инвестиция көлемі 8,7 млн теңгені құрады. Сонымен қатар, жеке және шетелдік кәсіпорындардың инвестициялары айтарлықтай төмен болып қалуда – тиісінше 0,9 млн теңге және 0,6 млн теңге, бұл да қаржыландырудың қолжетімділігіндегі кедергілерді көрсетеді.

54-СУРЕТ. МЕНШІК НЫСАНДАРЫ МЕН КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ МӨЛШЕРІ БОЙЫНША ҚАЗАҚСТАННЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРЫНЫҢ БІР СУБЪЕКТІГЕ ШАҚҚАНДАҒЫ ОРТАША НЕГІЗГІ КАПИТАЛҒА ИНВЕСТИИЦЯЛАРЫ, 2023, МЛН ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



3.2. КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАР БОЙЫНША ШОЛУ

3.2.1. Цифрлық жарнама

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЦИФРЛЫҚ ЖАРНАМАҒА ЖҰМСАЛАТЫН ШЫҒЫНДАР ТҰРАҚТЫ ӨСУДЕ. 2023 ЖЫЛЫ ОЛАРДЫҢ КӨЛЕМІ 489,2 МЛН ДОЛЛАРДЫ ҚҰРАСА, 2028 ЖЫЛҒА ҚАРАЙ 700,2 МЛН ДОЛЛАРҒА ДЕЙІН ӨСЕДІ ДЕП БОЛЖАНУДА.

55-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЦИФРЛЫҚ ЖАРНАМА ТҮРЛЕРІ БОЙЫНША ШЫҒЫСТАР, 2017-2028, \$ МЛН

Дереккөз: Statista



Роман Миронов:

«Біздің қоғамда креатив аз емес. Мысалы, қазақстандық вайнерлерді алайық – оларды жарнама түсіру үшін бүкіл Орталық Азия талап алуда».

НАРЫҚТЫҢ НЕГІЗГІ ДРАЙВЕРЛЕРІ БОЛЫП МЫНАЛАР ҚАЛУДА:

Баннерлік жарнама, шығындары 2023 жылы 181 млн долларға жетті. Олар 2028 жылға қарай 240,9 млн долларға дейін өседі деп болжануда.

Іздеудегі жарнама, 2023 жылы шығыстарының көлемі 163 млн долларды құрады. 2028 жылға қарай ол баннерлік жарнамадан асып, 267,4 млн долларға жетеді.

Сонымен қатар, видео жарнама және инфлюенсерлер арқылы жарнама сияқты сегменттердің де өсуі байқалады.²⁹

²⁹ Statista

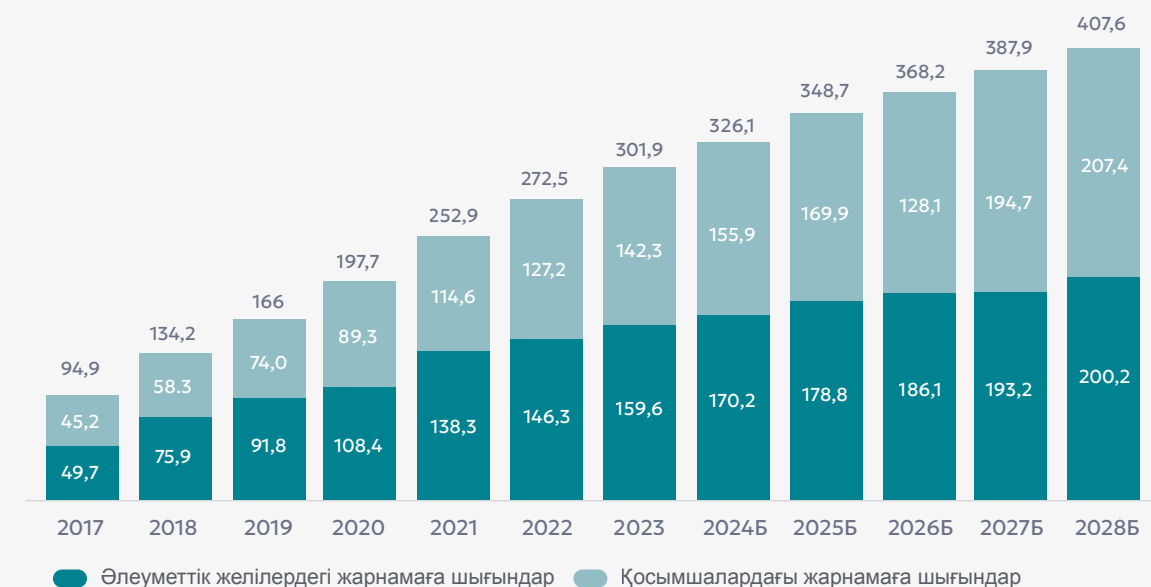
Салалар бөлінісінде 2023 жылы цифрлық жарнамаға жұмсалған шығындардың ең үлкен көлемі FMCG секторында болды, бұл Қазақстандағы цифрлық жарнамаға жалпы шығындардың үштен бірін құрады. Одан кейін энергетика және жанармай, фармацевтика мен денсаулық сақтау, сондай-ақ телекоммуникация компаниялары келеді.³⁰

Әлеуметтік желілер мен қосымшалар жарнама нарығындағы аса маңызды арналарға айналды. Олардың цифрлық жарнамаға жұмсалған жалпы шығындардағы үлесі 2017 жылғы 48%-дан 2023 жылдың соңына қарай 62%-ға дейін өсті.

2023 жылы бұл сегменттерге тиісінше 159,6 млн доллар және 142,3 млн доллар жұмсалды. Бұл сегменттердегі шығындар 2028 жылға қарай 100 млн доллардан астамға артады, бұл ретте қосымшалардағы жарнамаға жұмсалатын шығындар әлеуметтік желілерден асып түседі деп болжануда.

56-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЦИФРЛЫҚ ЖАРНАМАСЫНЫҢ НЕГІЗГІ АРНАЛАРЫ, 2017-2028, \$ МЛН

Дереккөз: Statista



³⁰ Statista

БҰЛ АЛАҢДАР БИЗНЕСКЕ
АУДИТОРИЯМЕН ӨЗАРА ІС-ҚИМЫЛ
ЖАСАУҒА, БРЕНД ТУРАЛЫ
ХАБАРДАРЛЫҚТЫ АРТТЫРУҒА ЖӘНЕ
ХАЛЫҚАРАЛЫҚ НАРЫҚТАРҒА ШЫҒУҒА
БІРЕГЕЙ МҮМКІНДІКТЕР БЕРЕДІ.

Асхат Халимов:

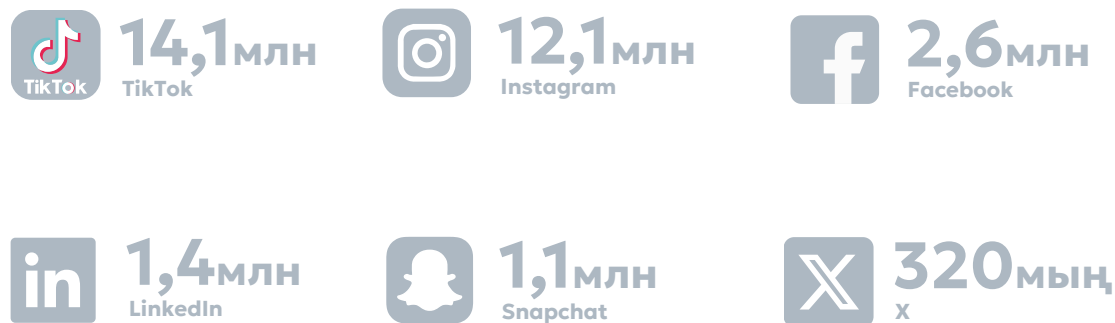
«Креативті индустрияның дамуы жалпы Қазақстанды және жекелей алғанда, оның экономикасын өзгерте алады. Шалғайдағы ауылдық жерлердегі адамдар пайдалы контент жасауды және оны қалай дұрыс монетизациялауды үйренуде. Сонда оларға үлкен қалаға барудың қажеті болмайды – ол адам ауылда, кентте тұра алады, ол үшін сол жерде «әлеуметтік лифт» – білім беру платформалары арқылы да, әлеуметтік желілер арқылы да монетизациялауға болатын контент дайын тұр».

Олжас Баймағамбетов:

Бұл үлкен аудиторияға жылдам қол жеткізуге мүмкіндік беретін жарнаманың ең қолжетімді әрі тиімді әдісі. Бұл сегмент өз лайықты бағасын алмаған деп атауға болмайды, дегенмен де ол әлі де толыққанды қолданылмайды. Қазақстандық креаторлар әлеуметтік желілерді тікелей сату (музыка, тауарлар, қызметтерді), вирустық маркетинг және трендтер жасау және TikTok, YouTube пен Instagram арқылы халықаралық экспансия үшін белсенді қолдана алады».

57-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАН БОЙЫНША ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕР АУДИТОРИЯСЫ, 2024, МЛН АДАМ

Дереккөз: DataReportal



ЦИФРЛАНДЫРУДЫҢ ЕНУІ ЦИФРЛЫҚ ЖАРНАМАНЫҢ ӨСУІНЕН ҒАНА ЕМЕС, СОНЫМЕН ҚАТАР ОЙЫН-САУЫҚ ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ ҚЫЗМЕТТЕРДІ САТЫП АЛУДЫҢ ЦИФРЛЫҚ АРНАЛАРЫНЫҢ СЕНІМДІ ҰЛҒАЮЫНАН ДА КӨРІНЕДІ. ҚАЗАҚСТАНДЫҚТАР МАРКЕТПЛЕЙСТЕРДІ, ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМАЛАРДЫ, СТРИМИНГТІ ЖӘНЕ Т.Б. ПАЙДАЛАНА ОТЫРЫП, КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯ ӨНІМДЕРІНЕ СҰРАНЫС АРТЫП КЕЛЕДІ.

Асхат Халимов:

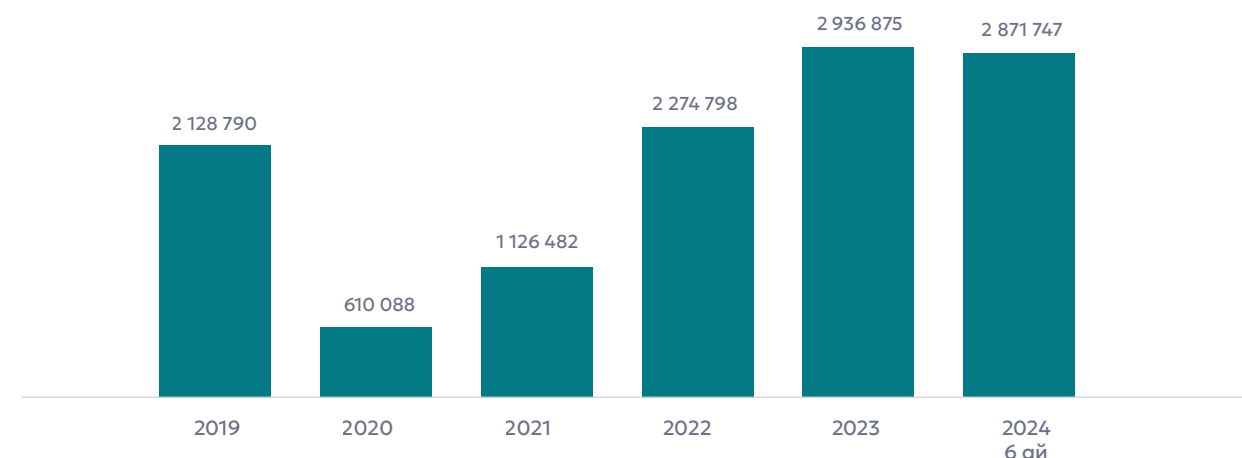
«Қазақстан – қазір бізбен шекаралас елдердің барлық перспективалы блогерлері жұмыс істейтін және шығармашылықпен айналысатын орынға айналып келеді. Біздің әлеуетімізді JKS нәтижелері растайды – біз блогерлер мен TikTok-хаустар арасында халықаралық аренада көшбасшы орындарды иеленіп, 4 жыл қатарынан 2-3 орында тұрмыз. Мұның бәрі бизнестің арқасында. Егер дұрыс тиімді тәсіл болса, онда елге және бизнеске үлкен дивидендтер әкелетін TikTok-хаустар құруға болады».

Мысалы, 2023 жылы Freedom Ticketon платформасы арқылы 3 миллионға жуық билет сатылды.

Бұл тренд 2024 жылдың бірінші жартыжылдығында да жалғасты, ол кезде билеттер сатылымы 2,9 миллионға жетті – бұл өткен жылы барлық сатылғандарға тең дерлік.³¹

58-СУРЕТ. FREEDOM TICKETON АРҚЫЛЫ САТЫЛҒАН БИЛЕТТЕР САНЫ, 2019-2024, БІРЛІК

Дереккөз: Freedom Ticketon



³¹ Қазақстанда киноға, концерттерге, спектакльдерге орта есеппен қанша ақша жұмсалады

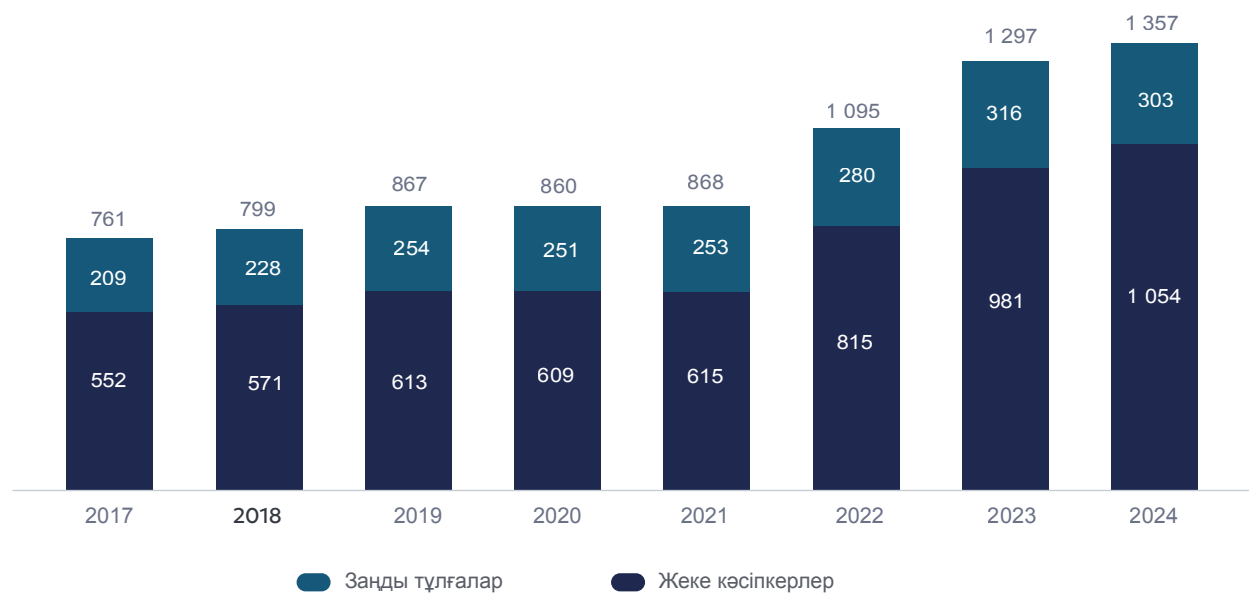
3.2.2 МУЗЫКА

3.2.2.1 Музыка индустриясының макроэкономикалық көрсеткіштері

Музыка және концерт саласында 1,4 мың субъекті жұмыс істейді, оның 78%-ы – жеке кәсіпкерлер. 2017 жылдан бергі кезеңде субъектілер саны 596-ға немесе жылына орта есеппен 9%-ға өсті, ал ең үлкен өсім соңғы үш жылда болды.

59-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ МУЗЫКА ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ СУБЪЕКТІЛЕР САНЫ, 2017-2024, БІРЛІК

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



Музыка және концерт саласындағы барлық субъектілердің 60%-дан астамы

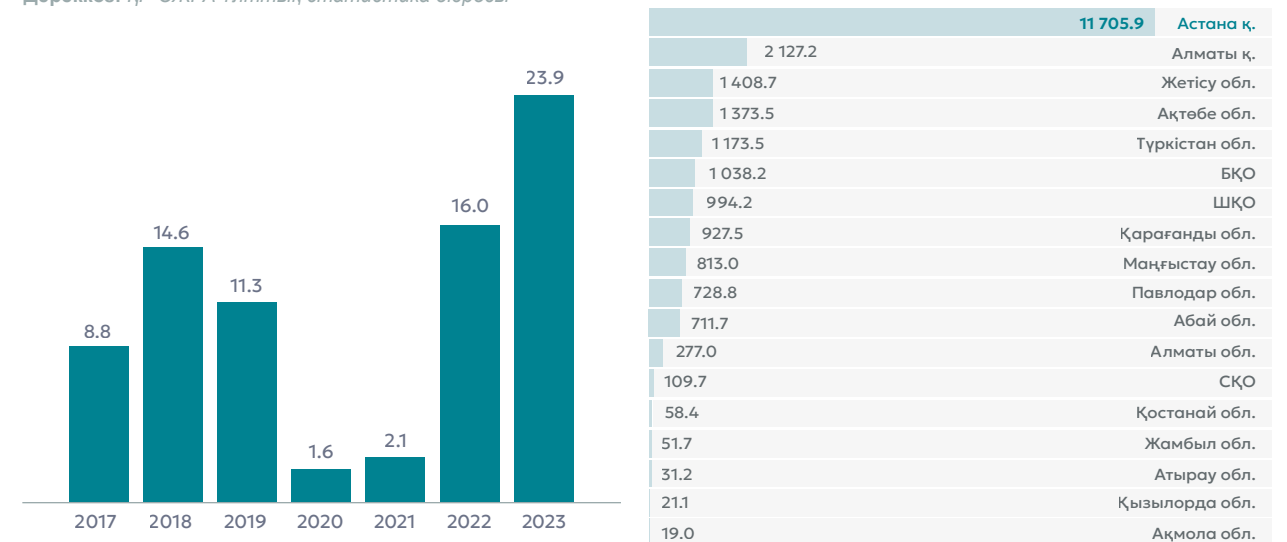
Алматы
561 субъекті

Астана
275 субъекті

Пандемиялық 2020 және 2021 жылдарды қоспағанда, музыка мен концерт саласындағы өндіріс көлемі өсуді көрсетіп келеді. 2023 жылы 23,9 млрд теңгені құрап, өндіріс шыңына жетті. Астана 11,7 млрд теңге көрсеткішпен көш бастады. Екінші орында – Алматы қаласы, онда өндіріс көлемі 2,1 млрд теңгені құрады.

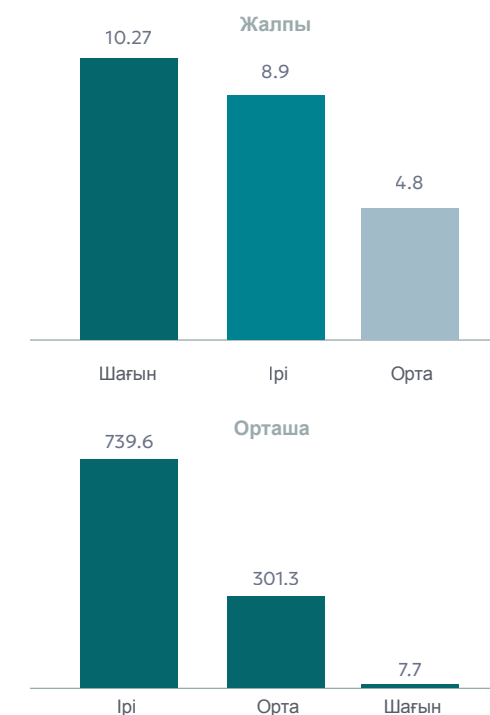
60-СУРЕТ. ӨҢІРЛЕР БӨЛІНІСІНДЕ ҚАЗАҚСТАННЫҢ МУЗЫКА ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ ӨНДІРІС КӨЛЕМІНІҢ ДИНАМИКАСЫ ЖӘНЕ ҚАЗІРГІ КӨЛЕМІ, 2017-2023, МЛРД ЖӘНЕ МЛН ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



61-СУРЕТ. КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ МӨЛШЕРІ БӨЛІНІСІНДЕГІ ҚАЗАҚСТАННЫҢ МУЗЫКА ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ БІР КӘСІПОРЫНҒА ШАҚҚАНДАҒЫ ӨНДІРІСТІҢ ЖАЛПЫ КӨЛЕМІ ЖӘНЕ ӨНДІРІСТІҢ ОРТАША КӨЛЕМІ, 2023, МЛРД ЖӘНЕ МЛН ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



Шағын кәсіпорындар 10,2 млрд теңгені құраған ең көп өндіріс көлемін қамтамасыз етті, бұл ірі және орта кәсіпорындардың көрсеткіштерінен айтарлықтай асып түседі. Ірі кәсіпорындар 8,9 млрд теңгенің өнімін өндірді. Орта кәсіпорындар 4,8 млрд теңгені құрайтын ең төменгі өндіріс көлемін көрсетті, бұл ірі кәсіпорындарға қарағанда екі есеге дерлік аз.

Шағын кәсіпорындардың өндірістің жалпы көлеміндегі басым үлесіне қарамастан, олардың бір кәсіпорынға шаққандағы орташа өндіріс көлемі ең төмен – 2023 жылы 7,7 млн теңге. Бұл ретте, ірі кәсіпорындар ең жоғары орташа өндіріс көлемін көрсетуде – бір кәсіпорынға шаққанда 739,6 млн теңге, бұл басқа санаттардағы көрсеткіштерден айтарлықтай асып түседі. Орта кәсіпорындар бір субъектіге шаққанда 301,3 млн. теңге көрсеткішпен аралық орынды алуда. Бұл әртүрлі көлемдегі кәсіпорындар арасындағы өндіріс ауқымындағы елеулі айырмашылықтарды көрсетеді.

3.2.2.2 Профильдік көрсеткіштер (цифрлық музыка және концерттер)

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЦИФРЛЫҚ МУЗЫКА НАРЫҒЫ 2023 ЖЫЛЫ 12,3 МЛН ДОЛЛАР КӨЛЕМІНДЕ ТАБЫС ӘКЕЛДІ. 2027 ЖЫЛҒА ҚАРАЙ КІРІС 14,3 МЛН ДОЛЛАРҒА ДЕЙІН ӨСЕДІ ДЕП КҮТІЛУДЕ.

Жаһандық музыка индустриясындағы сияқты, стриминг 9,6 млн доллар табыспен (жалпы кірістің 78,6%-ы) ең ірі сегмент болып табылады. Бұл көрсеткіш 2027 жылға қарай 11,4 млн долларға дейін өседі деп күтілуде.

Стриминг платформаларындағы жарнама да айтарлықтай үлес қосып, 2023 жылы 1,4 млн долларды қамтамасыз етті.³²

62-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЦИФРЛЫҚ МУЗЫКА НАРЫҒЫНЫҢ КӨЛЕМІ, 2017-2027, \$ МЛН

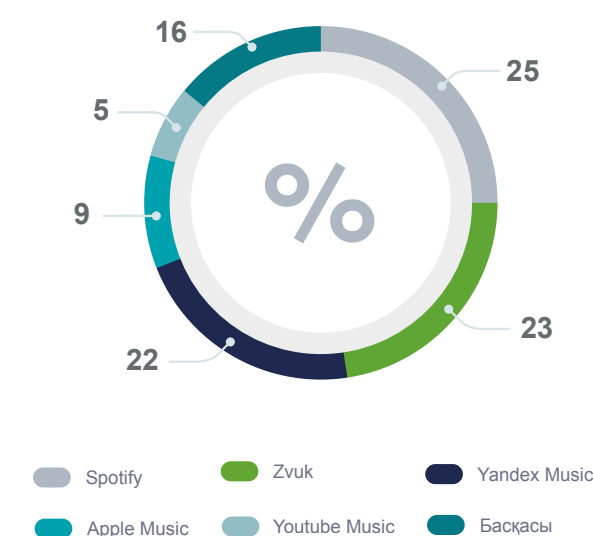
Дереккөз: Statista



Қазақстанның музыка индустриясының негізгі трендтерінің бірі – қазақ музыкасына сұраныстың артуы, бұл еліміздің мәдени мұрасының өсіп келе жатқан құндылығын көрсетеді. Қазіргі уақытта Yandex Music плейлистінде 450-ден астам қазақстандық музыкант ұсынылған.³³

63-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАН БОЙЫНША СТРИМИНГ ПЛАТФОРМАЛАРДЫҢ ҮЛЕСІ, 2023, %

Дереккөз: Statista



Қазақстандық стриминг нарығы

25%
Spotify

23%
Zvuk

22%
Yandex Music

Олжас Баймагамбетов:

«Дыбыс жазу студиялары мен сапалы концерттік алаңдарды қоса алғанда, инфрақұрылымға қолжетімділік оңай болуы керек. Бізде әлі күнге дейін әртістерге өз қызметін монетизациялауға мүмкіндік беретін жеке ірі онлайн-платформалар (мысалы, стриминг-сервистер мен маркетплейстер) жоқ.

Егер біз қазақстандық музыканы фестивальдерге қатысу және шетелдік әртістермен коллаборация арқылы жылжытпасақ, осы музыкамыздың халықаралық танылуы туралы айта алмаймыз.

Scriptonite екеуіміз 2021 жылы Apple Music Award сыйлығын алдық. Бұл Apple Music-пен коммуникацияның арқасында мүмкін болды. Қазақстанның музыка индустриясын әлемдік деңгейге шығару үшін заманауи дыбыс жазу студияларын, музыкалық лейблдер мен продюсерлік орталықтарды құру қажет.

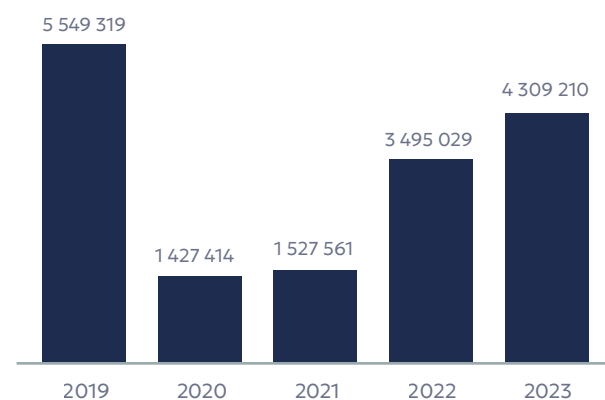
Қазақстанның өзіндік бірегей музыкалық стилі бар – этникалық мотивтерді пайдаланып, оларды заманауи жанрлармен араластыру және әртістерді Spotify, YouTube, TikTok-та ілгерілету, шоукейстер ұйымдастыру және Eurovision сияқты байқауларға қатысу қажет».

³² Statista

³³ Yandex Qazaqstan қазақ тіліндегі музыкалық ұсынымдарды ұсынады

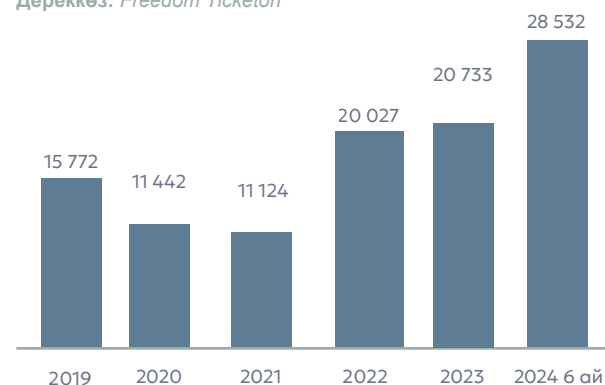
64-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАН БОЙЫНША КОНЦЕРТТІК ҰЙЫМДАР ӨТКІЗГЕН ІС-ШАРАЛАР САНЫ ЖӘНЕ КӨРЕРМЕНДЕР САНЫ, 2019-2023, БІРЛІК, АДАМ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



65-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КОНЦЕРТТЕРГЕ БИЛЕТТЕРДІҢ ОРТАША ҚҰНЫ, 2019-2024, ТЕҢГЕ

Дереккөз: Freedom Ticketon



Концерт қызметі нарығының 2020 жылғы локдауннан кейін біртіндеп қалпына келуі байқалуда. Осы уақыт ішінде концерттік ұйымдар ұйымдастырған іс-шаралар саны 3,3 есеге өсті, бұл жанды орындауға сұраныстың қалпына келгенін көрсетеді. 2023 жылы концерттер 4,3 млн адам аудиториясын жинады, бұл қоғамдық қызығушылықтың қайтарылуын көрсетеді.

Владимир Кравченко:

«Керемет мысал ретінде Финляндиядағы экспорттық кеңсені атауға болады. Біз Финляндияны мықты дамыған хоккей спорты бойынша ғана емес, сонымен қатар HIM, Rasmus, Nightwish, Aposcalyptica және басқа да көптеген танымал әртістері арқылы білетінімізді ескеріңіздер. Оларды дамытумен тікелей Music Finland экспорттық кеңсесі айналысқан. Олар бір кездері әртістерді тиісті жерлерге, атап айтқанда бүкіл әлем бойынша музыкалық фестивальдерге апарған, бұл іске өз бюджетін салған. Қазірдің өзінде осы істі өте сәтті жалғастыруда. Дәл осындай тәсіл әлемнің барлық дамыған елдерінде де жұмыс істейді. Бұны сондай-ақ киноиндустрияға және басқа салаға да қатысты қолдануға болады. Сондықтан нақты жұмыс істейтін құрылымдарға назар аударған жөн».

КОНЦЕРТКЕ БИЛЕТТЕРДІҢ БАҒАСЫ АЙТАРЛЫҚТАЙ ӨСТІ, 2021 ЖЫЛҒЫ 11 124 ТЕҢГЕДЕН 2024 ЖЫЛДЫҢ БІРІНШІ ЖАРТЫЖЫЛДЫҒЫНДА 28 532 ТЕҢГЕГЕ ДЕЙІН КӨТЕРІЛДІ.

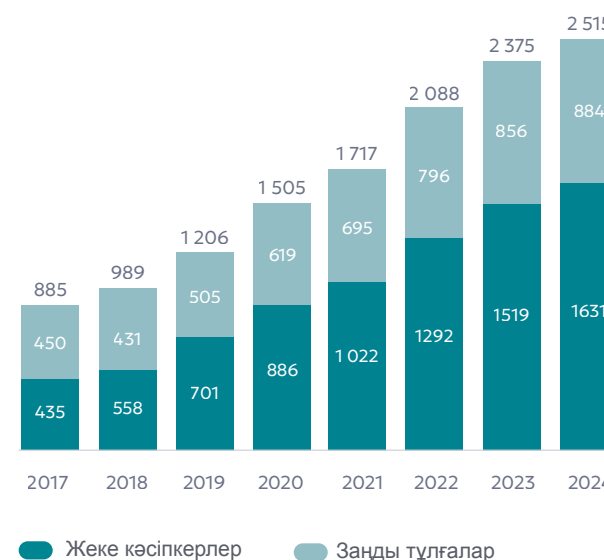
3.2.3 КИНО

3.2.3.1 Киноиндустрияның макроэкономикалық көрсеткіштері

КИНО САЛАСЫНДАҒЫ СУБЪЕКТІЛЕРДІҢ САНЫ ТҰРАҚТЫ ӨСІП КЕЛЕДІ ЖӘНЕ 2024 ЖЫЛДЫҢ ОРТАСЫНА ҚАРАЙ 2,5 МЫҢҒА ЖЕТТІ. НЕГІЗГІ ӨСІМГЕ ЖЕКЕ КӘСІПКЕРЛЕРДІҢ ЕСЕБІНЕН ҚОЛ ЖЕТКІЗІЛДІ: 2017 ЖЫЛДАН БЕРІ ЗАҢДЫ ТҰЛҒАЛАРДЫҢ САНЫ ЕКІ ЕСЕГЕ ӨССЕ, ЖЕКЕ КӘСІПКЕРЛЕРДІҢ САНЫ ТӨРТ ЕСЕГЕ ӨСТІ.

66-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАН КИНОИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ СУБЪЕКТІЛЕР САНЫ, 2017-2024, БІРЛІК

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



Алматы қазақстандық кинематографияның орталығы бола отырып, кино саласындағы субъектілердің саны бойынша да, әрине, көш бастап тұр – 52%-ы сонда тіркелген. Астанада кино саласында 657 субъект тіркелген, бұл 26%-ды құрайды.

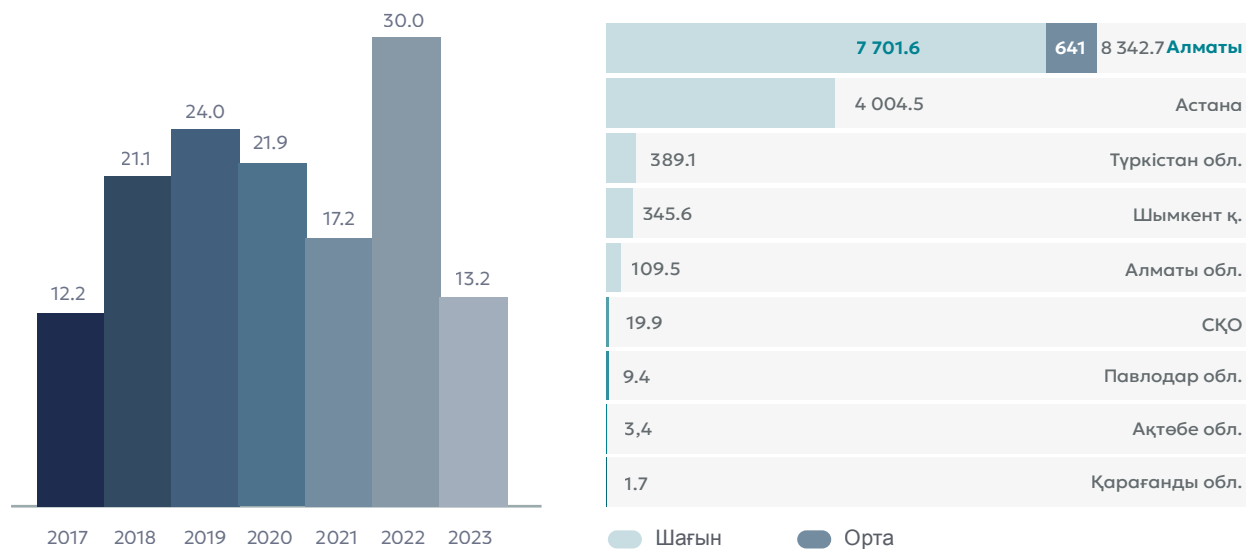
Пандемия салдарынан болған 2020-2021 жылдардағы және 2023 жылғы құлдырауды қоспағанда, киноиндустрия өндірісінің көлемдерінде оң динамика байқалады. Өндірістің шарықтау шегі 2022 жылы болды, ол 30 млрд теңгені құрады, бұл 2017 жылғы көрсеткіштен 145,2%-ға жоғары.

Киноиндустрия өнімдерінің негізгі бөлігі Алматыда өндірілді (8,34 млрд теңге). Астана өндіріс көлемі бойынша екінші орынды иеленді, онда 2023 жылы бұл көрсеткіш 4 млрд теңгеге жетті.

2023 жылы кино өндірісінің ең көп үлесін шағын кәсіпорындар қамтамасыз етті, олардың шығарған көлемі 12,6 млрд теңгені құрады. Орта кәсіпорындар 0,6 млрд теңгенің өнімін өндіріп, олардың барлығы Алматыда шоғырланған. Басқа өңірлерде, соның ішінде Астанада кино өндірісімен тек шағын кәсіпорындар айналысқан. Тұтастай алғанда, барлық көрсеткіштер Қазақстандағы киноиндустрияны дамытудағы Алматы мен Астананың шешуші рөлін көрсетеді, сондай-ақ басқа өңірлердің осы салаға әлсіз интеграцияланғанын дәлелдейді.

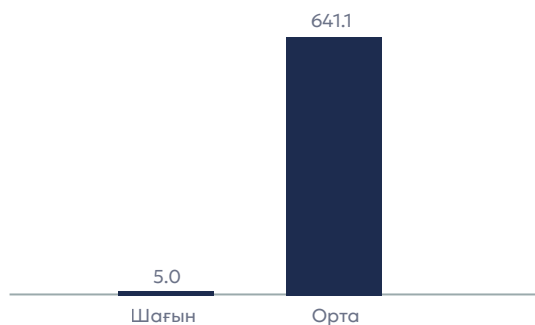
67-СУРЕТ. ӨНІРЛЕР БӨЛІНІСІНДЕ ҚАЗАҚСТАННЫҢ КИНОИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ ӨНДІРІС КӨЛЕМІНІҢ ДИНАМИКАСЫ ЖӘНЕ ҚАЗІРГІ КӨЛЕМІ, 2017-2023, МЛРД ЖӘНЕ МЛН ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



68-СУРЕТ. КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ МӨЛШЕРІ БӨЛІНІСІНДЕГІ ҚАЗАҚСТАН КИНОИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ БІР КӘСІПОРЫНҒА ШАҚҚАНДАҒЫ ӨНДІРІСТІҢ ОРТАША КӨЛЕМІ, 2023, МЛН ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



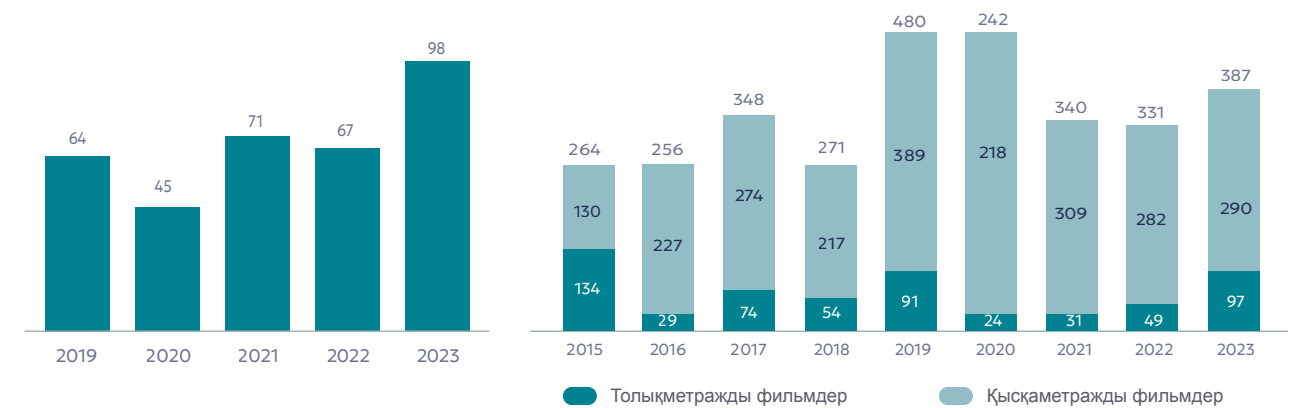
Орта кәсіпорын өндірісінің орташа көлемі 641,1 млн. теңгені, ал шағын кәсіпорындыкі 5 млн. теңгені құрайтын шағын және орта кәсіпорындар арасындағы өндірістік көрсеткіштердегі айтарлықтай алшақтыққа (128 есе) қарамастан, шағын кәсіпорындардың жалпы өндіріс көлемі мен олардың саны айтарлықтай жоғары екенін атап өткен жөн. Шағын кәсіпорындардың кең желісіне қарамастан, олардың өндірістік қуаты индустриядағы ірі ойыншылармен салыстырғанда шектеулі болып қалуда.

3.2.3.2 Профильдік көрсеткіштер (өндіріс, көрсетілім, түсім, кинотеатрлар)

2019 жылы Қазақстанда фильмдер өндірісімен айналысатын 64 кинематографиялық ұйым жұмыс істеді. 2020 жылғы Ковид жылында бұл сан 45-ке дейін түсті, бірақ 2023 жылға қарай ол 98-ге дейін көтерілді, бұл киноөндірісіндегі белсенділіктің қайта жанданғанын көрсетеді.

69-СУРЕТ. КИНЕМАТОГРАФИЯЛЫҚ КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ САНЫ ЖӘНЕ ТҮСІРІЛГЕН ФИЛЬМДЕРДІҢ ЖАЛПЫ САНЫ, 2015-2023, БІРЛІК

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы

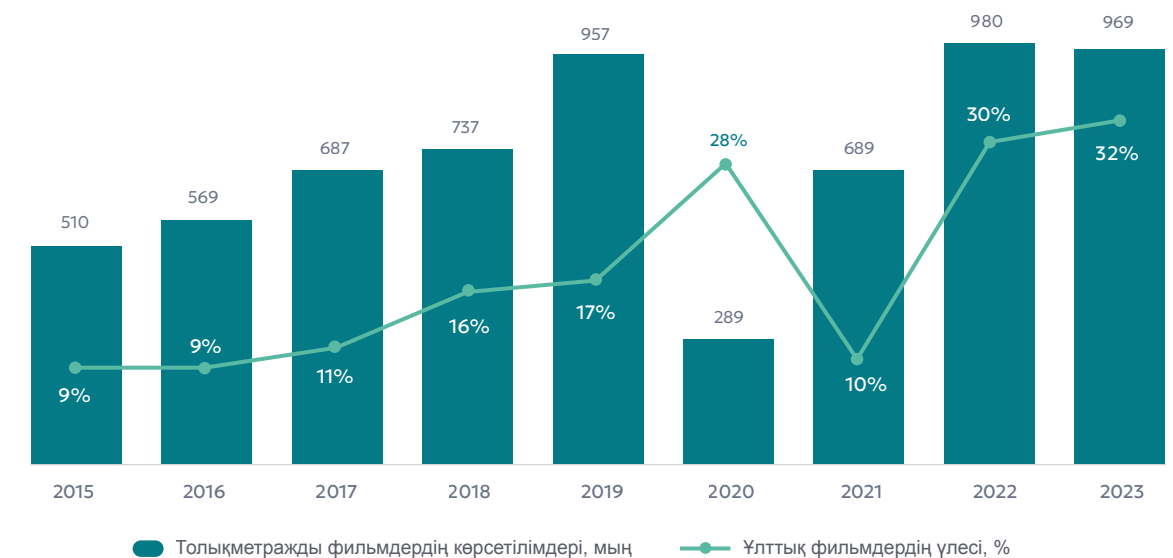


2023 жылы ҚАЗАҚСТАНДА ОТАНДЫҚ КИНЕМАТОГРАФИСТЕР 387 ФИЛЬМ ТҮСІРДІ, БҰЛ ӨТКЕН ЖЫЛМЕН САЛЫСТЫРҒАНДА 56 ФИЛЬМГЕ КӨП. ОНЫҢ 25%-Ы ТОЛЫҚ МЕТРАЖДЫ ФИЛЬМДЕР БОЛСА, 75%-Ы ҚЫСҚАМЕТРАЖДЫ ФИЛЬМДЕР БОЛДЫ.

2023 жылы 969 мың ТОЛЫҚМЕТРАЖДЫ ФИЛЬМ КӨРСЕТІЛДІ. ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ФИЛЬМДЕРДІҢ ҮЛЕСІ ОЛАРДЫҢ ЖАЛПЫ САНЫНЫҢ 32%-НА ЖЕТТІ.

70-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТОЛЫҚМЕТРАЖДЫ ФИЛЬМДЕРДІҢ КӨРСЕТІЛІМДЕРІ ЖӘНЕ ҰЛТТЫҚ ФИЛЬМДЕРДІҢ ҮЛЕСІ, 2015-2023, МЫҢ БІРЛІК, %

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



71-СУРЕТ. ШЫҒАРЫЛҒАН ЕЛІ БОЙЫНША ТОЛЫҚМЕТРАЖДЫ ФИЛЬМДЕР СЕАНСТАРЫНА ҚАЗАҚСТАНДА БАРУ САНЫ, 2023, МЫҢ БІРЛІК

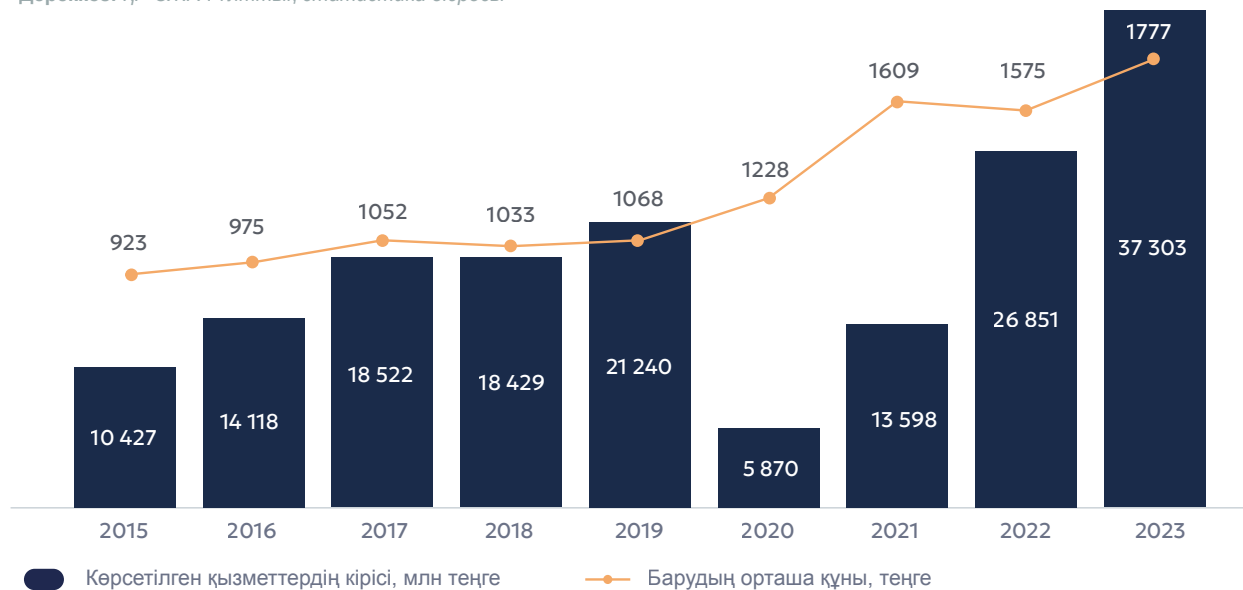
Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



2020 ЖЫЛҒЫ ЛОКДАУНДА КҮРТ ҚҰЛДЫРАУДАН КЕЙІН КАССАЛЫҚ ТҮСІМДЕР ЖЕДЕЛДЕТІЛГЕН ҚАРҚЫНМЕН ӨСУДІ ҚАЙТА БАСТАДЫ. 2023 ЖЫЛЫ ОЛ 37,3 МЛРД ТЕҢГЕНІ ҚҰРАДЫ.

72-СУРЕТ. КИНОПРОКАТТАН ТҮСЕТІН КІРІСТЕР ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КИНОҒА БАРУДЫҢ ОРТАША ҚҰНЫ, 2015-2023, МЛН ТЕҢГЕ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



2024 ЖЫЛДЫҢ ҚЫРКҮЙЕГІНЕ ДЕЙІН 70 ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ФИЛЬМ ҮЛКЕН ЭКРАНДАРДА КӨРСЕТІЛІП ҮЛГЕРДІ. ОЛАР БОЙЫНША ЖАЛПЫ КАССАЛЫҚ ТҮСІМ 14,2 МЛРД ТЕҢГЕНІ ҚҰРАСА, «ДӘСТҮР» ФИЛЬМІ 2 МЛРД ТЕҢГЕГЕ ЖУЫҚ ҚАРЖЫ ЖИНАП, 2024 ЖЫЛДЫҢ КӨШБАСШЫСЫ АТАНДЫ.³⁴



Анна Дармодехина:

«Қазақстандағы кино қазір керемет өсуде. Биыл 90 кино экранға шықты. Тағы біраз уақыттан кейін кино түсіру деңгейі бойынша біз түрік киноиндустриясына жақындаймыз, онда жылына 100 кино мен 100 серия экранға жол тартатыны белгілі».

Кино нарығының үдемелі өсуі аясында кинотеатр желісі де дамып келеді. 2023 жылы Қазақстандағы кинотеатрлар саны 113 болды және бұл көрсеткіш 2020 жылды қоспағанда, жыл сайын артып келеді. 2015 жылдан бері ең жоғары өсім 2023 жылы тіркелді.



Елена Ларионова:

«Қазақстан өңірлеріндегі кинотеатрлардың тапшылығы өткір мәселе болып тұр. Бізде ірі – Алматы, Астана, Шымкент қалаларында кинотеатрлар жеткілікті, бірақ қалған аумақтар мен өңірлер мұндай залдармен қамтылмаған. Егер біз сол жерлерде кинотеатрларды салсақ, онда прокат та көтерілетін еді. Өңірлердегі көрермендер аса талғампаз емес, отандық киноларға да жаппай барар еді – осылайша жергілікті фильмдердің бокс-офисі тағы да көтерілер еді».

Анна Дармодехина:

«Жаңа кинотеатрларды салу өте маңызды. Себебі қазір бізде көптеген елді мекендер кинотеатрлармен қамтылмаған. Онда кино көрсетілімдеріне сұраныс бар, бірақ кинотеатрлар жоқ. Мұның бәрін ауқымдау үшін мүмкіндік беру керек: егер бізде кинотеатрлар көп болса, онда кассалық жинақ та артады».

³⁴ 2024 жылы 70 қазақстандық кинотаспа үлкен экрандарға шықты

73-СУРЕТ. АЗАҚСТАНДАҒЫ КИНТЕАТРЛАРДЫҢ НЕГІЗГІ КӨРСЕТКІШТЕРІ, 2023, БІРЛІК

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



2023 жылғы жағдай бойынша Алматыда ең көп кинотеатрлар (21), кинозалдар (135) және орындар (16 871) бар. Астана 10 кинотеатр, 63 кинозал және 8 405 орынмен екінші орында. Шымкентте 10 кинотеатр, 30 кинозал және 3345 орын ұсынылған. Бұл қалалардың үлесіне кинозалдар мен кинозалдардағы орындардың жартысынан астамы келеді.

Қазақстанның стриминг нарығы қарқынды дамып келеді. Бұл ретте қазақстандық аудитория жаһандық стриминг платформаларына ғана емес, сонымен қатар жергілікті нарық ойыншыларының ұсыныстарына да бағдар алады. Жергілікті контентті қолдап және цифрлық медиаға өсіп келе жатқан сұранысты қанағаттандырып, жаңа сервистер қазақстандық кино және ойын-сауық саласына біртіндеп тамыр жаюда.

Мысалы, Қазақтелеком ұсынатын TV+ тікелей эфирде телеарналарды, сұраныс бойынша фильмдер мен сериалдарды, сондай-ақ балаларға арналған контентті ұсынады. Платформа әртүрлі құрылғылардағы жұмысты қолдайды және жеке плейлист жасауға мүмкіндік береді.

2024 жылдың қаңтарында іске қосылған Freedom Media Қазақстан мен Орталық Азиядағы аудиторияға бағдарланған. Платформа телешоуларға, фильмдерге, деректі фильмдерге және эксклюзивті контентке шексіз қолжетімділікті ұсынады, сонымен қатар ыңғайлылық үшін офлайн режимін де ұсынады. Бес жыл ішінде Freedom Media-ны дамытуға

³⁵ Форбс Қазақстан

3.2.4. Видео ойындар

2023 жылы Қазақстандағы видео ойындар нарығы 238,3 млн доллар көлемінде табыс әкелсе, 2027 жылға қарай бұл көрсеткіш 317,1 млн долларға жетеді.

Мобильді ойындар ең үлкен сегмент болып қалуда, оның кірісі 2027 жылға қарай 193,2 млн долларға жетеді деп күтілуде. Бұл өсім өңірдегі мобильді ойындардың танымалдылығын, сондай-ақ басқа сегменттердің айтарлықтай өсу әлеуетін көрсетеді.

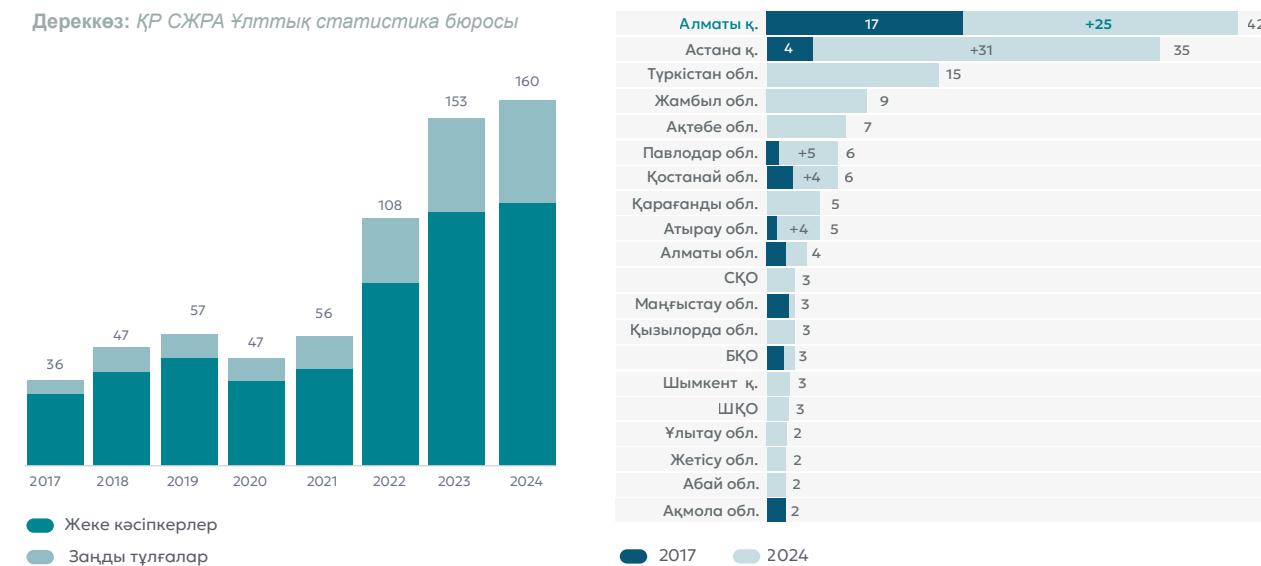
74-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ВИДЕО ОЙЫНДАР НАРЫҒЫ, 2017-2027, \$ МЛН

Дереккөз: Statista



75-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ ОЙЫНДАР ШЫҒАРУ ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ СУБЪЕКТИЛЕР САНЫНЫҢ ДИНАМИКАСЫ ЖӘНЕ ҚАЗІРГІ САНЫ

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



Ойын саласы субъектілері тіркелуінің негізгі өңірлері – Алматы және Астана қалалары – тиісінше 42 және 35 субъекті, ал облыстар арасында Түркістан облысы ерекшеленеді, онда видео ойындар өндірісі саласында 15 субъекті тіркелген және жұмыс істейді.

Қазақстандағы компьютерлік ойындар индустриясы өндіріс көлемінің төмендігімен және видео ойын өнімдерін импорттауға жоғары тәуелділігімен сипатталады. Өндіріс көрсеткіштері төмен және тұрақсыз болып қалуда: аздаған өсу 2021 жылы (148,4 млн теңге) және 2023 жылы (156,6 млн теңге) тіркелді. Мұндай динамика саланың дамуындағы тұрақсыздықты көрсетеді.

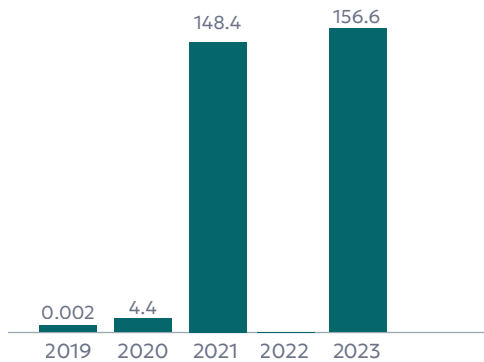


Алексей Шегай:

«Қазақстанға өзінің ойын контентін табысты дамытып, соның ішінде экспортқа шығаруы үшін жан-жақты жағдай жасалуы қажет. Әзірлеушілер жоғары әлемдік стандарттарға сәйкес келетін ойындар жасауы керек. Маркетинг пен жылжыту өте маңызды – ойындарды халықаралық ойын көрмелері мен платформаларда белсенді түрде ілгерілету қажет. Ірі шығарушылармен және дистрибьюторлармен серіктестік халықаралық нарыққа шығуды едәуір жеделдете алады. Мысал ретінде ойын индустриясын ойдағыдай дамытып жатқан Оңтүстік Корея және Финляндия сияқты елдердің тәжірибесін алуға болады».

76-СУРЕТ. ҚАЗАҚСТАННЫҢ ОЙЫНДАР ШЫҒАРУ ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ ӨНДІРІС КӨЛЕМІ, 2019-2023, МЛН ТЕҢГЕ ӨҢІРЛЕР БӨЛІНІСІНДЕ, 2017-2024, БІРЛІК

Дереккөз: ҚР СЖРА Ұлттық статистика бюросы



Әлім Хамитов:

«Біріншіден, өзіміздің мықты жақтарымызды түсіну керек – ол бәсекеге қабілетті және әлемдік нарықтарға бейімделген болуы үшін біз қандай түрдегі ойынды жасай аламыз екенін анықтаған жөн. Біздің әзірлеуші студияларымызға үнемі халықаралық ойын шығарушылармен коллаборация жолдарын іздеу керек – өнімді жасап шығу бір басқа, дистрибуция, оны қалай тарату керектігі аса маңызды».

Ойындарды әзірлеуді қоса алғанда, IT секторы инновациялар мен технологиялық прогреске ықпал ететін Astana Hub арқылы айтарлықтай қолдау алады.

Бүгінгі таңда Astana Hub 1 500-ден астам қатысушыны біріктірді, оның ішінде 1 104 жергілікті және 437 халықаралық компаниялар. Қатысушылар мен қызметкерлер саны тұрақты өсуде: 2019 жылы 185 компания мен 543 адам болса, 2024 жылы 25 000-нан астам қызметкерге дейін жетті. Қатысушылардың жалпы табысы 1,1 трлн теңгеге жетті.³⁶

2024 жылдың қарашасындағы жағдай бойынша Қазақстанда 17 өңірлік IT-хаб жұмыс істейді. Astana Hub және өңірлік биліктің қолдауымен құрылған бұл хабтар стартап-экожүйесін дамытуда, IT-білім беруді жақсартуда және цифрлық инновацияларды ілгерілетуде маңызды рөл атқарады.

Өткен жылы іске қосылғаннан бері өңірлік IT-хабтар 1700-ден астам іс-шараны, соның ішінде 50 000-нан астам адам қатысқан халықаралық форумдарды өткізді. Бұл бастамалар Astana Hub экожүйесіне 200-ге жуық IT-компанияны интеграциялауға көмектесті.³⁷

Видео ойындар саласының негізгі капиталына инвестициялар байқалған жоқ, бұл салаға қаржыландыруды тартудағы проблемаларды көрсетеді. Видео ойындар саласына инвестицияның шектеулі болуы Қазақстанның шетелдік әзірлемелерге көп сүйенетінін білдіреді, бұл отандық индустрияның өсуі және оның өз бетімен дамуын ынталандыру мүмкіндіктерін шектейді.

3.3. Таяуда болған оқиғалар

Креативті индустрияларды ынталандыру үшін экономикалық қызметтің 40 түрі үшін арнайы салық режимі енгізілді:

Салықтан босату: Компаниялар корпоративті және жеке табыс салығынан, сондай-ақ ҚҚС-тан босатылады.

Бірыңғай салық мөлшерлемесі: Жауапкершілігі шектеулі серіктестіктер 8%, жеке кәсіпкерлер – 2-4% мөлшерінде бірыңғай салық төлейді

Сәйкестік өлшемшарттары: Бұл жеңілдіктер қызметкерлер саны 200 адамнан аспайтын және жылдық айналымы 2,2 млрд теңгеге дейінгі компанияларға қолданылады.³⁸

Бұл режим 35 000-нан астам кәсіпкерді немесе креативті индустрияларда жұмыс істейтіндердің 77%-ын қамтиды. Бұдан басқа, креативті индустриялардың экожүйесін нығайту үшін бүкіл ел бойынша креативті саламен байланысты барлық заңды және жеке тұлғаларды біріктіретін біртұтас экожүйені қалыптастыратын креативті хабтар құрылуда.³⁹

Бұл хабтар:

01. Креативті пайдалану үшін мемлекеттік мүлікке қолжетімділікті;
02. Өткізу нарықтарын кеңейту үшін экспортқа көмекті;
03. Халықаралық іс-шараларға қатысу мүмкіндіктерін;
04. Онлайн-нарықтар мен стриминг сервистері арқылы шетелдік аудиториямен өзара іс-қимыл жасауға арналған платформаларды;
05. Жобалардың назарға ілінуін арттыру үшін маркетингтік қолдау және PR-ды ұсынады.

Қазіргі уақытта Қазақстанда Астанадағы OzgeEpic, Алматыдағы Alatau және Almaty Creative, Шымкенттегі Art Amanat Hub, Түркістандағы тағы бір OzgeEpic және Петропавлдағы Qyzyljar Creative Hub сияқты 10 креативті орталық пен хаб жұмыс істейді.⁴⁰ Мұндай орталықтардың саны артады деп күтілуде.

Бұдан басқа, 2024 жылдың тамызында Энерго университеті Қазақстандағы алғашқы креативті индустриялар паркін ашты. Бұл парк кино, медиа, дизайн, анимация, ойын жасау және жасанды интеллект бойынша курстарды енгізу арқылы университеттің білім беру бағдарламаларын кеңейтуді көздейді.⁴¹

³⁶ Қазақстанда тағы екі IT-хаб ашылады

³⁷ Ulytau Hub: Ұлытау облысында Цифрлық технологиялар және IT-кәсіпкерлік орталығы ашылды

³⁸ Мәдениет және ақпарат министрлігі, Dasco.kz

³⁹ Қазақстан Республикасының 2029 жылға дейінгі Ұлттық даму жоспары

⁴⁰ El.kz, Қазақстан креаторлары «көлеңкеден» шығады

⁴¹ Gov.kz. Алматы облысында Қазақстандағы алғашқы креативті индустриялар паркі ашылды

04.

АХҚО-НЫҢ КРЕАТИВТІ
ИНДУСТРИЯЛАРДЫ
ДАМУДАҒЫ РӨЛІ

4.1 Венчурлық студия 80

4.2 Венчурлық қор 87

4.3 «Зияткерлік меншік туралы»
АХҚО актісі 88

4.4 Краудфандинг 92

4.5 Активтер токенизациясы 93

АХҚО венчурлық студиялары

Креативті индустриялардың көбінесе инновацияларды, қаржыландыруды және бизнеске икемді тәсілді біріктіруді талап ететін динамикалық қажеттіліктеріне бейімделген бірқатар артықшылықтарды ұсынады

АХҚО-дағы венчурлық қорлар

Қаржыландыруды тартуда қиындықтарға тап болатын креативті индустриялар венчурлық қорлар арқылы қолдауға ие болады, ал АХҚО құқықтық базасының, салықтық артықшылықтарының және инвесторларға қолжетімділігінің арқасында жергілікті және халықаралық капиталды тарту үшін бірегей платформа құрады

«Зияткерлік меншік туралы»
АХҚО-ның 2024 жылғы актісі

зияткерлік меншік құқықтарын қорғау, басқару және қамтамасыз ету үшін сенімді құқықтық база құруға бағытталған, зияткерлік құқықтарды қорғауды күшейтеді және креативті индустриялардың дамуын қолдайды

\$16
трлн

бұл 2030 жылға қарай болжанған нақты активтердің токенизациялау көлемі және креативті индустриялардағы блокчейн технологияларын қолдана отырып, активтерге құқықтарды цифрлық токендерге айналдыруға негізделген бұл процесс туындыларды монетизациялауға, жеке инвестицияларды тартуға, ашықтықты қамтамасыз етуге, меншік құқығын қорғауға және орнықты экономикалық дамуды қолдауға ықпал етеді

324
компания

креативті индустриялар саласында жұмыс істейтін және АХҚО-да тіркелген компаниялар саны, 2024 жылғы қазан

\$16,5
млрд

жаһандық краудфандинг нарығының бағалануы

29,8
млрд теңге (548 жобаға)

АХҚО краудфандингтік платформалары (GoCrowd Limited, iKapitalist и Investroom) арқылы тартылды

04. АХҚО-НЫҢ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДЫ ДАМУДАҒЫ РӨЛІ

АХҚО ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДЫ ҚОЛДАУДАҒЫ РӨЛІН КҮШЕЙТУДІ ЖОСПАРЛАП ОТЫР. 2024 ЖЫЛҒЫ ҚАЗАНДАҒЫ ЖАҒДАЙ БОЙЫНША АХҚО-ДА КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАР САЛАСЫНДА, НЕГІЗІНЕН IT-СЕКТОРДА ЖҰМЫС ІСТЕЙТІН 324 КОМПАНИЯ ТІРКЕЛГЕН.

Бұл бөлімде креативтілік пен кәсіпкерлікті дамытуға ықпал ететін динамикалық экожүйені құру үшін АХҚО ұсынатын 5 шешім берілген:

01. инновацияларды ынталандыру үшін АХҚО венчурлық студиясын пайдалану
02. стартаптарды,⁴² Оның ішінде креативті жобаларды қолдау үшін АХҚО-да венчурлық қор құру
03. креативті активтерді қорғау және басқару үшін АХҚО зияткерлік меншік жүйесін пайдалану
04. креативті жобалар үшін краудфандингті тарту
05. активтерді токенизациялау

Майра Измайлова:

«Егер Қазақстанда креативті индустрияларды сауатты дами басталса, онда АХҚО алаңы креаторлар үшін тамаша мүмкіндік болар еді, өйткені біздің еліміз әлі де мемлекеттік құрылымдарға тәуелді, барлығы өте қатаң реттеледі».

Әлім Хамитов:

«Креативті индустрия үшін тартылыс нүктелері қажет. Біздің МОСТ-хаб IT-компаниялар үшін осындай тартылыс нүктесінің жарқын мысалы бола алады. Креаторлар үшін де сол жерде білім алатын, өздерінің қоғамдастығы, ақша, тәлімгерлер және т.б. болатын осындай орындар керек».

⁴² Ескерту: Стартаптар деп креативті және инновациялық жобалар, оның ішінде Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 6 маусымдағы №448 қаулысымен бекітілген ЭҚЖЖ түрлері бойынша жобалар түсініледі.

4.1. Венчурлық студия

Венчурлық студия деген не?

Венчурлық студия – бұл стартаптарды «өз ішінде» құратын және дамытатын ұйым. Бұрыннан бар стартаптарға инвестиция салатын дәстүрлі венчурлық қорлардан айырмашылығы, венчурлық студиялар идеяларды ойлап табады, командалар құрады және стартаптарды олардың дамуының барлық кезеңдерінде басқарады.

Алғашқы сәтті студиялардың бірі 1996 жылы Билл Гросс негізін қалаған Idealab болды, ол GoTo.com және CarsDirect қоса алғанда, 150-ден астам стартапты іске қосты. Тағы бір мысал – Zalando және Delivery Hero сияқты жаһандық компанияларды құруға көмектескен Германияның Rocket Internet студиясы. Бұл жобалар бүкіл әлем бойынша инвесторлар мен кәсіпкерлердің назарын аудара отырып, студия моделінің тиімділігін көрсетті.

Венчурлық студия қалай құрылады?

Венчурлық студия қайталанатын және сынақтан өткен практикаларды жаңа тұжырымдамаларға қолдана отырып, стартап-компанияларды құрады және дамытады.

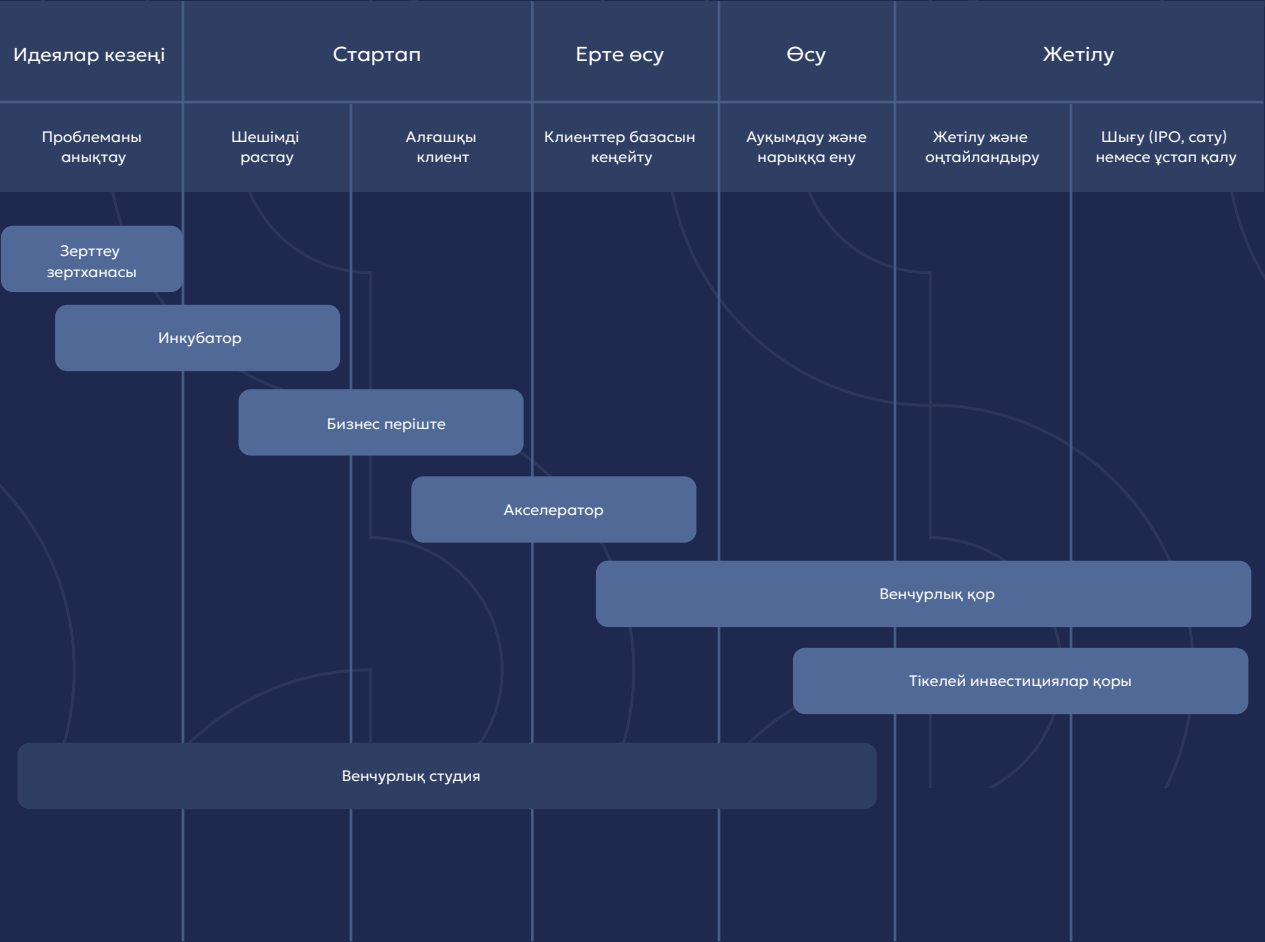
Студия кәсіпорын үшін тәуекелді азайтудың және оның орнықтылығын қамтамасыз етудің тиімді.

Венчурлық студия – инкубаторлар, бизнес-періштелер, акселераторлар және венчурлық қорлар сияқты стартаптарды қолдаудың басқа түрлерінен ерекшеленетін бірегей құрал. Ол стартаптың дамуының: идеяны қалыптастырудан бастап нарыққа шығуға және ауқымдалуға дейінгі толық циклін қамтиды. Шектеулі ресурстар ұсынатын және бастапқы кезеңдерге немесе қысқа мерзімді бағдарламаларға бағдарланған инкубаторлар мен акселераторлардан айырмашылығы, венчурлық студия стартаптарға капиталға, инфрақұрылымға, сараптамаға және тәлімгерлікке қолжетімділік ұсына отырып, барлық кезеңдерге белсенді қатысады.

Ерте кезеңдерді қаржыландыруды көздейтін бизнес-періштелермен және негізінен өсу кезеңіндегі компаниялармен жұмыс істейтін венчурлық қорлармен салыстырғанда, студиялар тәуекелдерді азайту және сәттілік ықтималдығын арттыру арқылы стартаптарды нөлден жасайды. Тікелей инвестициялар қорлары өз кезегінде жетілген компаниялармен жұмыс істейді.

77-СУРЕТ. СТАРТАПТЫҢ ДАМУ КЕЗЕҢДЕРІ ЖӘНЕ ҚОЛДАУ ҚҰРАЛДАРЫ (НАҚТЫ ЖАҒДАЙДА АУЫТҚУШЫЛЫҚТАР БОЛУЫ ЫҚТИМАЛ)

Дереккөз: АХҚО



АХҚО венчурлық студиясы қағидаларының негізгі ережелері

ЖАЛПЫ ТАЛАПТАР

Қағидалар АХҚО-да венчурлық студияларды немесе венчурлық студиялар компанияларын тіркеуді немесе басқаруды қалайтын жеке және заңды тұлғаларға қолданылады. Венчурлық студиялар АХҚО реттеу шеңберінде компанияның жеке түрі болып танылды.

МАҚСАТТАРЫ МЕН ҚЫЗМЕТІ

Венчурлық студиялар стартаптарға демеушілік көрсетумен және инновацияларды ынталандыру үшін компаниялар құрумен айналысады. Рұқсат етілген қызмет түрлеріне стартаптарға демеушілік жасау, капиталды тарту (Инновациялар жөніндегі уәкілдің⁴⁴ келісімі бойынша сомма шегін ұлғайту мүмкіндігімен 1 млн долларға дейін) және венчурлық студиялардың 10 компаниясына дейін құру кіреді.

РЕТТЕУ ЖӘНЕ БАСҚАРУ

Венчурлық студиялар мен олардың компаниялары басқаруға, есеп беруге және қаржылық құжаттаманы жүргізуге қойылатын қатаң талаптарды сақтауға міндетті. Қадағалауды талаптардың сақталуын, ашықтығын және үздік практикалардың қолдануды қамтамасыз ететін Инновациялар жөніндегі уәкіл жүзеге асырады.

МЕРЗІМДЕРІ МЕН МӘРТЕБЕСІНІҢ ӨЗГЕРУІ

Демеушілік келісімдер 12 айға бір реттік ұзарту мүмкіндігімен 24 аймен шектеледі. Жоғарыда аталған жеңілдік кезеңі аяқталғаннан кейін венчурлық студия компаниялары кеңірек реттеуші талаптарды сақтай отырып, жеке компаниялар мәртебесіне ауысады (79-суретті қараңыз).

2024 жылғы 4 қыркүйекте күшіне енген АХҚО венчурлық студиясының қағидалары⁴³ венчурлық компанияларды құру үшін заңнамалық базаны жасауды, стартаптарды қаржылық және қаржылық емес қолдауға қатысты құқықтық айқындылықты белгілеуді, венчурлық компанияларды құруды және венчурлық студиялардың, кәсіпкерлер мен стартаптардың бір-бірімен және тұтастай нарықпен өзара іс-қимылын түсіндіруді қамтиды. Қағидалар сонымен қатар жаңа бизнес-идеяларды инкубациялауға, кәсіпкерлерге демеушілік жасауға және жаңа бизнесті ауқымдау шығындарын азайтуға мүмкіндік беретін нақты жедел шараларды енгізу арқылы венчурлық студия моделінде бизнесті жүргізуді жеңілдетеді.

Ернар Құрмашев:

«Бұл жерде міндет түсінікті – дарынды жандарды қолдау. Оңтүстік Корея әр бағытты жеке креативті индустрия ретінде дамыта бастады. Олар креативті индустрияларда бір нәрсеге қол жеткізгендердің барлығын тауып, көшбасшыларды анықтады да: «Қыздар, жігіттер, біз сендерге мемлекеттік қолдау көрсетеміз және көмектесеміз, бірақ сендердің міндеттерің өсіп, сала үшін жауапкершілікті өз мойындарыңа алу, басқа дарындарды тәрбиелеу. Нарықты монополиялау емес, керісінше, акселератор құру», – деп нақты міндет қойды».

⁴³ АХҚО венчурлық студиясының қағидалары

⁴⁴ Ескертпе: АХҚО инновациялар жөніндегі уәкілінің құзыреттері АХҚО венчурлық студиясының қағидаларында айқындалған

Креативті индустриялар үшін венчурлық студиялардың артықшылықтары

Венчурлық студиялар креативті индустриялардың көбінесе инновацияларды, қаржыландыруды және бизнес жүргізуге икемді тәсілді талап ететін динамикалық қажеттіліктеріне бейімделген бірқатар артықшылықтарды ұсынады:

01.

ЖЕДЕЛ ДАМУ:

Венчурлық студиялар креаторларға жедел өсу үшін ресурстарға, сарапшыларға және инфрақұрылымға қол жеткізуге мүмкіндік береді. Креативті жобалар жылдам прототиптеу және тестілеу процестерінің арқасында артықшылықтарға ие болады.

02.

ТӘУЕКЕЛДЕРДІ АЗАЙТУ:

Қолдау көрсетуші функцияларды (заңды, қаржылық, маркетингтік) орталықтандыру стартаптардың дамудың ерте кезеңдерімен байланысты операциялық тәуекелдерді азайтады. Венчурлық студиялар көбінесе өз капиталын инвестициялайды және құрылтайшылар үшін қаржылық тәуекелдерді азайтып, сыртқы қаражатты тартады.

03.

КОЛЛАБОРАТИВТІ ЭКОЖҮЙЕ:

Студиялар салааралық инновацияларды ынталандыру арқылы кәсіпкерлер, дизайнерлер және IT-саласының өкілдері арасындағы ынтымақтастықты ынталандырады. Әр түрлі идеялар арқылы өркендейтін креативті индустриялар ұжымдық сараптама мен кәсіби байланыстардан пайдаға кенеледі.

04.

ЖЕКЕ ҚОЛДАУ:

Креативті жобалар көбінесе жеке тәсілді қажет етеді. Венчурлық студиялар креативті секторға бейімделген арнайы тәлімгерлік пен стратегиялық басшылықты ұсынады.

05.

АУҚЫМДАЛУ ЖӘНЕ НАРЫҚҚА ШЫҒУ:

Венчурлық студиялар өз желілері мен серіктестіктері арқылы нарыққа шығу жолдарын ұсына отырып, жобалардың ауқымдалуына ықпал етеді. Бұл әсіресе идеяларды пайдалы бизнес-модельдерге айналдыру қиын міндет болуы мүмкін креативті индустриялар үшін өте маңызды.

Төмендегі диаграмма 3М авторы немесе кәсіпкер және венчурлық студия арасындағы ынтымақтастықты көрсетеді. Венчурлық студиялар өз идеялары мен әзірлемелерін табысты коммерциялық жобаларға айналдыру мақсатында авторлар үшін тамаша платформа бола алады. Мұндай ынтымақтастық автордың креативті әлеуетін студияның ресурстарымен, тәжірибесімен және инфрақұрылымымен біріктіріп, нарыққа шығу процесін жеделдетеді.

78-СУРЕТ. ЗИЯТКЕРЛІК МЕНШІК АВТОРЫ МЕН ВЕНЧУРЛЫҚ СТУДИЯНЫҢ ӨЗАРА ӘРЕКЕТТЕСУІ

Дереккөз: АХҚО

АВТОР/КОНТЕНТ ЖАСАУШЫ

АВТОР/КОНТЕНТ ЖАСАУШЫ

Автор әрқашан моральдық құқықты өзіне қалдырады

МҮЛІКТІК ҚҰҚЫҚ

Автор қаржылық және операциялық қолдаудың орнына зияткерлік меншік өнімін пайдалануға рұқсат береді

АВТОРЛЫҚ ҚАДАҒАЛАУ (MVP)

Автор бастапқы MVP-ның әзірленуін және оның сынақтан өтуін қадағалайды

ВЕНЧУРЛЫҚ СТУДИЯ

ҚАРЖЫЛЫҚ ҚОЛДАУ

Венчурная студия берет на себя все финансовые вопросы, связанные с тестированием и запуском продукта

СТРАТЕГИЯЛЫҚ ДАМУ

Өнімді шығару үшін стратегиялық басшылық пен тәлімгерлікті қамтамасыз етеді

ОПЕРАЦИЯЛЫҚ ҚОЛДАУ (АКСЕЛЕРАЦИЯ)

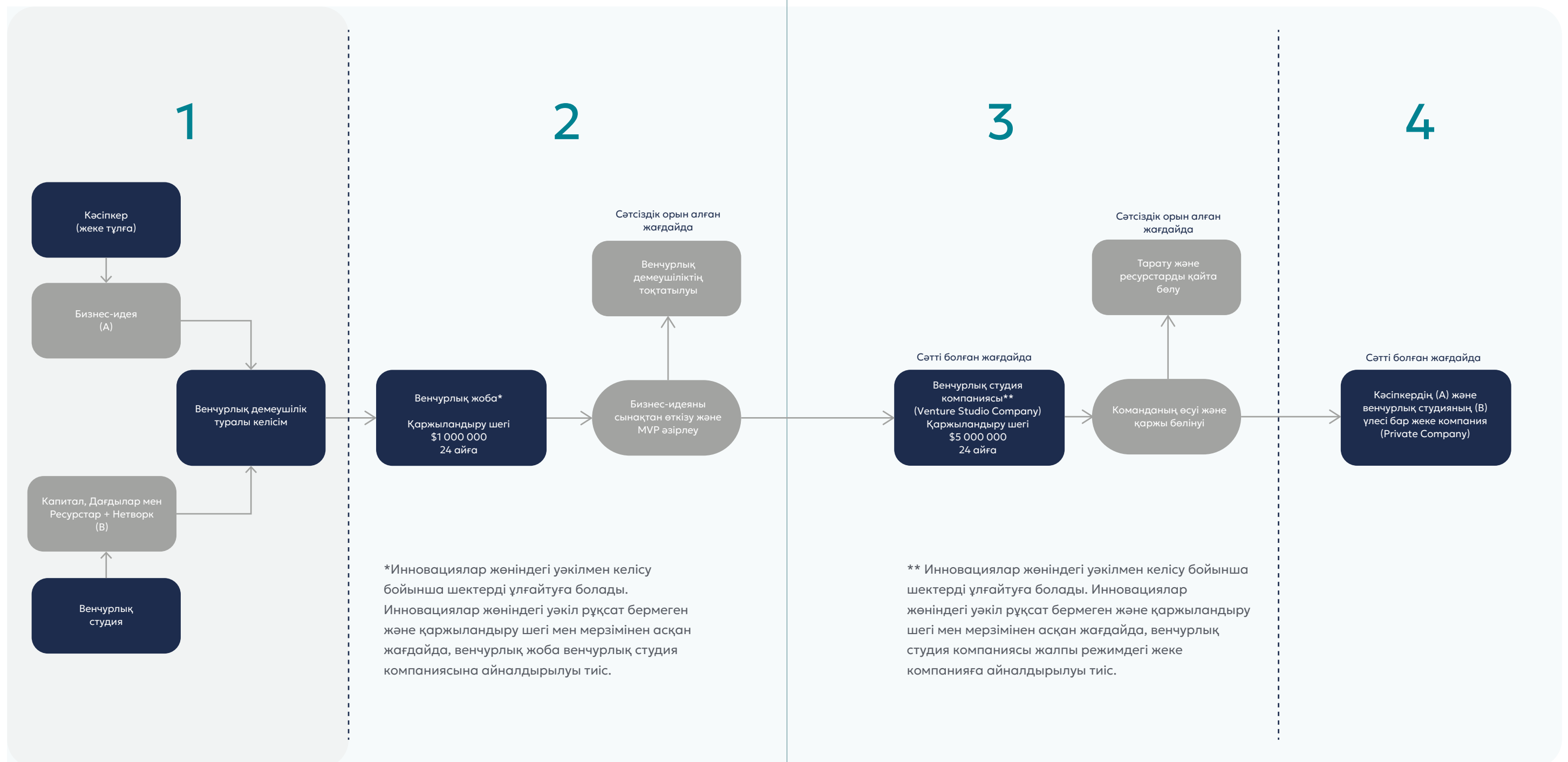
HR, аутсорсинг, сатып алу, IT, коммерциялық келісімшарттар және т.б. қоса алғанда, барлық операциялық қолдауды қамтамасыз етеді

Венчурлық студияның жұмыс процесі

Бастапқы кезеңде кәсіпкер (жеке тұлға) бизнес-идеяны ұсынады (А), ал венчурлық студия капиталды, ресурстарды, дағдыларды және өзінің байланыс орнататын желісін (В) ұсынады. Қатысушы тараптар венчурлық демеушілік туралы келісім жасасады. Әрі қарай венчурлық жоба құрылады, оның шеңберінде ең аз өміршең өнім (MVP) әзірленеді. Егер идея тестілеуден өтпесе, демеушілік тоқтатылады да жоба жабылады.

79-СУРЕТ. ВЕНЧУРЛЫҚ СТУДИЯНЫҢ ЖҰМЫС ПРОЦЕСІ

Дереккөз: АХҚО



АХҚО-да венчурлық студияны тіркеу тәртібі

АХҚО шеңберінде бизнесті бастау үшін үш қарапайым қадамды орындау қажет. Біріншіден, инновациялық идеяны Инновациялар жөніндегі уәкілмен талқылау қажет. Екіншіден, барлық қажетті шарттардың дәл сақталуын қамтамасыз ете отырып, Инновациялар жөніндегі уәкілдің алдын ала мақұлдауын алуға өтініш беру қажет. Үшіншіден, алдын ала мақұлдауды алғаннан кейін венчурлық студияны тіркеу үшін AFSA-ға жүгіну қажет.

1-қадам.	2-қадам.	3-қадам.
Өзіңіз ұсынатын инновациялық идеяны АХҚО командасымен талқылаңыз	Бастапқы мақұлдауға өтініш беру	Бастапқы мақұлдауға ие болғаннан кейін АХҚО реттеушісі тіркеу туралы сертификат береді

4.2. Венчурлық қор

Венчурлық қор – бұл инвесторлардан капитал жинайтын және оны өсу әлеуеті жоғары стартаптарға салатын инвестициялық құрылым. Венчурлық қордың негізгі мақсаты – үлесті сату (exit) арқылы стартаптардың сәтті өсуінен пайда табу. Венчурлық қорлар қаржыландыруды қамтамасыз етеді және кейде стратегиялық қолдауды ұсынады, бірақ стартаптарды құруға тікелей қатыспайды.

Ернар Құрмашев:

«Киноиндустриядағы біздің нарығымызды қандай да бір түрде құрылымдау үшін институционалдық инвесторлар пайда болуы тиіс. АХҚО осындай инвесторларды тарта бастағаны өте маңызды».

Креативті индустриялардағы венчурлық қорлардың рөлі

Креативті индустрияларға сипаты бойынша инновациялар тән, бірақ көбінесе қаржыландыруды тартуда үлкен қиындықтарға тап болады. Венчурлық қорлар өсу әлеуеті жоғары креативті жобаларға капитал беру арқылы осы мәселелерді шешуге көмектеседі. Қаржылық салымдардан басқа, венчурлық қорлар стратегиялық басшылықты, тәлімгерлікті және кәсіби байланыстарға қолжетімділікті қамтамасыз етеді, креативті кәсіпорындарға ауқымдалу қиындықтарын жеңуге көмектеседі.

Венчурлық қорлар сонымен қатар бірнеше жоба мен сектор арасында портфельді әртараптандыру арқылы креативті индустрияларға инвестициялау тәуекелдерін азайтуда маңызды рөл атқарады. Мұндай тәсіл экономиканы әртараптандыруға және мәдени баяуға ықпал ете отырып, жеке және институционалдық инвесторлардың креативті индустрияларды дамытуға қатысуын ынталандырады.

Қазақстанда венчурлық қорлар негізінен электрондық коммерция, қаржы технологиялары, мемлекеттік қызметтер және басқа да секторларда жұмыс істейді.

АХҚО-да венчурлық қорлар құру

АХҚО венчурлық қорларды құру және олардың жұмыс істеуі үшін бірегей платформаны ұсынады. Мықты құқықтық базасының, қолайлы салық ортасының және инвесторлардың әртүрлі топтарына қолжетімділігінің арқасында АХҚО жергілікті және халықаралық капиталды тартады. АХҚО-дағы венчурлық қорлар тіркеудің оңайлатылған рәсімдерінен, қуатты реттеушілік қолдаудан және кәсіпкерлер, инвесторлар мен салалық сарапшылар арасындағы ынтымақтастыққа ықпал ететін серпінді экожүйеден пайда көреді.



4.3. «Зияткерлік меншік туралы» АХҚО актісі

АХҚО-ның 2024 жылғы «Зияткерлік меншік туралы» актісі ⁴⁵ зияткерлік меншік құқықтарын қорғау, басқару және қамтамасыз етуге арналған сенімді құқықтық база құруға бағытталған. Бұл нормативтік акт зияткерлік меншікті қорғауды күшейтуге және озық шетелдік тәжірибеге негізделген заманауи құқықтық нормаларды пайдалану арқылы зияткерлік меншікке құқықтарды қамтамасыз етуге арналған. АХҚО-ның бұрын қабылданған «Венчурлық студиялар туралы» қағидаларымен бірге креативті индустриядағы бизнес үшін инновациялық жобаларды іске асыру мақсатында қаржы орталығының инфрақұрылымы мен құқықтық жүйесін пайдаланудың бірегей мүмкіндіктері ашылады.

Давид Туганов:

«Бүгінде зияткерлік меншікті қорғау және әкімшілік рәсімдерді оңтайландыру саласындағы реформалар сұранысқа ие. Және де, креаторлар ынтымақтастық пен инновацияны ынталандыру үшін хабтар, кластерлер немесе инкубаторлар сияқты инфрақұрылымдардың құрылуына үмітті».

⁴⁵ «Зияткерлік меншік туралы» АХҚО актісі

«Зияткерлік меншік туралы» АХҚО актісінің негізгі ережелері

Қолдану аясы. Акт АХҚО юрисдикциясындағы ЗМ-мен байланысты кез келген қызметке қатысты қолданылады. Бұған ЗМ құқықтарын қорғау, пайдалану, сақталуын қамтамасыз ету және коммерцияландыру кіреді. Соңғысына, мысалы, патенттер, сауда белгілері, авторлық құқықтар, коммерциялық құпиялар және басқалар жатады.

ЗМ құқықтарын тану. Акт ЗМ құқықтарының жеке тізілімін жасамайды. Қазақстан Республикасында ұлттық заңнамаға сәйкес тіркелген құқықтар АХҚО юрисдикциясында жарамды деп танылады.

ЗМ жөніндегі уәкіл. Дауларды соттан тыс шешу үшін тәуелсіз органның рөлін атқаратын ЗМ жөніндегі уәкілдің лауазымы пайда болады. ЗМ жөніндегі уәкілдің құзыретіне ЗМ-ны басқару қағидалары мен стандарттарын әзірлеу, сондай-ақ актінің сақталуын қамтамасыз ету үшін шаралар қолдану кіреді.

Халықаралық стандарттарға сәйкестік. Акт сенімді құқықтық орта құра отырып, ЗМ құқықтарын қорғау және қамтамасыз ету саласындағы үздік әлемдік практикаларға сәйкес келеді. Бұл халықаралық инвесторлардың сенімін нығайтады және компаниялар мен инноваторларды АХҚО-да жұмыс істеуге тартады.

«Зияткерлік меншік туралы» АХҚО актісінің новеллалары

Бұл өзгерістер ЗМ-ны құқықтық қорғауды күшейтуге және АХҚО юрисдикциясы шеңберінде құқық қолдану тиімділігін арттыруға бағытталған:

- Патенттік құқықтарды бұзу деп танылатын іс-қимылдар тізбесін кеңейту: Енді патенттік құқықтардың бұзушылығына бұзуға итермелеу және бұзуға бірлесіп қатысу

сияқты әрекеттер жатқызылды, бұл құқық иелерін қорғауды күшейтеді, сондай-ақ бұзушылықтар туралы дауларды АХҚО соты мен Халықаралық төрелік орталығында реттеу мүмкіндігін береді.

- Өндіріп алу мақсатында бұзушының кірісін анықтау тәртібін белгілеу: Бұзушының кірісін есептеудің нақты тетігін бекіту сот процесін жеңілдетеді және патенттік дауларда шығындардың тиімді өтелуіне ықпал етеді.

- Дәлелдеу ауыртпалығын қайта бөлу: ЗМ-ды пайдалану тәсілдеріне қатысты құқықтардың бұзылуына байланысты дауларда бұзушылықтың жоқтығын дәлелдеу ауыртпалығы жауапкерге жүктеледі, бұл арыз берушілердің құқықтарын қорғау үшін барынша әділ жағдай туғызады.

- Жалдау бойынша жасалған зияткерлік қызметтің нәтижелері туралы: ЗМ объектісін жасау кезінде жұмыс берушінің ресурстарын пайдалану қызметкерге өтемақы төленген жағдайда, осындай объектіге құқықтардың жұмыс берушіге өтуіне негіз болатыны бекітілді. Сондай-ақ жұмыс берушінің өнертабысты белгілі бір жағдайларда оны қорғау мерзімі ішінде өтеусіз пайдалану құқығы қарастырылған.

Сәуле Самидин:

«Креаторлар өздерінің авторлық құқықтарының қорғалуына алаңдайды. Сыйақы алудың ашық әрі әділ жүйесі мен тетігінің жасалғаны маңызды және авторлық құқықты сақтау мүмкіндігінше қарапайым болуы тиіс. Бұл ретте, зияткерлік меншікті қорғау мәселелерінде көптеген авторлар өздеріне тиесілі артықшылықтарды пайдаланбайды, құқықтық сауаттылық деңгейін арттыру қажет».

Креативті индустриялар үшін ЗМ жүйесінің артықшылықтары

ЗМ сенімді жүйесі креативті индустриялардың өсуі үшін, әсіресе инновацияларды ынталандыру және экономикалық пайданы қамтамасыз ету саласында шешуші мәнге ие. Зияткерлік активтерге айтарлықтай тәуелді креативті индустриялар үшін мұндай құрылым бірнеше артықшылық береді:

01.

ИННОВАЦИЯЛАР МЕН ИНВЕСТИЦИЯЛАРДЫ ЫНТАЛАНДЫРУ:

Зияткерлік меншікті қорғауды және монетизациялау мүмкіндігін қамтамасыз ете отырып, жүйе креативті жобаларға инвестицияларды ынталандырады. Бұл, әсіресе, құндылық материалдық емес активтерді білдіретін кино, музыка, бағдарламалық жасақтама және дизайн сияқты салалар үшін өте маңызды.

02.

ҚҰҚЫҚТЫҚ АЙҚЫНДЫҚ ЖӘНЕ ҚОРҒАУ:

Қағидалар ЗМ құқықтарын тіркеу және қорғау бойынша нақты нұсқаулар береді. Бұл бизнеске ЗМ-ға қатысты күрделі мәселелерді оңай түсінуге көмектесу арқылы құқықтық белгісіздіктерді азайтады.

03.

КОММЕРЦИЯЛАНДЫРУДЫ ҚОЛДАУ:

Жүйе авторларға өнімдерін ауқымдауға және жаңа нарықтарға шығуға мүмкіндік бере отырып, лицензиялау және басқа да келісімдер арқылы креативті жұмыстарды коммерцияландыруды жеңілдетеді.

04.

ЫНТЫМАҚТАСТЫҚҚА ЖӘРДЕМДЕСУ:

Құқықтық қорғау болған жағдайда компаниялар бірлескен жобаларға белсенді қатысады, өйткені олардың үлестері қорғалатынын біледі.

Қазақстан контекстінде АХҚО-ның «Зияткерлік меншік туралы» актісі елдің жаһандық нарықтарға интеграциялану және шетелдік инвестицияларды тарту жөніндегі елеулі күш-жігерімен үйлеседі. Акт Қазақстанның юрисдикциясында тіркелген ЗМ құқықтары АХҚО шеңберінде де танылуын және қорғалуын қамтамасыз ете отырып, ұлттық заңнаманы және халықаралық шарттарды мойындайды. Мұндай қос үйлесімділік АХҚО-ны креативті кәсіпкерліктің өңірлік орталығы ретінде көрсете отырып, жаһандық инвесторлар мен жергілікті мүдделі тараптар арасындағы сенімді арттырады.

Қазақстанның креативті индустрияларының дамып келе жатқан саласы үшін бұл құрылым ЗМ инновациялары мен коммерциялануы үшін қауіпсіз ортаны қамтамасыз ете отырып, айтарлықтай қолдау көрсетеді. Бұл елдің экономиканы әртараптандыру және креативті индустриялардың серпінді секторын құру жөніндегі стратегиялық мақсатын іске асыруға ықпал етеді.

Меншік құқығы тізбегі (chain of title): кино мысалында

Меншік құқығы тізбегі – бұл фильм жобасына меншік құқығы мен авторлық құқықты растайтын заңды құжаттар мен келісімдер тізбегі. Бұл кино өндірісі процесінің негізгі элементі, өйткені ол продюсерге фильмді басқа адамдардың құқықтарын бұзбай пайдалануға заңды құқықты қамтамасыз етеді. Төменде меншік құқығының тізбегіне кіретін жалпы терминдер мен элементтер келтірілген:

- Түпнұсқа туынды және негізгі құқықтар: авторлық құқықты басқаға беру немесе лицензия, жалға алынған туындылар туралы шарттар, опцион шарттары.
- Құқықтарды сатып алу: басқаға беру шарттары, опцион және сатып алу туралы келісімдер.
- Қаржылық келісімдер: инвестициялық келісімдер, қаржыландыру туралы келісімдер.
- Үшінші тараптардың үлесі: актерлермен және режиссерлермен келісімшарттар, музыкаға лицензиялық келісімдер, мұрағат материалдарына немесе өнер туындыларына лицензиялар.
- Дистрибуция туралы келісімдер: берілген құқықтардың басқа келісімдерге қайшы келмейтінін қамтамасыз ететін дистрибьюторлармен келісімшарттар.
- Рұқсаттар мен келісімдер: түсірілім орындарын пайдалануға рұқсаттар, түсірілім қатысушыларымен келісімдер, жария пайдалану құқықтары.
- Қателіктер мен олқылықтардан сақтандыру.

80-СУРЕТ. КИНО МЫСАЛЫНДА МЕНШІК ҚҰҚЫҒЫ ТІЗБЕГІ: КИНО МЫСАЛЫНДА

Дереккөз: АХҚО



Құқықтардың толық тізбегі, әдетте, барлық келісімшарттар мен келісімдерді, авторлық құқықты тіркеуді және заңды қорытындыны қамтитын бірыңғай пакетке біріктіріледі. Жоғарыдағы суретте нүктелі сызықтар құқықтарды беруді, ал тікелей сызықтар – инвестицияларды білдіреді.

Кино түсіру контекстінде пайданың дәйекті бөлінуі (waterfall distribution) туралы да айту керек. Мұндай бөлу – бұл инвесторлар мен өндіріс тобы сияқты мүдделі тараптар арасында пайданы (немесе

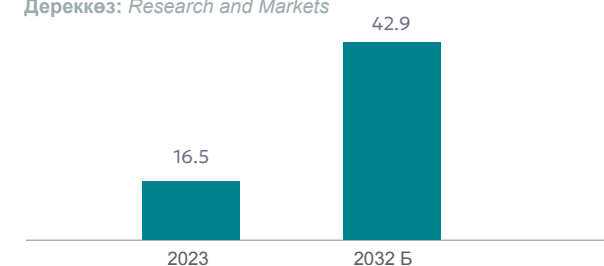
(немесе басқа қаржылық кірістерді) фильм контекстінде иерархиялық және басым түрде бөлетін кеңінен қолданылатын қаржылық модель. Инвесторлар әр түрлі басымдық деңгейіне ие болуы мүмкін: басымдығы жоғары қатысушылар төлемдерді басымдығы төмен адамдарға қарағанда ертерек алады. Бұл тәсіл пайданың әділ бөлінуін қамтамасыз етеді және қатысушыларды аз тәуекелмен қаржы салуға ынталандырады.

4.4.Краудфандинг Жаһандық трендтер

Краудфандинг жобаларға қаражат тартудың маңызды құралына және цифрлық экономиканың көшбасшыларының біріне айнауда. 2023 жылы краудфандингтің жаһандық нарығы 16,5 млрд долларға бағаланды және орташа жылдық өсу қарқыны 11,3% болса, 2032 жылға қарай оның көлемі 42,9 млрд долларға жетеді деп болжануда.⁴⁶

81-СУРЕТ. КРАУДФАНДИНГТІҢ ЖАҒАНДЫҚ НАРЫҒЫ, 2023-2032, \$ МЛРД

Дереккөз: Research and Markets



Краудфандингтік науқанның сәттілік деңгейі платформа мен секторға байланысты өзгереді. Орташа алғанда, краудфандингтік науқандардың шамамен 22,4% қаржылық мақсаттарына жетеді. Алайда бұл көрсеткіш платформаға және жобалардың сипатына байланысты айтарлықтай өзгеруі мүмкін. Бұдан бөлек, табысты краудфандингтік науқандардың 78% бастапқыда қаржыландыру мақсаты ретінде белгіленген сомадан көп қаражат жинайды.⁴⁷

Краудфандинг негізінен келесі секторларда шоғырланған: бизнес пен кәсіпкерлік – 41,4%, әлеуметтік жобалар – 18,9%, кино және

орындаушылық өнер – 12,2%, жылжымайтын мүлік – 6,2%, музыка және дыбыс жазбасы – 4,5%.⁴⁸

82-СУРЕТ. СЕГМЕНТТЕР БОЙЫНША КРАУДФАНДИНГ ҚҰРЫЛЫМЫ, 2023, %

Дереккөз: Startups.com



Фильмдер мен видео жобалардың танымалдығы жалғасуда – мысалы, Kickstarter платформасы құрылғаннан бері креативті жобалар үшін 620 млн доллардан астам қаражат жинады.⁴⁹

Әлеуметтік желілер арқылы краудфандингтік жобаларға сұраныс өсе береді. Смартфондар мен интернетті пайдаланудың артуы краудфандингтің одан әрі дамуына ықпал етпек. Ең үлкен сегмент – үлестік қатысу негізіндегі краудфандинг, ал ең жылдам өсетіндер – сыйақылар мен микро-қайырымдылыққа негізделгендері.⁵⁰

⁴⁶ Краудфандинг нарығының көлемі, бәсекелестер және 2032 жылға дейінгі болжам

⁴⁷ Краудфандинг жөнінде 25 аса маңызды статистикалық дерек [2023]: қанша краудфандинг платформа бар – Zipria

⁴⁸ Краудфандингтің негізгі статистикасы | Startups.com

⁴⁹ Краудфандингтің 2024 жылғы статистикасы: аналитика және әлемдік нарық үрдістері

⁵⁰ Краудфандинг нарығының талдауы, көлемі, үлесі және үрдістері, 2031 жыл

АХҚО арқылы краудфандинг

АХҚО-да краудфандингті реттеу үшін құқықтық база құрылған, ол халықаралық стандарттарға сәйкес келеді және кәсіпкерлікті, стартаптарды және креативті индустрияларды қолдауға бағытталған. Бұл құқықтық құрал компанияларға мәмілелердің ашықтығы мен қауіпсіздігіне кепілдік бере отырып, лицензияланған краудфандинг платформалары арқылы қаражат жинауға мүмкіндік береді. Мұндай құрылым краудфандингті Қазақстанда инновацияларды іске асыру үшін қолжетімді және тиімді құралға айналдырады.

Құрылған базаның арқасында креативті индустрияларда жұмыс істейтін кәсіпкерлер баламалы қаржыландыру көздеріне, ал инвесторлар – жаңа перспективалы жобаларға қол жеткізе алады. АХҚО шеңберінде жұмыс істейтін платформалар қатысушылардың құқықтарының қорғалуын қамтамасыз етеді, ашықтықты қолдайды және қаржыландырудың икемді тетіктерін ұсынады.

АХҚО шеңберіндегі краудфандинг белсенді дамып келеді: қазіргі уақытта АХҚО-да 3 краудфандингтік платформа жұмыс істейді, олар сондай-ақ жұмыс істеп тұрған және өсіп келе жатқан бизнеске, маркетингке, IT-стартаптарға және факторингке маманданған.⁵¹ AFSA деректері бойынша 2020 жылдан бастап краудфандингтік платформалар (GoCrowd Limited, iKapitalist және Investroom) арқылы 29,8 млрд теңге тартылып, 548 жобаға инвестиция салынды (орташа чек – 54,3 млн теңге).⁵² Мұндай динамика елдегі кәсіпкерлік пен инновациялардың дамуына ықпал ете отырып, Қазақстанның қаржы экосистеміндегі краудфандингтің өсіп келе жатқан рөлін көрсетеді.

⁵¹ Ұжымдық қаржыландыру қалай дамуда

⁵² AFSA

⁵³ Өнер мен ойын-сауық саласында токенизация қалай жұмыс істей алады

⁵⁴ Security Token Offering Framework АХҚО да 2024 жылғы 1 қаңтардан бастап жұмыс істей бастайды

4.5. Активтер токенизациясы

Креативті индустриялардағы токенизация – бұл физикалық немесе цифрлық активтерге құқықтарды блокчейн технологиясына негізделген цифрлық токендерге айналдыру процесі. Бұл шара арқылы инвесторларға активтердегі үлестерді сатып алуға мүмкіндік ұсыналады, осылайша креативті индустрия өкілдеріне өз туындыларын монетизациялауға мүмкіндік береді. Мұндай тәсіл инвестицияларға қолжетімділікті кеңейтеді және меншік құқығының ашықтығы мен қорғалуын қамтамасыз етеді.

Boston Consulting Group зерттеуіне сәйкес, 2030 жылға қарай нақты активтердің токенизациясы 16 трлн долларға жетуі мүмкін.⁵³ Креативті индустрияларда токенизация орнықты әрі инклюзивті экономикалық дамуды қолдай отырып, жеке инвестициялардың тартылуына ықпал етеді.

АХҚО бизнес, инвесторлар және креативті индустриялар үшін жаңа мүмкіндіктер ашып, активтерді токенизациялаудың құқықтық базасын ұсынады. АХҚО-ның құқықтық базасы нарық қатысушыларына жаңа қаржы құралдарын тиімді пайдалануға мүмкіндік бере отырып, токенизацияның ашықтығы мен қауіпсіздігін қамтамасыз етеді. Токендердің көмегімен компаниялар инвестицияларды тарта алады, мәмілелерді жеңілдетеді және активтерінің өтімділігін арттырады. Инвесторлар үшін бұл нарықтың бұрын қолжетімді болмаған сегменттеріне аз шығындармен және тәуекелдермен қол жеткізуге мүмкіндік береді.

2024 жылғы 1 қаңтардан бастап АХҚО юрисдикциясында токенизацияланған бағалы қағаздар ұсыныстарын (Security Token Offering, STO) жүргізу үшін нормативтік база күшіне енді. Бұл құрылым инвесторлардың құқықтық айқындылығы мен қорғалуын қамтамасыз ете отырып, токенизацияланған бағалы қағаздардың шығарылымы мен саудасын реттейді. STO нарықтың өтімділігін арттыру және бағаны дәлірек анықтау үшін жаңа мүмкіндіктер ашады. Блокчейн технологияларының интеграциясы ашықтықты, нақты уақыт режимінде сауда деректеріне қолжетімділікті және бағалы қағаздар нарығындағы жалпы тиімділікті қамтамасыз етеді.⁵⁴

«АХҚО әкімшілігі» АҚ-ның инновациялар жөніндегі бас директоры Талғат Аманбаевпен сұхбат

– Талғат, жақын арада АХҚО-да креативті индустрияларды қолдау үшін қандай жаңа құралдар мен бастамаларды іске асыру жоспарланып отыр?

– Ең алдымен, АХҚО-да Қазақстанда да, өңір елдерінде де креативті жобаларды қолдаумен айналысатын арнайы команда жұмыс істейтінін атап өткім келеді. Біз әрқашан креативті жобаларды қолдау, жаңа білім беру бағдарламаларын әзірлеу және инновациялық қаржы құралдарын енгізу саласындағы ынтымақтастыққа ашықпыз. Мен жиі айтатынымдай: «Инновациялар креатив пен мүмкіндіктер тоғысқан кезде туады». Осы көзқарас бізге шабыттандыруға және ынтымақтастықтың тұрақты моделдерін құруға көмектеседі. Мысалы, серіктестерімізбен өткізген соңғы талқылауларда біз жергілікті кино мектептерін дамытуға және жас режиссерлерді қолдауға бағытталған бастамаларды қарастырдық. Мұндай жобалар өсу үшін жаңа мүмкіндіктер қалыптастыра отырып, индустрия мен инвесторлар арасындағы байланысты нығайтуға мүмкіндік береді. Қазіргі уақытта біз креативті индустрияларды қолдауға бағытталған екі негізгі бағытты іске асыруға бар назарымызды салудамыз.

Бірінші бағыт – креативті идеяларды іске асыру үшін қаражат тартудың ең танымал құралдарының біріне айналып келе жатқан краудфандингті дамыту. Бұл тетік қаржылық қолдауға мұқтаж шағын бизнес үшін де, инновациялық жобаларға қатысуға ұмтылатын инвесторлар үшін де қызықты.

Креативті индустрияны дамыту үшін ішкі инвесторлардың әлеуетін жандандыру өте маңызды. Қарапайым адамдарға инвестициялаудың оңай әрі түсінікті әдісі қажет, ал краудфандинг бұл міндет үшін өте қолайлы. Креативті жобаларға инвестициялауға адамдарды көптеп тарту осы саланың дамуын едәуір жеделдетуге мүмкіндік береді. Мысалы, халықаралық практикада қысқаметражды фильмдер, музыкалық альбомдар мен сурет көрмелерін жасау жобалары сәтті қаржыландырылды, олар көпшіліктің назарын аударып қана қоймай, инвесторлардың осындай форматтарға деген тұрақты қызығушылығын тудырды. Мұндай тәсіл мультипликативті әсер береді: ірі инвесторлар инфрақұрылымды дамытуға, мысалы, киностудиялар мен павильондар салуға көбірек инвестиция сала бастайды, бұл фильмдер шығаруға деген қызығушылықты одан әрі арттырады. Бұл өз кезегінде, кино өндіруді оқытуға арналған мектептер мен академиялар санының өсуіне, кәсіби құрал-жабдықтардың дамуына, нарық көлемінің ұлғаюына, кассалық жинақтардың өсуіне және жаңа инвестициялардың тартылуына әкеледі. Осылайша, краудфандинг қаржыландырудың маңызды құралы ғана емес, сонымен қатар Қазақстандағы креативті индустрияның өсуінің нақты катализаторы бола алады.

Неліктен мен мысал ретінде киноны келтіремін? Өйткені бұл инвестициялардың ең жылдам айналымы бар салалардың бірі: бір-екі жылдан кейін-ақ инвесторлар алғашқы нәтижелерді көре алады. Сондай-ақ, цифрлық дистрибуция мен жаһандық нарықтың арқасында өнім шыққаннан кейінгі бірінші жылдың ішінде-ақ кіріс алуға болатын видео ойындар саласын атап өткен жөн. Біз қазірдің өзінде осы саланың дамуын байқап отырмыз және АХҚО-ның міндеті – осы процесті жеделдетуге көмектесетін инновациялық қаржы құралдарын ұсыну.

Екінші бағыт – спорт клубтарына, блогерлер мен инфлюенсерлерге бағдарланған фан-базаны монетизациялау платформасы. Мұндай платформалар контент жасаушыларға қосымша табыс тауып, аудиториямен өзара әрекеттесуге мүмкіндік береді.

Платформаның функционалы жазылымдарды, донаттарды, эксклюзивті контент пен брендтелген өнімдерді сатуды қамти алады. Оңай басқару және орталықтандырылған тәсіл авторлар мен олардың аудиториясы арасындағы байланысты нығайта алады, жанкүйерлердің адалдығы мен белсенділігін арттыра алады. Бұл тетік аймақта контентті монетизациялау нарығын дамытудың негізгі құралдарының бірі болатынына сенімдіміз.

– АХҚО академиясы адами капиталды дамыту арқылы креативті индустрияларды дамытуға қалай ықпал етеді?

– Біз шетелдік серіктестермен ынтымақтаса отырып, білім беру бастамалары бойынша белсенді жұмыс істеудеміз. Мысалы, әлемдегі ең үздік практикалар негізінде әзірленген бағдарламалар креативті экономикада жұмыс істейтін мамандар үшін тәуекелдерді басқару және мәмілелерді құрылымдау жөніндегі жедел курстарды қамтиды. Бұл бағдарламаларға тәуекелдерді басқаруға, мәмілелерді құрылымдауға және жобалардың барынша тиімділігін қамтамасыз ету үшін инвестицияларды тартуға оқыту тренингтері кіреді. Біздің жақында АҚШ-қа жасаған сапарымыз креативті экономика саласында жұмыс істейтін мамандарды даярлау үшін арнайы курстар ұйымдастыру тәжірибесін зерделеуге мүмкіндік берді. Бұл бізге осы саладағы жобаларды тиімді жүзеге асыру үшін қандай дағдылар мен білім қажет екенін жақсы түсінуге көмектесті.

Креативті жобаларды сәтті жүзеге асыру үшін тек шығармашылық мамандар ғана емес, сонымен қатар басқа салалардың мамандары да қажет екенін атап өткен жөн. Мысалы, фильм өндірісінде тәуекелдерді басқаруды, инвестицияларды ықтимал шығындардан сақтандыруды және кірістерді дұрыс әрі әділ бөлуді білетін сарапшылар қажет. Жобаларды құру және оларға инвестициялау процесін айтарлықтай жақсартатын көптеген нюанстар бар.

Бұдан басқа, мәмілелерді құрылымдауды білетін, дұрыс инвестицияларды қалай тарту керектігін білетін және бизнес үшін максималды нәтижені қамтамасыз ете алатын қаржыгерлер қажет. Бұған қаржылық тәуекелдерді талдау, инвесторларды тарту стратегияларын әзірлеу, жоба бюджеттерін басқару және кірістерді тиімді бөлу дағдылары кіреді. Мәмілелердің құқықтық аспектілерін түсіну және инвестициялық модельдерді әзірлеу кезінде халықаралық стандарттарды қолдана білудің маңызы зор. Біз кәсіби мамандарға осы құзыреттерді дамытуға көмектесетін бағдарламаларды әзірлеуге тырысамыз, осылайша креативті индустриялардың өсуі үшін орнықты экожүйені қалыптастырамыз.

Біздің білім беру бастамаларымыз бағдарламаларға қатысушылар терең теориялық білім алып қана қоймай, тәуекелдерді азайту, бизнес-процестерді оңтайландыру және қаржыландыруды тарту үшін қажетті практикалық құралдарды игеруіне бағытталған. Мұндай кәсіпқойларды дамыту Қазақстанның креативті экономикасын нығайтуға маңызды үлес болатынына сенімдіміз.

«Астана» халықаралық қаржы орталығы (АХҚО) – Шығыс Еуропа және Орталық Азия өңіріндегі №1 қаржы орталығы, сондай-ақ инновациялар мен бизнестің өсіміне арналған динамикалық хаб.

Оның әлемдік деңгейдегі реттеу, ерекше салық режимі, тәуелсіз сот жүйесі бар. Біз арнайы жасалған жағдайлардың: халықаралық стандарттар негізіндегі реттеу, дамыған қаржы инфрақұрылымы, тәуелсіз сот жүйесі, инновациялар және сараптаманың арқасында бизнеске капитал тартуға көмектесеміз.

Қазақстан, Астана, Мәңгілік Ел,
55/18 ғимарат, С3.3.

aifc.kz
bcs@aifc.kz
innovation.commissioner@aifc.kz

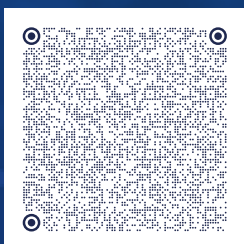
Dasco Group – инвестициялар, менеджмент, стратегиялық және технологиялық консалтинг саласындағы тәуелсіз қазақстандық компания.

Бүгінгі таңда портфелінде жеке компаниялар, халықаралық және мемлекеттік ұйымдар үшін 100-ден астам сәтті аяқталған жоба бар.

Біздің сараптамамыз инвестициялар, креативті индустриялар, мұнай секторы және мұнай-газ химиясы, еңбек нарығы, білім беру, сауда, финтех және т.б. қоса алғанда 30-дан астам саланы қамтиды.

Қазақстан, Астана, Қабанбай батыр 11/5,
«Нұрлы Орда» БО, 10-қабат.

dasco.kz
info@dasco.kz



Есептің электрондық нұсқасын алу үшін
QR-кодты сканерлеңіз.