

Қоғам & Дәуір



Қазақстан Республикасы
Президенті жанындағы
Қазақстанның стратегиялық
зерттеулер институты

2004 жылдан бастап
әр тоқсан сайын жарық көреді

Бас редактор
Алмас Арзықұлов,
ҚР Президенті жанындағы
ҚСЗИ-дің жетекші
ғылыми қызметкері

Редакция мекенжайы:
Қазақстан Республикасы,
010000, Астана қаласы,
Бейбітшілік көшесі, 4
ҚР Президенті жанындағы ҚСЗИ

Телефон (7172) 75-20-20
Факс (7172) 75-20-21
E-mail: office@kisi.kz
www.kisi.kz
www.journal-kogam.kisi.kz

Журнал Қазақстан Республикасының
Мәдениет, ақпарат және қоғамдық
келісім министрлігінде 2003 ж.
19 желтоқсанда тіркеліп, тіркеу туралы
№ 4526-Ж куәлік берілген.

ISSN 2414-5696 (print)
ISSN 2788-5860 (online)

doi.org/10.52536/2788-5860

Индекс 74007

Журнал саяси ғылымдар саласы бойынша
ғылыми еңбектің негізгі нәтижелерін
жариялау үшін Қазақстан Республикасы
Білім және ғылым министрлігі білім және
ғылым саласында сапаны қамтамасыз ету
комитеті ұсынатын ғылыми басылымдар
тізбесіне енеді.

Қоғам &
Дәуір

ҒЫЛЫМИ-САРАПТАМАЛЫҚ ЖУРНАЛ

МАЗМҰНЫ

Мұрат Насимов Мәдени бірегейлік генезисі және ерекшеліктері: отандық ғалымдар тұжырымдары мысалында	7
Дәмелі Нысанкуатова, Нұргүл Исмадуллаева, Бота Нуралина Ақпараттық қауіпсіздікті басқару: медиа кеңістіктегі киберқауіпсіздік саясаты	24
Талғатбек Әминов, Нұржан Қоңырбаев, Алена Ғабдушева Қазақстандағы парламент институтының қалыптасуы – қоғамды демократияландырудың нақты көрінісі	35
Амина Урпекова, Данагүл Копежанова, Бибиғүл Бюлегенова Креативті индустрия саласындағы мемлекеттік саясат: стратегиялар мен тәжірибелер	50
Башир Алию Якасай Нигерияның мемлекеттік басқару жүйесіндегі тайпалардың әсері	67
Жапсарбай Қуанышев, Нұрбек Пұсырманов, Еркебұлан Аманғосов Саяси реформалардың контекстіндегі қазақстандық партиялық жүйенің дамуы	81
Бауыржан Шериязданов, Теңгеш Қаленова, Қуандық Какимов, Динара Әмірзақова Қазақстандағы билікті орталықсыздандыру: қазіргі жағдайы және даму перспективалары	99
Гүлнар Насимова, Гульмира Илеуова, Жұлдыз Басығариева, Айгерім Жунусова Қазақстандықтардың саяси қатысу әлеуеті: төмендеуі немесе қайта форматталуы	116
Майра Дюсембекова, Елдос Жұмағұлов, Ержан Ибраев Ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі әлемдік тәжірибе	129
Айгүл Забиров, Наталья Сейтахметова Постнормальды кезеңде: исламның рухани және әлеуметтік феномен ретінде интерпретациялары	143

СОДЕРЖАНИЕ

Мурат Насимов Генезис и особенности культурной идентичности: на примере выводов отечественных ученых	7
Дамели Нысанкуатова, Нургуль Исмадуллаева, Бота Нуралина Управление информационной безопасностью: политика кибербезопасности в медиа пространстве	24
Талғатбек Аминов, Нуржан Конрбаев, Алена Ғабдушева Становление института парламента в Казахстане – конкретное проявление демократизации общества	35
Амина Урпекова, Копежанова Данагуль, Бибиғүл Бюлегенова Государственная политика в сфере креативных индустрий: стратегии и практики	50

Қоғам & Дәуір



Қазақстан Республикасы
Президенті жанындағы
Қазақстанның стратегиялық
зерттеулер институты

Башир Алию Якасай
Влияние племен в системе государственного
управления Нигерии 67

**Жапсарбай Куанышев, Нурбек Пусырманов,
Еркебулан Амангосов**
Развитие партийной системы Казахстана
в контексте политических реформ 81

**Бауржан Шериязданов Тенгеш Каленова,
Қуандық Какимов, Динара Омирзакова**
Децентрализация власти в Казахстане:
современное состояние и перспективы развития. 99

**Гульнар Насимова, Гульмира Илеуова,
Жұлдыз Басығариева, Айгерим Жунусова**
Потенциал политического участия казахстанцев:
снижение или перестроение 116

**Майра Дюсембекова, Елдос Жумагулов,
Ержан Ибраев**
Обеспечение информационной безопасности:
мировой опыт. 129

Айгүл Забиров, Наталья Сейтахметова
Интерпретации ислама как духовного и
социального феномена в пост-нормальные времена . . . 143

CONTENTS

Murat Nassimov
Genesis and Features of Cultural Identity: Based on
The Example of the Findings of Domestic Scientists 7

**Dameli Nyssankuatova, Nurgul Istmatullaeva,
Bota Nuralina**
Information Security Management:
Cybersecurity Policy in the Media Space 24

**Talgatbek Aminov, Nurzhan Konrbaev,
Alena Gabdusheva**
The Establishment of the Institution of Parliament
in Kazakhstan is a Concrete Manifestation
of the Democratization of Society 35

**Amina Urpekova, Danagul Kopezhanova,
Bibigul Byulegenova**
Public Policy in the Creative Industries:
Strategies and Practices 50

Bashir Aliyu Yakasai
The Impact of Tribes in the Public Administration
system of Nigeria 67

**Zhapsarbai Kuanyshev, Nurbek Pusyrmanov,
Erkebulan Amangosov**
Development of the Party System of Kazakhstan
in the Context of Political Reforms 81

**Baurzhan Sheriyazdanov, Tengesh Kalenova,
Kuandyk Kakimov, Dinara Omirzakova**
Decentralization of Power in Kazakhstan:
Current State and Development Prospects 99

**Gulnar Nassimova, Gulmira Ileuova,
Bassygariyeva Zhuldyz, Aigerim Zhunussova**
Political of participation potential in Kazakhstan:
decrease or adjustment. 116

Қоғам & Дәуір



Қазақстан Республикасы
Президенті жанындағы
Қазақстанның стратегиялық
зерттеулер институты

2004 жылдан бастап
әр тоқсан сайын жарық көреді

Бас редактор
Алмас Арзықұлов,
ҚР Президенті жанындағы
ҚСЗИ-дің жетекші
ғылыми қызметкері

Редакция мекенжайы:
Қазақстан Республикасы,
010000, Астана қаласы,
Бейбітшілік көшесі, 4
ҚР Президенті жанындағы ҚСЗИ

Телефон (7172) 75-20-20
Факс (7172) 75-20-21
E-mail: office@kisi.kz
www.kisi.kz
www.journal-kogam.kisi.kz

Журнал Қазақстан Республикасының
Мәдениет, ақпарат және қоғамдық
келісім министрлігінде 2003 ж.
19 желтоқсанда тіркеліп, тіркеу туралы
№ 4526-Ж куәлік берілген.

ISSN 2414-5696 (print)
ISSN 2788-5860 (online)

doi.org/10.52536/2788-5860

Индекс 74007

Журнал саяси ғылымдар саласы бойынша
ғылыми еңбектің негізгі нәтижелерін
жариялау үшін Қазақстан Республикасы
Білім және ғылым министрлігі білім және
ғылым саласында сапаны қамтамасыз ету
комитеті ұсынатын ғылыми басылымдар
тізбесіне енеді.

**Maira Dyussebekova, Eldos Zhumagulov,
Yerzhan Ibraev**

Ensuring Information Security: Global Experience 129

Aigul Zabirowa, Natalya Seitakhmetova

Views on Islam as a Spiritual and
Social Phenomen in Post-Normal Time 143

Амина Урпекова*¹, Данагүл Көпежанова², Бибигуль Бюлегенова³

¹Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы

Қазақстан стратегиялық зерттеулер институты

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің докторанты

*e-mail: amurgo63@gmail.com

ORCID 0000-0002-8882-5562

²Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,

«Саясаттану» кафедрасының Ph.D докторы, аға оқытушы

ORCID 0009-0008-6773-5470

³Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,

«Саясаттану» кафедрасының профессор м.а.

ORCID 0000-0001-7810-9653

(Астана, Қазақстан)

КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯ САЛАСЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК САЯСАТ: СТРАТЕГИЯЛАР МЕН ТӘЖІРИБЕЛЕР

Андатпа. Креативті экономика әлемнің әртүрлі елдерінде экономикалық өсудің және әлеуметтік трансформацияның негізгі факторларының біріне айналады. Мақалада Ұлыбритания, Оңтүстік Корея, Канада, Индонезия және Қазақстан мысалдары арқылы креативті индустрияны қолдаудың мемлекеттік стратегиялары қарастырылған. Сондай-ақ, экспорттық стратегиялардың ерекшеліктері мен негізгі міндеттері, мемлекеттік қолдау тетіктері мемлекеттік секторды дамытудағы рөлі талданады. Мемлекеттік саясаттың үш негізгі моделі анықталды: нарықтық (Ұлыбритания), орталықтандырылған (Оңтүстік Корея) және әлеуметтік бағдарланған (Канада). Алынған нәтижелер Қазақстанда және басқа елдерде креативті индустрия саласындағы тиімді мемлекеттік саясатты қалыптастыру үшін пайдалы болуы мүмкін.

Түйін сөздер: креативті экономика, креативті индустрия, мемлекеттік қолдау шаралары, даму стратегиялары, халықаралық тәжірибе, Қазақстан.

Амина Урпекова, Көпежанова Данагүл, Бибигуль Бюлегенова ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ: СТРАТЕГИИ И ПРАКТИКИ

Аннотация. Креативная экономика становится одним из ключевых факторов экономического роста и социальной трансформации в различных странах мира. В статье рассматриваются государственные стратегии

поддержки креативных индустрий на примере Великобритании, Южной Кореи, Канады, Индонезии и Казахстана. Анализируются механизмы государственной поддержки, роль государства в развитии сектора, особенности экспортных стратегий и основные вызовы. Выявлены три основные модели государственной политики: рыночная (Великобритания), централизованная (Южная Корея) и социально-ориентированная (Канада). Полученные результаты могут быть полезны для формирования эффективной государственной политики в сфере креативных индустрий в Казахстане и других странах.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, меры государственной поддержки, стратегии развития, международный опыт, Казахстан

Amina Urpekova, Danagul Kopezhanova, Bibigul Byulegenova
PUBLIC POLICY IN THE CREATIVE INDUSTRIES: STRATEGIES AND PRACTICES

Abstract. The creative economy has become a key driver of economic growth and social transformation in various countries worldwide. This article examines government strategies for supporting creative industries using case studies from the United Kingdom, South Korea, Canada, Indonesia, and Kazakhstan. It analyzes mechanisms of state support, the role of government in sector development, export strategies, and key challenges. The study identifies three primary models of public policy: market-driven (United Kingdom), centralized (South Korea), and socially-oriented (Canada). The findings provide valuable insights for developing effective public policies in creative industries in Kazakhstan and beyond.

Keywords: government support measures, development strategies, international experience, Kazakhstan

Кіріспе

Әлемдік экономикада креативті индустриялар қарқынды дамып, жалпы ішкі өнімге (ЖІӨ) елеулі үлес қосып жатыр. Біріккен Ұлттар Ұйымының зерттеуіне сәйкес, дамыған мемлекеттерде креативті салалардың экономикаға тигізетін ықпалы ЖІӨ-нің 10-25%-ын құрайды, бұл сектордың инновациялар мен технологиялық жетістіктерге байланысты жоғары қарқынды өсуімен түсіндіріледі. Бұған қоса, мәдени және креативті салалар әлемдегі барлық жұмыс орындарының 6,2%-ын, яғни шамамен 50 миллион адамды қамтиды. Осы салада жұмыс істейтіндердің көпшілігі басқа салаларға қарағанда жастар (15-29 жас) болып табылады [1].

Мемлекеттік саясат креативті экономиканың дамуына шешуші әсер етеді, өйткені ол білім беру реформалары, зияткерлік меншікті қорғау және инфрақұрылымға инвестициялар арқылы осы саланың өркендеуіне жол ашады. Мысалы, Ұлыбритания креативті экономика тұжырымдамасын

ұлттық стратегияға енгізген алғашқы елдердің бірі болды, осының нәтижесінде креативті индустриялар ел экономикасының ең жылдам өсіп жатқан салаларының біріне айналды [2].

Креативті экономиканы зерттеу оның тұрақты дамуы тек мемлекет тарапынан белсенді қолдау болған жағдайда ғана жүзеге асатынын көрсетеді. Бұл қолдау білім беру бағдарламаларын жетілдіру мен шағын кәсіпкерлік үшін қолайлы жағдайлар қалыптастыруды қамтиды [3]. Сонымен қатар, мемлекеттік қолдау шараларының тиімділігі жаһандық стратегиялар мен жергілікті ерекшеліктердің арасындағы тепе-теңдікті сақтаумен, сондай-ақ мемлекеттердің өз саясатын өзгермелі жағдайларға жылдам бейімдеу қабілетіне тәуелді болып табылады [4].

Бұл зерттеу жұмысы әртүрлі мемлекеттердің креативті экономика саласындағы саясатты қалыптастыруда қолданатын стратегиялары мен әдістерін анықтап, салыстыруға бағытталған. Негізгі назарды әр елдің бағдарламалары мен бастамаларын жергілікті жағдайлар мен жаһандық үрдістерге, жаңашылдыққа қалай бейімдейтініне аударамыз.

Қазақстан жаһандық экономиканың бір бөлігі ретінде өзінің креативті салаларын дамытуға үлкен мүмкіндіктерге ие, бірақ бұл ұлттық мәдени ерекшеліктерді және халықаралық тәжірибені ескеретін арнайы бейімделген мемлекеттік саясатты әзірлеуді қажет етеді. Осы тұрғыда бұл зерттеу жұмысы креативті экономиканың өсуін ынталандыруды, оны халықаралық нарықтарға біріктіру үшін мемлекеттік саясаттың қандай элементтері тиімді екендігін анықтауға мүмкіндік береді.

Зерттеу әдістемесі

Зерттеу жұмысының әдістемесі әртүрлі елдердің креативті индустрияларындағы мемлекеттік саясатты салыстырмалы талдауға негізделеді. Бұл зерттеу жұмысының шеңберінде ұлттық стратегиялар, заңнамалық актілер және креативті экономиканы қолдау бағдарламалары сияқты ресми құжаттарға талдау жасалады. Осының негізінде басқа да мемлекеттердің креативті салалардың дамуын ынталандыру үшін қолданатын негізгі басымдықтары мен механизмдері анықталады, сондай-ақ олардың жергілікті ерекшеліктер мен халықаралық үрдістерге қалай бейімделгеніне баға беріледі.

Сонымен қатар, зерттеуде қолданыстағы ғылыми еңбектерге, халықаралық ұйымдардың есептеріне және басқа да дереккөздерге негізделген қайталама талдау жүргізіледі. Бұл талдау эмпирикалық база құрып, креативті экономиканың дамуына әсер ететін жаһандық трендтерді бағалауға мүмкіндік береді. Зерттеуде Ұлыбритания, Оңтүстік Корея, Канада сияқты креативті салаларда көшбасшы елдердің тәжірибесіне, сондай-ақ Қазақстан сияқты креативті экономикасы қалыптасып келе жатқан мемлекеттердің мысалдарына ерекше назар аударылады.

Осы бағыттағы мемлекеттік саясатты әзірлеу мен іске асыру жолдарын салыстырмалы талдау арқылы озық тәжірибелерді анықтап, олардың

тиімділігін бағалауға және іске асыруға ықпал ететін факторларды белгілеуге мүмкіндік береді.

Креативті экономика тұжырымдамасының эволюциясы

Креативті индустриялар мен креативті экономика идеясы аяқ асты, бірден пайда болған жоқ, ол Франкфурт мектебі өкілдерінің жұмыстарында бастау алған мәдени индустриялар тұжырымдамасының біртіндеп дамуының нәтижесінде болды. Терминді алғаш рет 1940 жылдары Теодор Адорно мен Макс Хоркгеймер Мәдени өнімдердің жаппай өндірісін сынау үшін қолданған болатын, олар оның коммерциялануы мен стандартталуына баса назар аударды [5].

Бұл тұжырымдама кейіннен оң көзқараспен қабылданып, XX ғасырдың соңынан бастап ол экономикалық өсу мен инновациялық дамудың негізгі элементі ретінде қарастырыла бастады. Креативті индустриялар ұғымы 1990 жылдардың соңында Ұлыбританияда Тони Блэр Үкіметі шығармашылық және интеллектуалды еңбекке негізделген секторларды дамытуға бағытталған саясатты бастаған кезде қалыптасты. Осы кезеңде Джон Хокинс дизайн, кино, сән, сәулет, музыка, баспа және басқа да 15 негізгі саланы бөліп көрсетіп, креативті экономика теориясын қалыптастырды. Оның пікірінше, креативті экономика — бұл идеялар, білім және зияткерлік меншік сияқты материалдық емес активтерге негізделген жаңа экономикалық жүйе болып табылады [6] (Howkins, 2001).

2002 жыл Ричард Флорида ұсынған шығармашылық тап тұжырымдамасының пайда болуындағы маңызды кезең болды. Ол шығармашылық тапты постиндустриалды даму мен қалалардың экономикалық өсуінің қозғаушы күші ретінде қарастырды. Флорида ғалымдардың, дизайнерлердің, бағдарламашылар мен суретшілердің қалалардың экономикалық дамуы мен өзгерісіндегі рөлін айрықша атап өтті. Оның пайымдауынша, креативті, шығармашылық адамдардың жинақталуы және олардың инновациялық қабілеттері қалалардың гүлденуіне, әлеуметтік және экономикалық өзгерістерге алып келеді [7]. Алайда, бұл теория дау-дамай туғызды. Сыншылар креативті таптың әрдайым инклюзивті дамуға ықпал етпейтінін, сондай-ақ оның қалалардағы шоғырлануы көбінесе теңсіздіктің артуына және әлеуметтік тұрғыдан әлсіз топтардың шеттетілуіне әкелетінін атап өтті. 2010 жылы Вилсон креативтіліктің жеке емес, ұжымдық сипатын көрсететін «әлеуметтік креативтілік» ұғымын енгізді. Бұл тәсіл жалпы халықтың креативті ерекше процестерге жан-жақты қатысуын кеңейтуге бағытталғанын және креативті экономиканы тек элиталық кәсіпқойлар үшін ғана болатын жабық кеңістік ретінде ғана қарастыруға қарсы тұратын ой пікірлердің пайда болуына әкелді [8].

Жалпы алғанда заманауи зерттеулер креативті экономиканы тек жеке салалардың жиынтығы ретінде мағынасы тар тұрғыда ғана емес, оны кеңірек мағынада зерттейді. Осы жаңа бағыттардың бірі —

«креативті экология» теориясы (creative ecologies), ол инновацияны динамикалық және бейімделгіш жүйе ретінде сипаттайды. Бұл теорияда алуантүрлілік, оқыту және өзгерістер тұрақты өсудің негізгі элементтері ретінде қарастырылады. Креативті экологияларда әр түрлі идеялар мен тәжірибелер өзара ықпалдасып, үздіксіз өзгерістер мен жаңалықтар туындатады, бұл экожүйе деңгейінде тұрақты дамуға ықпал етеді. [9]. Тағы бір маңызды тенденция — креативті секторлардағы цифрлық технологиялар мен жасанды интеллект рөлінің күшеюі. Қазіргі уақытта креативті экономика платформалық модельмен тығыз байланысты, мұнда цифрлық платформалар жасаушылар, тұтынушылар және бизнес арасындағы өзара әрекеттесудің жаңа формаларын қалыптастырады. Бұл өз кезегінде шығармашылық процестерді жеңілдетіп, бизнеске жаңа мүмкіндіктер ұсынып, инновацияны жеделдетеді. Цифрлық технологиялар мен жасанды интеллект креативті индустрияларға автоматизация, деректерді талдау және тұтынушылардың сұраныстарына икемделу мүмкіндігін береді, бұл олардың тиімділігін арттырады [10].

Осылайша, креативті экономикада біртұтас әрі қатаң бекітілген анықтама жоқ, өйткені ол динамикалық және үнемі дамып келе жатқан құбылыс. Оның тұжырымдамасы тек дәстүрлі салаларды ғана емес, сонымен қатар жаңа цифрлық форматтарды, жасанды интеллект пен платформалық бизнес модельдерін қамти отырып, үздіксіз кеңейіп даму үстінде. Креативті экономиканың негізгі сипаттамалары зияткерлік капиталға бағдарлану, жоғары деңгейдегі инновация, жаһандық нарықтың өзгерістеріне икемділік пен бейімделу болып табылады. Ол экономикалық, мәдени және технологиялық аспектілерді біріктіру арқылы қазіргі қоғамның дамуына маңызды ықпал етеді.

Креативті индустрияларды мемлекеттік қолдау үлгілері

Ұлыбританияда-кластерлік тәсіл. Ұлыбританияның креативті экономика саласындағы саясаты мәдениеттің, инновацияның және цифрлық технологияның ұлттық экономиканы дамытудағы рөлін қайта қарастырудың ұзақ процесінің нәтижесінде қалыптасты. 1998 жылы «креативті индустриялар» термині енгізілгеннен бері Үкімет өсуді қамтамасыз етуге, жұмыс орындарын құруға және елдің жаһандық бәсекеге қабілеттілігін нығайтуға қабілетті стратегиялық сектор ретінде креативті экономика тұжырымдамасын белсенді түрде дамытып келеді. Бұл тәсіл постиндустриалды экономикада өсудің негізгі драйвері материалдық ресурстар емес, шығармашылық екенін мойындауға негізделген.

Ұлыбританиядағы креативті индустриялар тұрақты жоғары өсу қарқынын көрсетеді және негізгі экономикалық секторлардың бірі болып табылады. 2021 жылы олар £108 миллиард фунт стерлингті қамтамасыз етті, бұл елдің ЖІӨ-нің 6% - на тең, ал секторда жұмыс істейтіндер саны 2,3 миллион адамды құрады. 2010-2019 жылдар аралығында креативті

экономика жалпы экономикаға қарағанда 1,5 есе жылдам өсті. Сонымен қатар, шығармашылық қызметтердің экспорты £45,6 миллиард фунт стерлингке жетті, бұл Ұлыбританияны осы саладағы ең ірі әлемдік экспорттаушылардың біріне айналдырды [11].

Ұлыбританияның саясатының басты ерекшелігі — бизнесті қолдауды, инновацияларды ынталандыруды, таланттарды дамыту мен британдық креативті брендтерді халықаралық нарықтарда ілгерілетуді біріктіретін кешенді тәсіл. Бұл саясат креативті индустриялардың қарқынды дамуына ықпал етеді және ұлттық экономиканың жаһандық бәсекеге қабілеттілігін арттырады.

Орталық тетіктердің бірі — Creative Industries Clusters Programme, бұл бүкіл ел бойынша бизнесті, университеттерді және креативті ұжымдарды біріктіретін инновациялық кластерлер құруға бағытталған бағдарлама. Бұл бағдарлама аймақтық дамуды ынталандырады, өйткені ол шығармашылық экономиканы орталықсыздандыруды, сондай-ақ Лондоннан тыс аймақтарда инвестицияларды тартуды көздейді. Сонымен қатар, өсіп келе жатқан шығармашылық компанияларды қолдауға және венчурлық капиталды тартуға бағытталған Creative Scale Up Pilot бағдарламасы да бар, ол креативті бизнестің тұрақты өсуін қамтамасыз ету үшін қосымша қолдау көрсетеді [12].

Сонымен қатар, Ұлыбритания үкіметі креативті салаларды қолдау үшін салықтық құралдарды белсенді түрде қолданады. Мысалы, салықтық жеңілдіктер киноиндустрияға, театрға, бейне ойындарға және анимацияға беріледі, бұл Ұлыбританияны халықаралық студиялар мен продюсерлер үшін тартымды орынға айналдырады. Бұл жеңілдіктердің енгізілуі елдің кино және теледидар өндірісінің жаһандық нарықтағы үлесін арттыруға, сондай-ақ секторға инвестициялардың айтарлықтай ағынын қамтамасыз етуге мүмкіндік берді.

Британдық саясаттың маңызды аспектілерінің бірі — адами капиталды дамыту. Елде креативті индустриялардағы жастардың мүмкіндіктерін кеңейтуге және жаңа кадрлар даярлауға бағытталған Creative Careers Programme сияқты білім беру бастамалары іске асырылуда. Цифрлық дағдыларға ерекше назар аударылуда, өйткені үкімет оларды қазіргі экономикадағы табыстың негізгі факторларының бірі ретінде қарастырады.

Британдық үлгінің тағы бір ерекшелігі — мемлекеттік саясат пен халықаралық сауда арасындағы тығыз байланыс. Ұлыбритания Music Export Growth Scheme және Creative Industries Trade and Investment Board сияқты экспортты қолдау бағдарламаларын пайдалана отырып, шығармашылық өнімдері мен қызметтерін шетелде белсенді түрде дамытып жатыр. Бұл әсіресе Brexit контекстінде маңызды болып отыр, себебі ел Еуропалық біртұтас нарықтан шығудың салдарын жеңілдетуге және жаңа сауда бағыттарын іздеуге тырысады [13].

Оңтүстік Кореяда — технологияға баса назар аударатын орталықтандырылған тәсіл. Оңтүстік Корея дәстүрлі орталықтандырылған үлгіні инновациялық кәсіпкерліктің заманауи тұжырымдамасымен үйлестіре отырып, креативті экономиканы дамытуға ерекше тәсіл қолданады. Нарықтық механизмдер мен орталықтандырылған шығармашылық кластерлерге бағытталған Ұлыбританиядан айырмашылығы, Оңтүстік Корея креативті индустрияны қолдауды технологиялық көшбасшылық пен цифрлық трансформацияға бағытталған ұзақ мерзімді экономикалық стратегиясына біріктірді.

Оңтүстік Кореядағы креативті экономика тұжырымдамасы 2004 жылы Ро Му-Хен әкімшілігі дәстүрлі өнеркәсіптік өндірістен білім мен инновация экономикасына көшу арқылы экономиканы әртараптандыру мақсатында Creative Korea бастамасын іске қосқан кезде ресми түрде мойындалып, таныла бастады. Алайда, бұл сектор ең белсенді түрде дамуы 2013-2017 жылдар аралығында Президент Пак Кын Хе кезінде болды, ол креативті экономиканы мемлекеттік саясаттың негізгі құрамдас бөлігіне айналдырған болатын [14].

Оңтүстік Корея үлгісінің басты айырмашылығы — үкіметтің араласу саясаты мен нарықтық механизмдердің үйлесімі болып табылады. Олардың либералды нарықтық принциптерге баса назар аударатын батыс елдерінен айырмашылығы, Оңтүстік Корея орталықтандырылған жоспарлауды және мемлекеттің ірі корпорациялармен (чеболдармен) тығыз ынтымақтастығын белсенді түрде қолданады. Бұл үлгі негізгі секторларды жедел дамытуға мүмкіндік береді, бірақ сонымен бірге шағын бизнестің ірі корпорацияларға тәуелділігі үшін сынға ұшырайды.

Мемлекеттік қолдаудың негізгі тетіктерінің бірі — елдің әртүрлі провинциясында құрылған инновациялар мен креативті экономика орталықтары (CCEI) болып табылады. Бұл орталықтар қаржыландыру, тәлімгерлік қолдау және технологиялық ресурстарға қол жеткізуге мүмкіндік беретін стартаптар мен шағын бизнесті дамытуға арналған платформаларға айналды. Сонымен қатар, бұл бастаманың қызықты ерекшелігі — Samsung, Hyundai және LG сияқты ірі корей корпорацияларымен ынтымақтастық, олардың әрқайсысы жеке кластерлерді басқарды: Тегудегі медициналық технологиялар, Пусандағы бейне ойындар, Кванжудағы кино және анимация. Бұл үлгі Кореяға тән креативтілік пен өнеркәсіптің интеграциясын көрсетеді, мұнда шығармашылық секторлар оқшауланбайды, керісінше озық технологиялармен, ақпараттық технологиялармен (IT), робототехникамен және биомедицинамен тығыз байланыста жұмыс істейді [15].

Мемлекеттік қаржыландыру креативті экономиканы дамытуда шешуші рөл атқарады. Оңтүстік Корея Korea Venture Investment Corp сияқты венчурлық қаржыландыру бағдарламалары арқылы стартаптар мен инновациялық жобаларды қолдау үшін мемлекеттік қорларды белсенді түрде пайдаланады. Бұл шағын бизнестің капиталға қолжетімділігін

қамтамасыз етеді және дамудың бастапқы кезеңдерінде тәуекелдерді азайтады.

Сонымен қатар, елде шығармашылық индустриялар саласындағы ғылыми зерттеулер мен жобаларды ынталандыру үшін салықтық жеңілдіктер мен гранттық бағдарламалар бар. Қаржылық қолдау әсіресе мемлекет стратегиясында шешуші орын алатын цифрлық сектор үшін өте маңызды. Оңтүстік Корея бүгінде күнделікті қолданысқа еніп жатқан жасанды интеллект, үлкен деректер және виртуалды шындықты дамытуға назарын көбірек аударып, контент индустриясына инвестиция салып жатыр. Мысалы, Culture Creation and Convergence Belt бастамасы дәстүрлі өнер түрлерін жаңа технологиялық мүмкіндіктермен біріктіруге мүмкіндік беретін шығармашылық индустриялар үшін цифрлық алаңдарды құруға бағытталып отыр.

Оңтүстік Корея стратегиясының тағы бір маңызды элементі — «корей толқыны» (Hallyu) деп аталатын мәдени экспортқа инвестиция салу деп айтуға болады. Мәселен, мемлекет К-поп, киноиндустрия, дорамалар мен компьютерлік ойындармен бірге, халықаралық нарықтарда корей мәдени контентін одан әрі дамыту үшін мақсатты түрде қаржыландырады. Бұл экономикалық тұрғыдан тиімді бағытқа ғана емес, сондай-ақ, Оңтүстік Кореяның халықаралық аренадағы позициясын нығайтатын жұмсақ күштің маңызды құралына айналды. 2018 жылы корей мәдени контентінің экспорты \$9,5 миллиард долларға жетті, ал әрбір \$ 100 доллар мәдениет экспорты үшін сән, косметика және туризм сияқты аралас секторларда қосымша 248 \$ долларды құрады [16].

Креативті экономиканың Оңтүстік Кореядағы үлгісі бірнеше негізгі сипаттамалармен ерекшеленеді. Біріншіден, бұл үлгі мемлекет тарапынан жүзеге асырылатын орталықтандырылған басқару жүйесімен сипатталады, мұнда мемлекеттік құрылымдар экономикалық стратегияларды қалыптастыруда басты рөл атқарады және қаржы ағындарын басты басымдықтарға бағыттайды. Екіншіден, Оңтүстік Кореяның креативті экономикасы креативті индустрияларды жоғары технологиялық салалармен біріктіруге бағытталған болып отыр, бұл жаңа мазмұн формаларын жасаумен қатар, дәстүрлі салалардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға да мүмкіндік береді. Үшіншіден, батыс елдерінен айырмашылығы, Оңтүстік Корея шығармашылық индустрияларды жаһандық ықпал ету құралы ретінде пайдалануға баса назар аударады және өз мәдени өнімдерін халықаралық деңгейде белсенді түрде насихаттайды. Төртіншіден, бұл елде технологиялық инновацияларға көп көңіл бөлінеді, ал бұл өз кезегінде креативті экономиканың негізін қалайды.

Канада орталықтандырылған тәсіл және адами капиталға инвестиция жасауға көңіл бөлу. Канаданың мемлекеттік саясаты креативті экономика саласын дамытуға бағытталған мемлекеттік стратегиялық шараларды жүзеге асырады. 2017 жылы қабылданған Creative Canada стратегиясы

осы саланы ішкі және халықаралық нарықтарда нығайтуға, канадалық мазмұнды ілгерілетуге арналған кешенді тәсілді ұсынады. Бұл стратегия үш негізгі бағытқа негізделген: біріншіден, контент жасаушылар мен мәдени кәсіпкерлерге қаржылай қолдау көрсету, екіншіден, контент таратуға арналған механизмдерді дамыту, және үшіншіден, канадалық креативті экспортты дамыту мақсатында жаңа нарықтар ашу. Сонымен қатар, қоғамдық хабар тарату мен жергілікті бұқаралық ақпарат құралдарының рөліне ерекше көңіл бөлінеді.

Қолдаудың негізгі тетіктерінің бірі – канадалық аудиовизуалды, музыкалық және әдеби мазмұнды өндіруге қаржылай көмек көрсететін Canada Media Fund, Canada Music Fund және Canada Book Fund сияқты құрылымдар. Мысалы, 2016 жылы өнер саласын қолдауға \$1,9 миллиард бөлінді. Сонымен қатар, Канаданың мәдени экспортты қолдауға бағытталған Creative Export Strategy бағдарламасы іске қосылды, бұл бағдарлама бес жылдық мерзімде \$125 миллион бюджетпен канадалық контентті шетелде дамытуға ықпал етеді.

Осылайша, Канада мен Оңтүстік Кореяның креативті экономика саласындағы мемлекеттік саясаты бірқатар жалпылама мақсаттарды көздейді, бірақ әрбір елдің өзіндік ерекшеліктері мен тәсілдері бар [17].

Канада авторлық құқық туралы заңдарды жаңғыртуы және кино мен теледидар өндірісіне салық жеңілдіктерін реформалау арқылы өз заңнамасын цифрлық дәуірге белсенді түрде бейімдеп жатыр. Канадалық үлгінің маңызды ерекшелігі-мәдени әртүрлілік мәселелеріне назар аудару: мемлекет франкофондық контентті, тұрғылықты халықты және креативті индустриядағы гендерлік теңдікті қолдауға инвестиция жасайды. Мұндай саясат тек экономикалық дамуға ғана емес, сонымен бірге елдің мәдени бірегейлігін сақтауға бағытталған.

Индонезияда: мәдени мұра және бірегейлік. Индонезияның креативті экономика саласындағы мемлекеттік саясаты зияткерлік меншікті, мәдени мұраны, ғылым мен технологияны экономикалық өсудің басты элементтері ретінде пайдалану концепциясына негізделген. Бұл саясат тек экономикалық өсуді қамтамасыз ету ғана емес, сонымен қатар жұмыс орындарын құруға, аймақтарды дамытуға және ұлттық бірегейлікті нығайтуға бағытталған әлеуметтік өзгерістерді жүзеге асыруды көздейді. Креативті экономика осы тұрғыда елдің мәдени ерекшеліктерін сақтап, оларды жаңа технологиялармен үйлестіре отырып халықаралық деңгейде бәсекеге қабілеттілікті арттыруға көмектеседі [18]. Индонезияның креативті индустрия саясаты нарықтық механизмдерге және технологиялық көшбасшылыққа негізделген Ұлыбритания мен Оңтүстік Кореядан айырмашылығы - оның креативті, яғни өздерінің ерекшелігін дәстүрлі колөнермен, мәдени мұрамен және цифрлық инновациялармен біріктіруіне баса назар аударуында болып отыр.

Индонезиядағы креативті экономика 2015 жылы стратегиялық сектор ретінде ресми түрде танылды, креативті экономика Бадан (Bekraf)

құрылды, содан кейін 2019 жылы оның дамуы креативті экономика туралы № 24 заңмен бекітілді. Осы Заңға сәйкес, креативті экономика 17 секторды қамтиды, олардың арасында кино, музыка, баспа ісі, анимация, қолөнер, сән, гастрономия және қосымшаларды әзірлеу бар [19]. Олардың бұлай кең көлемде қарастыруы дәстүрлі және заманауи шығармашылық индустрияларды қолдауды біріктіретін Индонезиялық тәсілдің қабаттасып жатқанын көрсетеді.

Мемлекеттік қолдаудың негізгі тетіктерінің бірі-мемлекеттік қорларды, банктік несиелерді және краудфандинг және венчурлық инвестициялар сияқты балама қаржы құралдарын қамтитын қаржыландыру және инвестициялар жүйесі болып табылады. Индонезия Үкіметі зияткерлік меншікті дамытуға салықтық жеңілдіктер мен субсидиялар береді және креативті кәсіпкерлер үшін инфрақұрылымдық жобаларды қаржыландырады. Осы стратегия аясында 2023 жылы креативті экономиканың қосымша құны 1,414 трлн Индонезия рупийін (шамамен 23,96 миллиард АҚШ доллары) құрады және осы салада жұмыс істейтіндер саны 24,92 миллион адамға жетті [19].

Саясаттың маңызды ерекшелігі-кәсіпкерлер мен стартаптарды қолдау жүйесі болып табылады. Елде цифрлық стартаптарды дамытуға және жергілікті әзірлеушілерді жаһандық нарыққа біріктіруге бағытталған *Baraprekraf for Startup (BEKUP)* сияқты бағдарламалар іске асырылуда. Бұл бастамаларға тәлімгерлік бағдарламалар, акселерациялық бағдарламалар және *SXSW Austin* және *Hannover Messe* сияқты халықаралық көрмелерге шығу кіреді. Сонымен қатар билік креативті тауарлар мен қызметтердің экспортын мемлекеттік агенттіктер мен шетелдегі сауда өкілдіктері арқылы насихаттайды.

Индонезия үлгісінің негізгі міндеті-деректерді стандарттау және креативті экономиканың ЖІӨ-ге қосқан үлесін бағалау қажеттілігі. Елде *KBLI* экономикалық қызметін кодтау жүйесі бар, бірақ бірыңғай әдістемелердің болмауы деректерді сәйкестендіруді және халықаралық есептілікті қиындатады. Дегенмен, креативті индустриялар қазірдің өзінде экономикада, әсіресе жұмыс орындары мен экспорттың айтарлықтай үлесін қамтамасыз ететін аспаздық, сән және қолөнер сияқты секторларда маңызды рөл атқарады.

Қазақстанда - барлық салаларды дамытуға бағытталған орталықтандырылған тәсіл арқылы жүзеге асып отыр. Қазақстанның креативті экономика саласындағы мемлекеттік саясаты 2021-2025 жылдарға арналған креативті индустрияларды дамыту Тұжырымдамасымен бекітіле отырып, 2021 жылдан бері қарай белсенді қалыптаса бастады. Бұл саясаттың негізгі мақсаты - креативті индустрияларды жаңа жұмыс орындарын құруға, экспортты ынталандыруға және елдің инновациялық дамуына ықпал етуге қабілетті ұлттық экономиканың маңызды секторына айналдыру болып табылады [20]. Оның қалыптасқан, тұрақты креативті экожүйелері бар елдерден айырмашылығы бізде әзірге креативті

кәсіпкерлікті қолдау үшін құқықтық және институционалдық база енді қалыптасып жатыр, яғни индустрияның қалыптасу кезеңін бастан өткізіп отыр.

Қазақстандағы креативті индустриялар дизайн, сәулет, цифрлық технологиялар, кино, музыка, баспа ісі және сән сияқты көптеген бағыттарды қамтиды. Тұжырымдамада ұсынылған талдауға сәйкес, елдің ЖІӨ-дегі креативті индустриялардың үлесі 2020 жылы 2,67% құрады, бұл ретте сектордың тұрақты өсуі байқалды. Негізгі даму орталықтары Алматы және Астана қалалары болып табылады, онда барлық креативті индустрия кәсіпорындарының шамамен 62% шоғырланған [20].

Қазақстанның креативті экономика саласындағы мемлекеттік саясатының маңызды бағыты – креативті индустриялар саласындағы кәсіпкерлер үшін қолайлы жағдайлар жасау. Бұл бағыт аясында Қазақстанның барлық өңірлерінде мамандандырылған кластерлер мен хабтарды қалыптастыруға басымдық берілген. Дегенмен, Оңтүстік Корея сияқты елдерде креативті орталықтардың технологиялық конгломераттармен тығыз байланысы байқалатын болса, Қазақстанда әлі күнге дейін ірі бизнес пен шығармашылық салалар арасындағы интеграция әлсіз деңгейде қалып отыр.

Қаржылық қолдау жағынан да қиындықтар бар. Мемлекеттік қаржыландыру бағдарламалары әлі де ауыл шаруашылығы мен өңдеу өнеркәсібі сияқты дәстүрлі секторларға бағытталып, креативті кәсіпкерлер үшін ресурстарға қолжетімділікті шектейді. Дегенмен, кәсіпкерлерге қолдау көрсету мақсатында салықтық жеңілдіктер енгізілді. Осындай шаралардың бірі ретінде кәсіпкерлер корпоративтік табыс салығынан босатылып, оның орнына 2%-8% аралығында бірыңғай салық жүйесіне көшуін айта аламыз.

Қазақстанның креативті экономика моделінің ерекшелігі – ұлттық бірегейлік пен мәдени мұраға негізделуі. Мемлекеттік саясат қазақ мәдениетін бейнелейтін, жеткізетін креативті өнімдерді әзірлеуге және оларды халықаралық нарықтарға шығару бағытында іске асырылуда. Бұл мақсатта мемлекеттік бағдарламалар мен гранттық механизмдер арқылы киноиндустрияны, музыка мен өнерді дамыту үшін қолдау көрсетіледі. Алайда, сарапшылардың аутуынша, мұндай креативтілік контентті экспорттаудың нақты стратегиясының жоқтығын, зияткерлік меншікті қорғаудың әлсіздігін сияқты факторлар мәдени өнімдерді коммерцияландыруды қиындатуы мүмкін [21].

Қазақстанның креативті экономика саласындағы мемлекеттік саясатының маңызды басымдығы – цифрлық трансформация. Қазақстан Үкіметі контентті тарату үшін цифрлық платформаларды дамытуды және гейм-дизайн, анимация, цифрлық маркетинг сияқты инновациялық бағыттарды ынталандыруды жоспарлап отыр. Алайда, бұл үдеріс білікті кадрлардың жетіспеушілігі және зияткерлік меншік мәселелері бойынша

құқықтық сауаттылықтың төмендігі сияқты кедергілерге тап болып отыр. Бұл факторлар сектордың өсуін айтарлықтай шектейді.

Қазіргі уақытта басқа елдермен салыстырғанда Қазақстан креативті индустриялар саласындағы мемлекеттік саясаты қалыптасу сатысында тұр. Өйткені Қазақстан осы салада институционалданудың алғашқы қадамдарын жасап, оның өсіп дамуы үшін қажетті негізгі жағдайларды жасап жатыр. Бұл ретте, негізгі сын-қатерлер – инвестициялардың жетіспеушілігі, өңірлердегі инфрақұрылымның әлсіздігі және құқықтық базаны жетілдірілу қажеттілігі сияқты мәселелерді айтуға болады.

Жүргізілген шолу негізінде, креативті индустриялар саласындағы мемлекеттік саясаттың бірнеше негізгі модельдерін бөліп көрсетуге болады. Ұлыбритания бизнеске қолайлы жағдай жасау, инновацияларды ынталандыру және экспортты қолдау арқылы кластерлік және нарықтық тәсілді қолданады. Оңтүстік Корея, өз кезегінде, технологиялық инновацияларға инвестиция салу және мәдени экспортты ілгерілету арқылы мемлекет жетекші рөл атқаратын орталықтандырылған стратегияны ұстанады. Канада нарықтық ынталандыруды мәдени әртүрлілікті қуатты мемлекеттік қолдаумен үйлестіре отырып, адами капиталға инвестиция салуға баса назар аударады.

Оңтүстік-Шығыс Азия елдері өз кезегінде, нарықтық және мемлекеттік механизмдердің әртүрлі комбинацияларын көрсетеді. Мысалы, Индонезия креативті экономиканы дәстүрлі қолөнер мен цифрлық қолдауды біріктіре отырып, ұлттық бірегейлікті нығайту құралы ретінде қарастырады. Бұл әр елдің өз экономикалық және мәдени контекстіне сәйкес түрлі тәсілдерді қолданатынын көрсетеді.

Қазақстан орталықтандырылған тәсілді қолдана отырып, өз саясатының қалыптасу сатысында тұр, бірақ әзірге инфрақұрылымның, инвестициялардың және экспорттың нақты стратегиясының тапшылығына тап болып отыр (1-кесте).

Осылайша, креативті экономиканың табысты дамуы нарықтық тетіктер мен мемлекеттік қолдау, адами капиталға инвестициялар мен технологиялық даму арасындағы тепе-теңдікті қажет етеді. Басқа елдердің тәжірибесі Қазақстандағы креативті индустрияларды қолдаудың тиімді моделін қалыптастыру үшін бағыт-бағдар бола алады.

1-кесте. Креативті индустриялар саласындағы мемлекеттік саясатты салыстырмалы талдау

Ел	Креативті экономиканы дамыту тәсілі	Қолдаудың негізгі механизмдері	Мемлекеттің рөлі	Экспорттық стратегия	Негізгі міндеттер
Ұлыбритания	Кластерлік, нарықтық, орталықтандырылмаған	Салықтық жеңілдіктер, R&D қаржыландыру, стартаптарды қолдау, кластерлерді дамыту	Жағдай жасау, бизнесті ынталандыру	Британдық брендтерді белсенді жылжыту, Creative Industries Trade and Investment Board	Жаһандық ойыншылармен бөсекелестік, Brexit әсері
Оңтүстік Корея	Орталықтандырылған, технологиялық бағдарланған	Мемлекеттік инновациялық орталықтар (CCEI), корпорациялармен серіктестік, венчурлық қаржыландыру	Мемлекеттің жетекші рөлі, стратегиялық басқару	«Корей толқыны» (Hallyu), белсенді халықаралық экспансия	Шағын бизнестің корпорацияларға тәуелділігі, мемлекеттік бақылау
Канада	Орталықтандырылған, әлеуметтік-бағдарланған	Мемлекеттік қорлар (Canada Media Fund, Canada Music Fund), субсидиялар, қоғамдық хабар таратуды қолдау	Мәдениет пен креативті мамандықтарға мықты қолдау жасау	Creative Export Strategy, франкофондық контентті насихаттау	Сандық платформаларды реттеу, нарықпен мәдени бірегейлік арасындағы тепе-теңдік
Индонезия	Мәдени мұраға, әлеуметтік-мәдени әсерге баса назар аудару	Мемлекеттік қорлар, краудфандинг, гранттар, зияткерлік меншікті қорғау	Дәстүрлі индустриялар мен цифрлық технологияларды дамытуға жәрдемдесу	Дәстүрлі тауарлар мен цифрлық өнімдердің экспортына қолдау жасау	Деректерді стандарттау, авторлық құқықты қорғау
Қазақстан	Бастапқы кезең, орталықтандырылған	Гранттар, шығармашылық хабар, салықтық жеңілдіктер	Инфрақұрылым құруды және кәсіпкерлерді қолдауды бастау	Әлсіз халықаралық экспансия	Қаржыландырудың жетіспеушілігі, кадрлардың жетіспеушілігі, әлсіз құқықтық база

Қорытынды

Соңғы онжылдықта креативті экономика әлемнің көптеген елдерінде экономикалықөсу, әлеуметтік өзгерістер және жаһандық бәсекеге қабілеттілік тұрғысынан маңызды факторға айналып отыр. Мемлекеттік саясаттың әртүрлі үлгілерін талдау негізінде байқағанымыздай, әрбір ел өзіне тән экономикалық басымдықтарға, технологиялық даму деңгейіне және мәдени бірегейлігіне байланысты өзіндік әдіс, тәсілдерді таңдайды. Ұлыбритания бизнеске қолайлы орта қалыптастыру үшін кластерлік тәсіл мен нарықтық механизмдерге бәс тіксе, Оңтүстік Корея, керісінше, орталықтандырылған басқару мен технологиялық инновацияларға бағытталған стратегияны қолданады, ал Канада адами капиталға және мәдени алуан түрлілікке инвестиция салу үшін белсенді әрекет етеді. Индонезияның үлгісі дәстүрлі мәдени мұра мен цифрлық технологиялардың үйлесімін негізге алады, ал Қазақстан осы секторды дамыту үшін инфрақұрылымдық негіздерді қалыптастыру сатысында тұр.

Стратегиялардың әртүрлілігіне қарамастан, креативті экономиканың сәтті дамуына ықпал ететін бірнеше ортақ факторларды бөліп көрсетуге болады. Олар – мемлекет тарапынан жүйелі қолдау көрсету, қолайлы заңнамалық базаның болуы, білім беру жүйесіне және кадрларды даярлауға инвестициялар, сондай-ақ халықаралық серіктестік пен экспорттық мүмкіндіктерді дамытуды айтамыз. Цифрландыру, жаһандық бәсекелестік және тұтынушылардың қалауын өзгерту сияқты заманауи сын-қатерлер бейімделген және инновациялық шешімдерді талап етеді, бұл өз кезегінде мемлекеттік саясаттың маңызды рөлін арттырады.

Қазақстан үшін басқа елдердің тәжірибесі креативті индустрияларды қолдаудың тиімді үлгісін құруда құнды бағдар болып табылады. Бұл саланы дамыту үшін инфрақұрылымға инвестициялар салу, білім беру бастамаларын күшейту, кәсіпкерлікті қолдау және зияткерлік меншікті қорғау қажет. Ұзақ мерзімді болашақта бұл Қазақстанға креативті индустриялардың ішкі нарығын ғана емес, сонымен қатар мәдени және шығармашылық мүмкіндіктерді стратегиялық артықшылық ретінде пайдалану арқылы жаһандық экономикадағы рөлін нығайтуға мүмкіндік береді.

Қазақстанға креативті экономиканы тиімді дамыту үшін бірнеше қосымша бағыттарға да назар аудару маңызды. Біріншіден, өңірлік деңгейде креативті орталықтар мен хабтар құру арқылы аймақтардағы әлеуетті іске қосу қажет. Бұл – жастар мен шығармашылық тұлғалардың өз өңірінде дамуына жол ашады. Екіншіден, креативті индустриялар мен бизнестің түйісетін тұстарында қаржылық қолжетімділікті арттыру, соның ішінде венчурлік қаржыландыру мен арнайы гранттық бағдарламаларды іске қосу – салаға жаңа серпін береді. Үшіншіден, мәдени өнімдердің ішкі және сыртқы нарықтарға шығуына жәрдемдесу үшін экспортты ілгерілету саясатын белсенді жүргізу керек. Төртіншіден, мемлекеттік сатып алулар жүйесінде креативті өнімдерге квота белгілеу – отандық шығармашылық секторды тікелей қолдаудың бір тетігі бола алады. Ақыр соңында, қоғамда шығармашылық қызметке деген оң көзқарасты қалыптастыру және мәдени

тұтынуды ынталандыру арқылы сұраныс пен ұсыныс арасындағы тепе-теңдікті сақтауға болады.

Бұл жұмыс Қазақстан Республикасының Ғылым және жоғары білім министрлігінің Ғылым комитеті №АР26199617 - «Қазақстандық білім беру қызметтері нарығындағы бәсекелестіктің даму жағдайында өңірлік университеттердің корпоративтік бірегейлік пен имиджін жаңғырту» атты жобасы бойынша қаржыландырылды.

ӘДЕБИЕТТЕР:

1. 2022 жылғы креативті экономиканың перспективалары. Біріккен Ұлттар Ұйымының басылымы. [Электрондық ресурс]// https://unctad.org/system/files/officialdocument/ditctsce2022d1_overview_ru.pdf (қаралған күні: 15.01.2025)
2. Flew, T. Beyond Ad Hocery: Defining Creative Industries. In Cultural Sites, Cultural Theory, Cultural Policy, The Second International Conference on Cultural Policy Research, 2002, 30 p.
3. Luckman, S. Craft and the Creative Economy. New York, NY, Palgrave MacMillan, 2015, 187 pp.
4. Štreimikienė, D., & Kačerauskas, T. The Creative Economy and Sustainable Development: The Baltic States // Sustainable Development. 2020. Vol. 28. No. 6. pp. 1632-1641.
5. Boggs, J. Cultural Industries and the Creative Economy – Vague but Useful Concepts // Geography Compass. 2009, 3(4), 1483-1498. DOI: 10.1111/j.1749-8198.2009.00247.x
6. Hawkins, J. The Creative Economy: How People Make Money From Ideas. London, UK: Penguin, 2001.
7. Florida, R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002, 404p.
8. Wilson, N. Social Creativity: Re-Qualifying the Creative Economy// International Journal of Cultural Policy, 2010, 16(3):367-381.
9. Stankevičienė, J., Levickaitė, R., Braškutė, M., & Noreikaitė, E. Creative Ecologies: Developing and Managing New Concepts of Creative Economy// Business, Management and Education, 2011, 9(2), 277-294. DOI: 10.3846/bme.2011.19
10. Boğa, S., & Topcu, M. Creative Economy: A Literature Review on Relational Dimensions, Challenges, and Policy Implications// OIKOS, 2020, 8(2), 149-165. DOI: 10.2478/eoik-2020-0014
11. UK Government. (2023). Creative Industries Sector Vision. Retrieved from: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1162721/Creative_Industries_Sector_Vision_accessible_version_.pdf (Accessed on: 15.01. 2025)
12. Creative UK. (2022). Levelling Up and the Creative Industries. Retrieved from: <https://www.wearecreative.uk/>
13. Creative PEC. (2024). International Trade and the UK Creative Industries. Retrieved from: https://pec.ac.uk/state_of_the_nation/uk-trade-in-a-global-creative-economy/ (Accessed on: 15.01. 2025)
14. Kim, T. Creative Economy of the Developmental State: A Case Study of South Korea's Creative Economy Initiatives// The Journal of Arts Management, Law, and Society, 2017, 47(5), pp.322-332, ISSN: 1063-2921. DOI: 10.1080/10632921.2017.1377660.
15. Korea Institute of Science and Technology Evaluation and Planning (KISTEP). Creative Economy and Innovation Centers in South Korea. Retrieved from: <https://www.seoulz.com/center-for-creative-economy-innovation-in-south-korea-ccei/> (Accessed on: 01.02. 2025)
16. Cha Doo-won. Yu Ji-Yeon. The Concept of Creative Economy and Analysis of Policies of Leading Countries, KISTEP Issue.
17. Government of Canada. (2017). Creative Canada Policy Framework. Retrieved from: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/creative-canada.html> (Accessed on: 01.02. 2025)
18. Eni Lestariningsih, Karmila Maharani and Titi Kanti Lestari. Creative Measuring creative economy in Indonesia: Issues and challenges in data collection// Asia-Pacific Sustainable Development Journal, 2019, Volume 25, Issue 2, abr. 2019, p. 99 – 117.

19. Ahmad, Prayudi & Ayu Ardhanariswari, Kartika & Probosari, Ninik. Indonesia's Creative Economy Agency's Communication Strategy in Supporting Creative City // Jurnal ASPIKOM, 2022.
20. Креативті индустрияларды дамытудың 2021–2025 жылдарға арналған тұжырымдамасы. Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2021 жылғы 30 қарашадағы № 860 қаулысы. [Электрондық ресурc]//<https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860> (Қаралған күні: 15.01.2025)
21. Doszhan, Raigul & Nussyupayeva, Aygerim & Baimakhambetova, Gulnara & Ashirbekova, Laura & Bilan, Yuriy. Qualitative assessment of the development of creative industries in emerging countries: The case of Kazakhstan// Problems and Perspectives in Management, 2022, Volume 20, pp. 350–361.

REFERENCES:

1. 2022 zhylygy kreativti ékonomikanyń perspektivalary. Birikken Últtar Úiymynyń basylymy. [Creative Economy Outlook 2022. United Nations Publication] // https://unctad.org/system/files/officialdocument/ditctsce2022d1_overview_ru.pdf (Accessed on: 15.01.2025).
2. Flew, T. Beyond Ad Hocery: Defining Creative Industries. In Cultural Sites, Cultural Theory, Cultural Policy, The Second International Conference on Cultural Policy Research, 2002, 30 p.
3. Luckman, S. Craft and the Creative Economy. New York, NY, Palgrave MacMillan, 2015, 187 pp.
4. Štreimikienė, D., & Kačerauskas, T. The Creative Economy and Sustainable Development: The Baltic States // Sustainable Development. 2020. Vol. 28. No. 6. pp. 1632–1641.
5. Boggs, J. Cultural Industries and the Creative Economy – Vague but Useful Concepts // Geography Compass. 2009, 3(4), 1483–1498. DOI: 10.1111/j.1749-8198.2009.00247.x
6. Hawkins, J. The Creative Economy: How People Make Money From Ideas. London. UK: Penguin, 2001.
7. Florida, R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002, 404p.
8. Wilson, N. Social Creativity: Re-Qualifying the Creative Economy// International Journal of Cultural Policy, 2010, 16(3):367–381.
9. Stankevicienė, J., Levickaitė, R., Braškutė, M., & Noreikaitė, E. Creative Ecologies: Developing and Managing New Concepts of Creative Economy// Business, Management and Education, 2011, 9(2), 277–294. DOI: 10.3846/bme.2011.19
10. Boğa, S., & Topcu, M. Creative Economy: A Literature Review on Relational Dimensions, Challenges, and Policy Implications// OIKOS, 2020, 8(2), 149–165. DOI: 10.2478/eoik-2020-0014
11. UK Government. (2023). Creative Industries Sector Vision. Retrieved from: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1162721/Creative_Industries_Sector_Vision_accessible_version_.pdf (Accessed on: 15.01. 2025)
12. Creative UK. (2022). Levelling Up and the Creative Industries. Retrieved from: <https://www.wearecreative.uk/> (Accessed on: 15.01. 2025)
13. Creative PEC. (2024). International Trade and the UK Creative Industries. Retrieved from: https://pec.ac.uk/state_of_the_nation/uk-trade-in-a-global-creative-economy/ (Accessed on: 15.01. 2025)
14. Kim, T. Creative Economy of the Developmental State: A Case Study of South Korea's Creative Economy Initiatives// The Journal of Arts Management, Law, and Society, 2017, 47(5), pp.322–332, ISSN: 1063-2921. DOI: 10.1080/10632921.2017.1377660.
15. Korea Institute of Science and Technology Evaluation and Planning (KISTEP). Creative Economy and Innovation Centers in South Korea. Retrieved from: <https://www.seoulz.com/center-for-creative-economy-innovation-in-south-korea-ccci/> (Accessed on: 01.02. 2025)
16. Cha Doo-won. Yu Ji-Yeon. The Concept of Creative Economy and Analysis of Policies of Leading Countries, KISTEP Issue.
17. Government of Canada. (2017). Creative Canada Policy Framework. Retrieved from: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/creative-canada.html> (Accessed on: 01.02. 2025)
18. Eni Lestariningsih, Karmila Maharani and Titi Kanti Lestari. Creative Measuring creative economy in Indonesia: Issues and challenges in data collection// Asia-Pacific Sustainable Development Journal, 2019, Volume 25, Issue 2, avg. 2019, p. 99 – 117.
19. Ahmad, Prayudi & Ayu Ardhanariswari, Kartika & Probosari, Ninik. Indonesia's

Creative Economy Agency's Communication Strategy in Supporting Creative City // Jurnal ASPIKOM, 2022.

20. Kreativiti industriialardy damytýdyń 2021–2025 jyldarga arналған túzhyrymdamasy. Qazaqstan Respýblıkasy Úkimetiniń 2021 jylgy 30 qarashadagy № 860 qaylysy. [Concept for the Development of Creative Industries for 2021–2025. Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan No. 860 dated November 30, 2021.] // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860> (Accessed on: 15.01.2025)

21. Doszhan, Raigul & Nussyupayeva, Aygerim & Baimakhambetova, Gulnara & Ashirbekova, Laura & Bilan, Yuriy. Qualitative assessment of the development of creative industries in emerging countries: The case of Kazakhstan// Problems and Perspectives in Management, 2022, Volume 20, pp. 350-361