Карагандинский национальный исследовательский университет
им. академика Е.А. Букетова

УДК 338.24

На правах рукописи

КАНКУЛОВ МАРГУЛАН КАНАТОВИЧ

Креативные индустрии Казахстана как комплементарный фактор национальной инновационной системы: механизмы развития и поддержки в условиях постиндустриального инклюзивного развития

8D04101 – Экономика

Диссертация на соискание ученой степени
доктора философии (PhD)

Научные консультанты:

Хусаинова Ж.С., к.э.н., профессор
Асанова М.К., к.э.н., ассоциированный профессор
Желю Владимиров, д.э.н., профессор Софийского университета имени Св. Климента Охридского (Болгария)

Республика Казахстан
Караганда, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

	НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ	3
	ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ	4
	ВВЕДЕНИЕ	6
1	**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ И КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В КОНТЕКСТЕ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ИНКЛЮЗИВНОГО РАЗВИТИЯ**	15
1.1	Гносеологический анализ креативной экономики: генезис концепций и категориальный каркас	15
1.2	Сущностные характеристики и типологизация креативных индустрий в современной экономике	25
1.3	Национальная инновационная система (НИС) и креативные индустрии: комплементарность и конвергенция в условиях постиндустриального инклюзивного роста	34
1.4	Кластерный подход как механизм развития креативных индустрий в национальной инновационной системе	41
1.5	Мировой опыт функционирования креативных индустрий в условиях постиндустриального инклюзивного развития	52
2	**АНАЛИЗ СПЕЦИФИКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В КАЗАХСТАНЕ: ПОЭЛЕМЕНТНАЯ ПАНОРАМА И ПОСТИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ**	59
2.1	Институциональное обеспечение функционирования креативной экономики в Казахстане	59
2.2	Профили и векторы развития креативных индустрий в Казахстане: структурно-динамический анализ	65
2.3	Анализ становления креативных кластеров в региональном разрезе	92
2.4	Исследование потенциала развития креативных индустрий в контексте возможностей возрастной инклюзии	102
3	**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ПОДДЕРЖКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ КАЗАХСТАНА В КОНТУРЕ НИС В УСЛОВИЯХ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ИНКЛЮЗИВНОГО РОСТА**	111
3.1	Разработка институционального механизма инклюзии креативного сектора Казахстана в контур НИС	111
3.2	Модернизация финансово-экономического механизма поддержки инклюзивного развития креативных индустрий в Казахстане	124
3.3	Интеграционная модель развития креативных индустрий и кластеров в контуре НИС Казахстана на основе возрастной инклюзии	133
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ	145
	СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	152
	ПРИЛОЖЕНИЯ	166

НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

В настоящей диссертации использованы ссылки на следующие стандарты:

Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК

Закон Республики Казахстан от 10 июня 1996 года № 6 «Об авторском праве и смежных правах»

Патентный закон Республики Казахстан от 16 июля 1999 года № 427

Закон Республики Казахстан от 15 декабря 2006 года № 207 «О культуре»

Закон Республики Казахстан от 1 июля 2024 года № 103-VIII ЗРК. «О науке и технологической политике»

Закон Республики Казахстан от 3 января 2019 года № 212-VI ЗРК «О кинематографии»

Закон Республики Казахстан от 26 декабря 2019 года № 288-VI ЗРК «Об охране и использовании объектов историко-культурного наследия»

Закон Республики Казахстан от 27 декабря 2021 года № 86-VII ЗРК «О промышленной политике»

Концепция развития ремесленничества в Республике Казахстан, утверждённая постановлением Правительства Республики Казахстан от 11 июля 2000 года № 1051.

Концепция развития креативных индустрий на 2021-2025 годы, утверждённая постановлением Правительства Республики Казахстан от 30 ноября 2021 года № 860

Постановление Правительства Республики Казахстан от 6 июня 2023 года № 447 «Об утверждении критериев отнесения субъектов частного предпринимательства к субъектам креативных индустрий»

Постановление Правительства Республики Казахстан от 6 июня 2023 года № 448 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии»

Приказ Министра культуры и информации Республики Казахстан от 20 октября 2025 года № 572-НҚ «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии»

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

Astana Hub – международный технопарк IT-стартапов

Kazakh Invest – национальная компания по привлечению инвестиций

KazakhExport – национальная компания по поддержке экспорта

OECD – Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development)

PLS – метод частичных наименьших квадратов (Partial Least Squares)

PLS-SEM – метод моделирования структурными уравнениями на основе частичных наименьших квадратов (Partial Least Squares Structural Equation Modeling)

R^2 – коэффициент детерминации

SEM – моделирование структурными уравнениями (Structural Equation Modeling)

UNCTAD – Конференция Организации Объединённых Наций по торговле и развитию (United Nations Conference on Trade and Development)

UNESCO – Организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

β – коэффициент регрессии (коэффициент пути в структурной модели)

АО – акционерное общество

АО «QazTrade» – Акционерное общество «Центр развития торговой политики «QazTrade»»

АО «ККМ» – АО «Казына Капитал Менеджмент» (АО «Kazyna Capital Management»)

АО «НИТ» – АО «Национальные информационные технологии»

АО «ФРП «Даму» – АО «Фонд развития предпринимательства «Даму»

АСПиР РК – Агентство по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан

БВУ – банки второго уровня

БНС АСПиР РК – Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан

ВВП – валовой внутренний продукт

ВДС – валовая добавленная стоимость

ВКО – Восточно-Казахстанская область

ВНП – валовый национальный продукт

ВЭД – внешнеэкономическая деятельность

ГЧП – государственно-частное партнерство

Долл. – долларов

др. – другие

ЕАЭС – Евразийский экономический союз.

ЕС – Европейский союз.

ЗКО – Западно-Казахстанская область

ИКТ – информационно-коммуникационные технологии

ИП – инддивидуальный предприниматель

ИС – интеллектуальная собственность

КИ – креативные индустрии

КОКСНВО МНВО РК – Комитет по обеспечению качества в сфере науки и высшего образования Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан

МВД РК – Министерство внутренних дел Республики Казахстан

МИО – местные исполнительные органы (акиматы)

МКИ РК – Министерство культуры и информации Республики Казахстан

Млн. – миллион

Млрд. – миллиард

МНВО РК – Министерство науки и высшего образования Республики Казахстан

МНЭ РК – Министерство национальной экономики Республики Казахстан

МП РК – Министерство просвещения Республики Казахстан

МРЦ – молодёжные ресурсные центры

МСБ – малый и средний бизнес

МСП – малые и средние предприятия.

МТИ РК – Министерство торговли и интеграции Республики Казахстан;

МТС РК – Министерство туризма и спорта Республики Казахстан

МТСЗН РК – Министерство труда и социальной защиты населения Республики Казахстан

МФ РК – Министерство финансов Республики Казахстан

МФЦА – Международный финансовый центр «Астана»

МЦРИАП РК – Министерство цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан

МЮ РК – Министерство юстиции Республики Казахстан

НИС – национальная инновационная система

НПО – неправительственные организации

НПП «Атамекен» – Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен»

ОКЭД – Общий классификатор видов экономической деятельности

ОЭСР – Организация экономического сотрудничества и развития

РК – Республика Казахстан

СКО – Северо-Казахстанская область

США – Соединенные Штаты Америки

Тыс. – тысяч

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования.

В условиях трансформации мировой экономики, связанной с переходом к постиндустриальной модели развития, существенно возрастает роль нематериальных факторов экономического роста, прежде всего человеческого, интеллектуального и креативного капитала. Ведущие международные исследовательские центры и организации рассматривают креативные индустрии как важный источник инноваций, структурной диверсификации и устойчивого экономического развития. В рамках данной парадигмы особое значение приобретает концепция постиндустриального инклюзивного роста, предполагающая не только повышение эффективности экономики, но и расширение участия различных социальных и возрастных групп в процессах создания добавленной стоимости.

Для Казахстана актуальность исследования креативных индустрий обусловлена как объективными трансформациями глобальной экономики, так и стратегическими приоритетами национального развития. В своих ежегодных Посланиях Президент Республики Казахстан неоднократно подчёркивал значение креативной экономики и инновационной трансформации как ключевых источников устойчивого и инклюзивного экономического роста. Так, в Послании народу Казахстана «Экономический курс Справедливого Казахстана» Глава государства К.-Ж. Токаев отметил, что «в современном мире именно “креативное производство”, основанное на творческом потенциале и интеллектуальном капитале граждан, служит источником развития по-настоящему инклюзивной экономики» [1].

Актуальность развития креативных индустрий для Казахстана также определяется необходимостью преодоления сырьевой зависимости, укрепления национальной инновационной системы и формирования новых точек экономического роста в условиях усиливающейся глобальной технологической и культурной конкуренции. В этой связи креативные индустрии могут рассматриваться как элемент экономики, стимулирующий инновационную активность и комплементарно дополняющий национальную инновационную систему (НИС), формируя новые рынки и продукты.

Вместе с тем, несмотря на наличие стратегических и программных документов, креативные индустрии в Казахстане по-прежнему характеризуются фрагментарностью развития, неравномерной региональной локализацией и ограниченной степенью интеграции в НИС, что снижает их инновационный и инклюзивный потенциал и обуславливает необходимость комплексного научного анализа условий их функционирования.

Особую актуальность приобретает исследование процессов кластеризации креативных индустрий как механизма концентрации креативного и инновационного потенциала, усиления сетевых взаимодействий и повышения эффективности использования региональных ресурсов. В казахстанских условиях становление креативных кластеров происходит под влиянием совокупности этно-исторических, культурно-символических и инновационно-технологических факторов, что требует междисциплинарного и поэлементного анализа в региональном

разрезе.

Дополнительным измерением актуальности исследования является проблема инклюзивности постиндустриального роста, в частности расширение доступа различных возрастных групп к экономической активности в сфере креативных индустрий. Гибкие формы занятости, цифровые платформы и проектный характер деятельности, характерные для креативного сектора, создают предпосылки для вовлечения групп населения, находящихся вне традиционного ядра рынка труда. Однако потенциал возрастной инклюзии в развитии и кластеризации креативных индустрий Казахстана до настоящего времени остаётся недостаточно исследованным и институционально оформленным.

Таким образом, актуальность выбранной темы определяется совокупностью глобальных постиндустриальных трендов, стратегических приоритетов социально-экономического развития Казахстана, а также наличием существенных теоретико-методологических и прикладных пробелов в изучении креативных индустрий как комплементарного фактора национальной инновационной системы. Комплексное исследование механизмов их развития и кластеризации в контексте постиндустриального инклюзивного роста обладает значительным научным и практическим потенциалом и отвечает современным задачам экономической науки и государственной политики.

Степень научной разработанности темы исследования. Предшествующие научные исследования по предметной области настоящей диссертации условно можно разделить на несколько взаимосвязанных блоков, отражающих эволюцию научных представлений о креативной экономике, креативных индустриях, национальных инновационных системах, кластерных механизмах развития и инклюзивном экономическом росте.

К первому блоку относятся фундаментальные исследования, посвящённые теоретико-методологическим основам постиндустриального развития, инновационной динамики и роли нематериальных факторов экономического роста. В своих трудах Й.Шумпетер, П.Друкер, Н.Кондратьев, Г.Беккер заложили основы анализа инноваций, предпринимательства, человеческого и интеллектуального капитала как ключевых источников экономического развития. Данные работы сформировали методологическую базу для последующего осмысления креативности как экономического ресурса в условиях постиндустриальной трансформации.

Второй блок исследований связан с формированием и развитием концепции креативной экономики и креативных индустрий. Существенный вклад в развитие данного направления внесли Дж. Хокинс, впервые систематизировавший креативную экономику как самостоятельный сектор, Р.Флорида, обосновавший роль креативного класса в региональном развитии, а также Ч.Лэндри, исследовавший креативные города и территориальные аспекты развития креативных индустрий. В рамках данного блока креативность рассматривается как фактор конкурентоспособности и территориального роста, однако её системная интеграция в национальные инновационные системы остаётся раскрытой неполно.

Третий блок научных исследований посвящён теории и практике

формирования национальных инновационных систем. Классические работы Б.-О. Лундвалл, Р. Нельсон, К. Фримен заложили основы системного анализа инновационного развития и институциональных взаимодействий государства, бизнеса и науки. Вместе с тем креативные индустрии в рамках данных моделей, как правило, не выделяются в качестве самостоятельного комплементарного элемента НИС, что формирует теоретико-методологический разрыв, восполняемый в настоящем исследовании.

Четвёртый блок включает исследования, посвящённые кластерному подходу и пространственной организации инновационного развития. В своих трудах М.Портер обосновал роль кластеров в повышении конкурентоспособности и концентрации инновационного потенциала. Дальнейшее развитие эти идеи получили в исследованиях креативных и культурных кластеров, преимущественно на примере развитых стран и крупных городских агломераций. Однако влияние этно-исторических, культурно-символических и институциональных факторов на формирование креативных кластеров в странах с формирующимися инновационными системами остаётся недостаточно изученным.

Пятый блок научных работ связан с концепцией инклюзивного экономического роста и расширения социально-экономического участия населения. В своих исследованиях А. Сен и Дж. Стиглиц рассматривали инклюзивность как ключевое условие устойчивого развития. Вместе с тем связь инклюзивного роста с развитием и кластеризацией креативных индустрий в рамках национальных инновационных систем до настоящего времени остаётся недостаточно концептуализированной.

В отечественной научной и аналитической литературе проблематика креативной экономики и креативных индустрий в Казахстане начала формироваться сравнительно недавно. К числу исследований, непосредственно посвящённых креативной экономике и креативным индустриям, относятся работы А.Ж. Жусуповой, Г.Б. Утибаевой, М.М. Идрисова, А.К. Исатаевой, Ж.С. Хусаиновой, М.К. Асановой, в которых рассматриваются вопросы экономической сущности креативных индустрий, их институционального оформления, занятости и вклада в социально-экономическое и региональное развитие.

Отдельное направление отечественных исследований связано с анализом региональных и городских аспектов развития креативных индустрий, формированием креативных пространств и элементов кластеризации. В работах С.И. Омирбаева, Р.М. Жунусовой, Д. Нурхалиевой креативные индустрии рассматриваются как фактор развития городской экономики, предпринимательства и новых форм занятости, при этом подчёркивается роль культурно-символических и территориальных особенностей.

Вместе с тем анализ отечественных публикаций показывает, что при наличии работ, непосредственно посвящённых креативной экономике и креативным индустриям, исследования, рассматривающие данный сектор в системной взаимосвязи с национальной инновационной системой, кластерными механизмами развития и инклюзивными аспектами постиндустриального роста, остаются ограниченными. Недостаточно разработанными остаются вопросы комплементарности

креативных индустрий по отношению к другим элементам НИС, а также их роли в расширении социально-экономического участия различных возрастных групп населения.

Таким образом, несмотря на наличие значительного массива зарубежных и отечественных научных публикаций по отдельным аспектам креативной экономики, инновационных систем, кластерного развития и инклюзивного роста, комплексное исследование креативных индустрий Казахстана как комплементарного фактора национальной инновационной системы в условиях постиндустриального инклюзивного роста до настоящего времени не получило достаточной научной разработки, что и предопределяет выбор темы, её научную новизну и практическую значимость.

Целью диссертационного исследования является разработка теоретико-методологических положений и практических механизмов развития и поддержки креативных индустрий Казахстана как комплементарного фактора национальной инновационной системы, направленных на повышение их роли в обеспечении постиндустриального инклюзивного экономического роста.

Задачи исследования. Реализация поставленной цели обусловила необходимость постановки следующих **задач**, логическая последовательность решения которых отражает основные этапы предпринятого исследования. Итак, к основным задачам относятся:

- проведение гносеологического анализа креативной экономики с уточнением генезиса концепций и категориального каркаса;
- конкретизация сущностных характеристик и критериев типологизации креативных индустрий в современной экономике;
- обоснование роли креативных индустрий в национальной инновационной системе (НИС) с вявлением закономерностей их комплементарности и конвергенции в условиях постиндустриального инклюзивного экономического роста;
- исследование кластерного подхода как механизма развития креативных индустрий в НИС;
- обобщение мирового опыта функционирования креативных индустрий в условиях постиндустриального инклюзивного развития;
- систематизация институционального обеспечения функционирования креативной экономики в Казахстане;
- структурно-динамический анализ профилей и векторов развития креативных индустрий в Казахстане;
- исследование прцессов становления кластеров креативных индустрий в региональном разрезе с определением роли этно-исторических, культурно-символических и инновационно-технологических факторов в их формировании и развитии;
- исследование потенциала развития креативных индустрий в контексте возможностей возрастной инклюзии экономической активности в Казахстане;
- разработка институционального механизма инклюзии креативного сектора в Казахстане в контур национальной инновационной системы;
- обоснование и модернизация финансово-экономического механизма

поддержки креативных индустрий в Казахстане, включая инструменты стимулирования кластерных форм организации;

- разработка интеграционной модели развития креативных индустрий и их кластеризации в Казахстане в контуре национальной инновационной системы на основе возрастной инклюзии с определением механизмов реализации и инструментов обеспечения эффективности.

Объект исследования – креативные индустрии Казахстана как сектор национальной экономики, функционирующий в условиях постиндустриального инклюзивного экономического роста и взаимодействующий с элементами национальной инновационной системы.

Предмет исследования – экономические, институциональные и кластерные отношения, а также механизмы развития креативных индустрий Казахстана, определяющие их комплементарность и конвергенцию с национальной инновационной системой и вклад в постиндустриальный инклюзивный экономический рост.

Научная новизна диссертационного исследования. К наиболее **существенным результатам**, содержащим **научную новизну**, относятся следующие:

1) Развиты теоретико-методологические положения креативной экономики, уточнён её категориальный каркас и обоснована гносеологическая интерпретация креативных индустрий как фактора постиндустриального инклюзивного развития и предпосылки их комплементарного взаимодействия с НИС.

2) Конкретизированы сущностные характеристики креативных индустрий, сформулировано их авторское определение и систематизирована типология, учитывающая различия в механизмах создания стоимости, структуре креативного капитала и институциональных условиях их функционирования.

3) Доказано, что креативные индустрии как комплементарный элемент национальной инновационной системы, реализуя конвергентные механизмы взаимодействия её элементов, формируют многомерные инклюзивные эффекты постиндустриального экономического роста, при этом наблюдается устойчивая зависимость: повышение степени креативности производства обусловливает усиление его инклюзивности.

4) Обоснован кластерный подход к развитию креативных индустрий в НИС как механизм их пространственной интеграции, на основе которого разработан двухуровневый подход к типологизации креативных кластеров, включающий структурно-функциональную типологию, отражающую отраслевую структуру и пространственно-функциональную типологию кластеров, характеризующую формы их территориальной организации. На основе анализа мировой практики выделены устойчивые модели развития креативных индустрий, различающиеся по роли государства, институциональным механизмам и степени интеграции в НИС.

5) Систематизировано институциональное обеспечение креативной экономики в Республике Казахстан с выделением этапов его формирования, что позволило выявить институциональные ограничения, «ямы» и «ловушки», обусловленные фрагментарностью регулирования, селективностью классификационных

инструментов и несогласованностью субъектов и механизмов поддержки; разработана авторская типология институциональных провалов и обоснованы направления их преодоления, включая расширение Перечня видов деятельности, относящихся к креативным индустриям, а также совершенствование критериев идентификации субъектов креативной деятельности с учётом гибких и цифровых форм занятости.

6) Проведён структурно-динамический анализ креативных индустрий Республики Казахстан, позволивший выявить их структурные профили, векторы развития и системные диспропорции; выявлены пространственно-функциональные типы формирующихся креативных кластеров в Казахстане и сформирована векторная модель их позиционирования с учётом этно-исторических, культурно-символических и инновационно-технологических факторов.

7) Обоснована и эмпирически подтверждена на основе структурного эконометрического моделирования роль возрастной инклюзии как системного фактора развития креативных индустрий в Казахстане, обеспечивающего реализацию человеческого потенциала различных возрастных групп и опосредующего влияние институциональных условий на экономические результаты.

8) Разработана интегрированная система механизмов развития и поддержки креативных индустрий Казахстана в контуре НИС, включающая институциональный и финансово-экономический механизмы, а также модель их развития и кластеризации, основанную на концепции жизненного цикла креативного капитала и механизмах возрастной инклюзии, обеспечивающую формирование условий для постиндустриального инклюзивного роста.

Основные положения диссертационного исследования, выносимые на защиту. В результате проведенного исследования на защиту выносятся следующие положения, разработанные автором:

1) Положение о креативных индустриях как факторе постиндустриального инклюзивного развития, согласно которому креативные индустрии представляют собой сегмент экономики, основанный на создании и использовании нематериальных форм стоимости, знаний и креативного капитала. Их гносеологическое осмысление позволяет раскрыть эволюцию научных подходов к креативной экономике, уточнить категориальный каркас и обосновать предпосылки включения креативных индустрий в контур национальной инновационной системы.

2) Положение о сущностной природе и типологической дифференциации креативных индустрий, согласно которому предложено авторское определение креативных индустрий как совокупности видов экономической деятельности, основанных на интеграции человеческого, креативного и символического капитала, обеспечивающих создание и коммерциализацию продуктов с преобладающей нематериальной добавленной стоимостью. В отличие от существующих подходов, креативные индустрии рассматриваются как гибридный сегмент экономики со структурной неоднородностью, для которого разработана авторская типология (культурно-исторические, художественно-исполнительские, медиа- и контентные, технологические виды), отражающая различия в механизмах воспроизвлжства креативного продукта.

3) Положение о комплементарности и конвергенции креативных индустрий в НИС в рамках разработанной авторской модели, учитывающей, что характеристики креативных индустрий (цифровизация, платформенность, персонализация, нематериальная природа стоимости, сетевой характер взаимодействия и др.), реализуясь в среде НИС, трансформируются в конвергентные процессы, формирующие дифференцированные инклюзивные эффекты. При этом по мере роста степени креативности производства усиливаются тенденции его инклюзивности, что позволяет рассматривать креативные индустрии как фактор расширения участия различных субъектов и социальных групп в экономической деятельности.

4) Положение о кластеризации креативных индустрий как механизме их развития в национальной инновационной системе, основанное на их авторской двухуровневой типологизации (структурно-функциональной и пространственно-функциональной), демонстрирующей сопряжение отраслевой структуры креативных индустрий и форм их территориальной организации, которое позволяет рассматривать креативные кластеры как пространственно-институциональные экосистемы генерации, трансфера и коммерциализации креативного продукта, при этом сравнительный анализ мирового опыта показывает, что результативность креативных экосмстем определяется степенью согласованности институциональных, культурных и инновационных механизмов их функционирования.

5) Положение о фрагментарности институционального обеспечения креативной экономики Республики Казахстан и его системной ограниченности, связанной с воспроизводством институциональных разрывов, отраслевой разобщённостью, несогласованностью мер государственной поддержки и неполнотой охвата субъектов креативной деятельности, что обуславливает необходимость перехода к целостному институциональному дизайну сектора.

6) Положение о качественной неоднородности креативного сектора Казахстана, его экстенсивно-догоняющем и асимметричном развитии, формировании двухконтурной структуры (узкий высокопроизводительный цифровой сегмент и широкий низкопроизводительный традиционный сектор), высокой региональной концентрации, фрагментации предпринимательской активности и инвестиционного обеспечения, получившее эмпирическую верификацию на основе формализованной оценке структурных дисбалансов с использованием системы интегральных индикаторов, дополненной корреляционно-регрессионным анализом (по данным 2017–2024 гг.).

7) Положение о пространственно дифференцированном характере формирования креативных кластеров в Казахстане, обусловленного взаимодействием этно-исторических, культурно-символических и инновационно-технологических факторов, проявляющегося в сосуществовании докластерных, переходных и высокоинституционализированных форм и сопровождающегося несоответствием между высоким культурным потенциалом регионов и уровнем его институциональной и технологической реализации, что приводит к концентрации развитых кластеров в мегаполисах и сохранению нереализованного потенциала в

регионах.

8) Положение о возрастной инклюзии как о системном факторе развития креативных индустрий заключается в том, что вовлечение различных возрастных групп в креативный сектор обеспечивает расширение базы человеческого капитала, а её влияние на экономические результаты носит опосредованный характер и реализуется через механизмы формирования и использования человеческого потенциала, что подтверждено результатами структурного эконометрического моделирования, выявившего значимость возрастной структуры и межпоколенческого взаимодействия

9) Положение об интегрированной системе механизмов развития и поддержки креативных индустрий, согласно которому развитие креативного сектора в Республике Казахстан требует формирования системы институциональных и финансово-экономических механизмов, основанных на модели жизненного цикла креативного капитала и механизмах возрастной инклюзии, обеспечивающей согласование факторов развития в контуре НИС и формирование условий для постиндустриального инклюзивного роста.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в развитии и уточнении научных представлений о креативной экономике и креативных индустриях как комплементарном факторе национальной инновационной системы в условиях постиндустриального инклюзивного развития. В работе углублён гносеологический анализ креативной экономики, уточнён её категориальный каркас и расширены теоретико-методологические подходы к анализу взаимодействия креативных индустрий с элементами национальной инновационной системы. Полученные результаты вносят вклад в развитие теории инновационного развития, кластерной теории и концепции инклюзивного экономического роста, а также формируют основу для дальнейших междисциплинарных исследований креативного сектора.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения его результатов в деятельности органов государственного управления, институтов развития и местных исполнительных органов при формировании и реализации политики развития креативных индустрий и их кластеризации в Республике Казахстан. Предложенные институциональные и финансово-экономические механизмы, а также интеграционная модель могут быть использованы при актуализации стратегических и программных документов, направленных на развитие национальной инновационной системы и обеспечение инклюзивного экономического роста.

Результаты исследования применимы при разработке региональных программ поддержки креативных индустрий, формировании креативных кластеров и расширении участия различных возрастных групп в экономической активности. Материалы диссертации могут использоваться в образовательном процессе и системе повышения квалификации специалистов, вовлечённых в развитие креативного сектора.

Теоретико-методологической и информационной основой диссертационного исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых-

экономистов; законодательные и иные нормативные правовые акты РК; материалы периодической экономической печати; статистические и аналитические данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК; аналитические материалы и экспертные оценки специалистов; информационные ресурсы сети Интернет по исследуемой проблеме.

В теоретической части применялись методы позитивного, нормативного, сравнительного и системного анализа, синтеза, обобщения и абстракции, а также методы классификации, типологизации и стратегического анализа (SWOT). Библиометрический анализ с использованием VOSviewer позволил выявить структуру научного поля, тематические кластеры и динамику исследований. В эмпирической части использовался комплекс экономико-математических, статистических и социологических методов: табличные и графические методы, анализ абсолютных, относительных и средних величин, анализ рядов динамики, структурно-долевой и структурно-динамический анализ, сравнительный, корреляционный и кластерный анализ, анализ взаимосвязей и индексный метод. Социологический инструментарий включал анкетный и экспертный опрос, элементы качественного анализа. Для анализа данных применён метод частичных наименьших квадратов для моделирования структурными уравнениями (PLS-SEM).

Публикации результатов исследования. По теме диссертационной работы автором опубликовано 11 статей, в том числе одна статья в международном научном издании, входящем в базу данных «Scopus» (в журнале «Sustainability (Switzerland)» - Q1, 88 процентиль), 3 статьи в журналах, входящих в перечень рекомендованных КОКСНВО МНВО РК, 2 статьи в рецензируемых зарубежных журналах, 5 статей в материалах зарубежных и отечественных международных научно-практических конференций.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования были апробированы в открытой печати, докладывались на международных и республиканских научно-практических конференциях.

Структура диссертации состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Диссертация содержит 48 таблиц, 48 рисунков, 6 приложений и список использованных источников, включающий 201 наименование.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ И КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В КОНТЕКСТЕ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ИНКЛЮЗИВНОГО РАЗВИТИЯ

1.1 Гносеологический анализ креативной экономики: генезис концепций и категориальный каркас

В современной инновационной динамике развития с доминированием экономики знаний расширяется и область креативной экономики, интегрирующей в себе элементы индустриальной и постиндустриальной логики развития. При этом по мере трансформации постиндустриальной экономики в креативную, доминирующими детерминантами ее роста становятся: творчески-созидательная ценность – как источник появления атомизированных, индивидуализированных производств, учитывающих персонализированную специфику каждого актора; а также растущая инклюзивность – как возможность реализации потенциала всех социальных групп. Многовекторное приращение креативных индустрий в мировой и отечественной практике актуализирует вопросы исследования их источников, детерминат и акторов. В данном подразделе будут исследованы вопросы природы креативной экономики и ареала ее категориальной структуры на основе обзора существующих исследований в данной предметной области с выделением доминирующих трендов и рэперных ориентиров.

Системный анализ креативной экономики, её элементов, индикаторов и результатов сформировался в последней четверти XX века, хотя предпосылки соответствующих знаний накапливались задолго до широкого практического развития креативных индустрий. Изначально анализ креативности был выделен в работах о приоритетном развитии человеческого капитала и его роли в формировании инновационных знаний и технологий. В частности, Р. Солоу обосновано доминирующее значение технологий в экономической динамике [2]. В работах Э. Уллмана акцентируется роль человеческого капитала в региональном развитии [3]. Значение городов и регионов в области передачи и распространения знаний подчеркивает Дж. Джейкобс [4]. Изучая роль креативности в экономическом развитии регионов, А. Андерссон [5] отмечает важность знаний, культуры, коммуникаций и креативности. В более поздних исследованиях Р. Барро и Э. Глейзер подтверждают связь между человеческим капиталом и экономическим ростом на национальном уровне [6]. Наиболее структурированно о концентрации креативного класса на региональном уровне писал Ш. Мелландер и Р. Флорида с использованием факторов «3Т - экономического развития»: технология, талант и толерантность [7].

В целом существующее многообразие признаков креативности вызывает постоянные дискуссии в научном сообществе. В экономическом дискурсе креативность предстает и как потенциальный генератор инноваций [8], и как основа формирования ценностей путем иррационального принятия решений [9]. В комплексном экономическом подходе креативная экономика по Р. Флориду

включает три сферы: инновации (техническая креативность), бизнес (экономическая креативность) и культуру (художественная и культурная креативность), являющиеся единым целым [10]. Такая градация позволяет структурировать креативные индустрии. Наиболее значимой является британская классификация, основанная на принципе, что креативные индустрии имеют свой «источник в индивидуальной креативности, умении и таланте и обладают потенциалом создания рабочих мест и благосостояния посредством производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [11].

В целом теории креативной экономики опираются на категориальный аппарат, включающий понятия «культурные индустрии» [12-14], «креативные индустрии» [15-19], «креативный класс» [20-22], «креативный город» [23-25], «креативный кластер» [26-28], «креативный труд» [29-31]. Это позволяет выделить социально-экономическое пространство креативной экономики, проследить ее синергетические эффекты, специфику и адаптивность креативных кластеров в различной экономической среде [32-34].

Синергичность эффектов креативной экономики обеспечивает дополнительный прирост ВВП, усиливает постиндустриальную динамику и ее инклюзивность. В докладе Всемирного экономического форума «Доклад об инклюзивном росте и развитии-2017» отмечается, что «во всем мире нет большей проблемы, чем расширение участия общества в процессе и выгодах экономического роста» [35]. Именно сквозь призму инклюзивности всё чаще исследуется многовекторное развитие креативной экономики в мировом хозяйстве [36-39].

Анализ литературы по креативной экономике выявил существенное расширение исследований, что обусловливает необходимость их системного библиометрического анализа. Такой подход позволяет структурировать предметную область, визуализировать её концептуальную архитектуру и выявить ключевые научные тренды. В этой связи исследование направлено на раскрытие сущности креативной экономики и её категориальной структуры на основе анализа существующих работ с выделением доминирующих направлений, включая динамику научного интереса, генезис концепта, структуру тематических кластеров и перспективы дальнейших исследований. Методология основана на библиометрическом анализе публикаций базы Web of Science с использованием инструмента VOSviewer и включает отбор публикаций, анализ их динамики, построение научной карты по ключевым словам и выявление актуальных трендов.

По результатам поискового запроса «креативная экономика» («creative economy») в базе Web of Science выявлено 4773 публикации за период 1990–2022 гг. Рост числа работ за последние пять лет отражает усиление научного интереса к данной проблематике, при этом наиболее выраженная положительная динамика наблюдается в последние годы (рисунок 1). Тренд носит экспоненциальный характер; коэффициент детерминации (R^2), характеризующий достоверность аппроксимации, составляет 0,975.

Аналогичная восходящая динамика фиксируется и по показателю цитируемости (рисунок 2). В настоящее время среднее число цитирований на одну публикацию составляет 12,3, при этом наибольшей цитируемостью

характеризуются более ранние исследования.

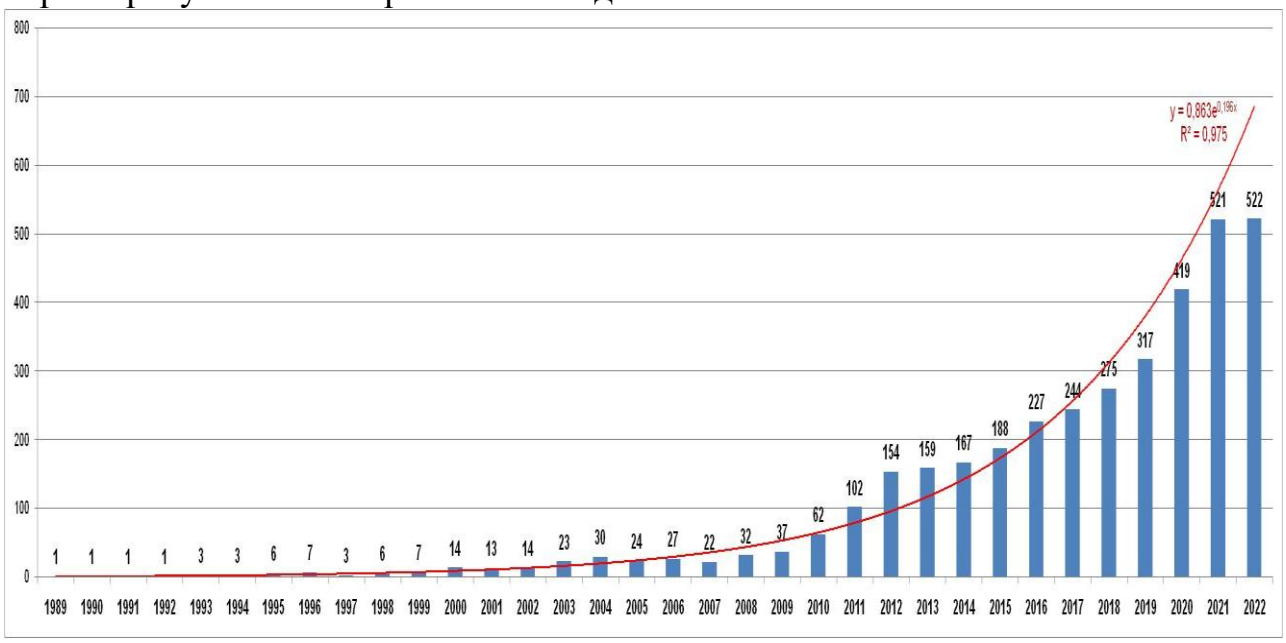


Рисунок 1 – Динамика публикационной активности в области исследований креативной экономики по данным базы Web of Science за 1992-2022 гг.

Примечание - База данных Web of Science

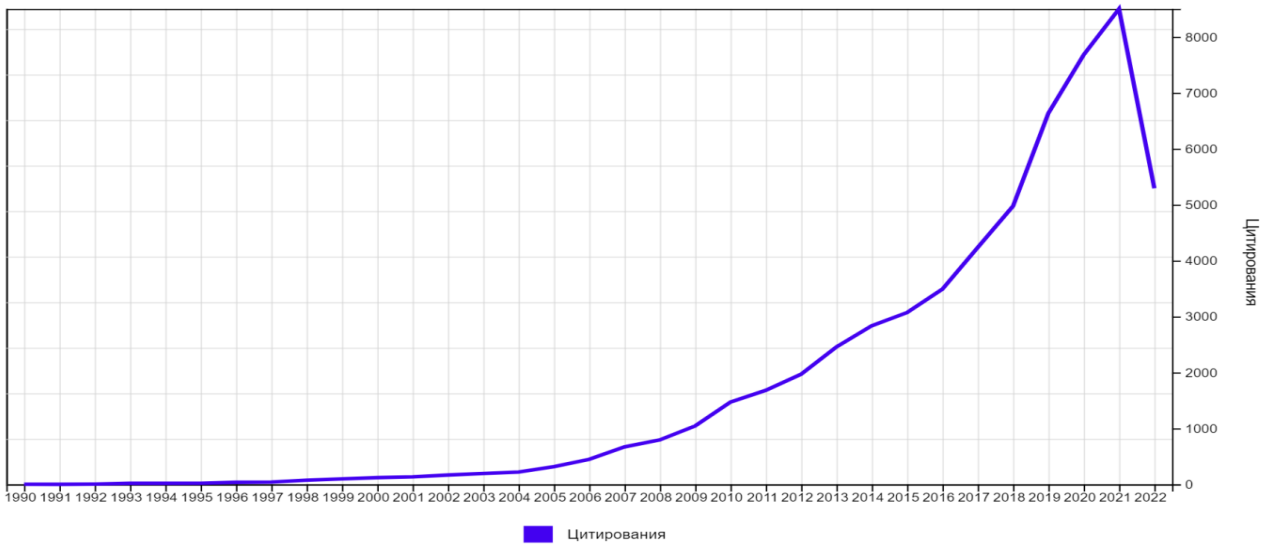


Рисунок 2 – Динамика цитируемости публикаций по креативной экономике по данным базы Web of Science за 1992-2022 гг.

Примечание - База данных Web of Science

Результаты анализа демонстрируют междисциплинарный характер исследований креативной экономики, что отражается в их распределении по различным категориям базы Web of Science (рисунок 3). Наибольшая доля публикаций – в категориях «Экономика» (16%), «Менеджмент» (13%) и «Бизнес» (11%).



Рисунок 3 – Распределение исследований по креативной экономике по категориям Web of Science

Примечание -База данных Web of Science

Географическое распределение публикаций в базе Web of Science по креативной экономике свидетельствует о концентрации научного интереса в развитых странах – прежде всего в США и Европе (рисунок 4), при одновременном усилении активности в развивающихся странах в последние годы (рисунок 5).



Рисунок 4 – Географический охват исследований по креативной экономике

Примечание - База данных Web of Science

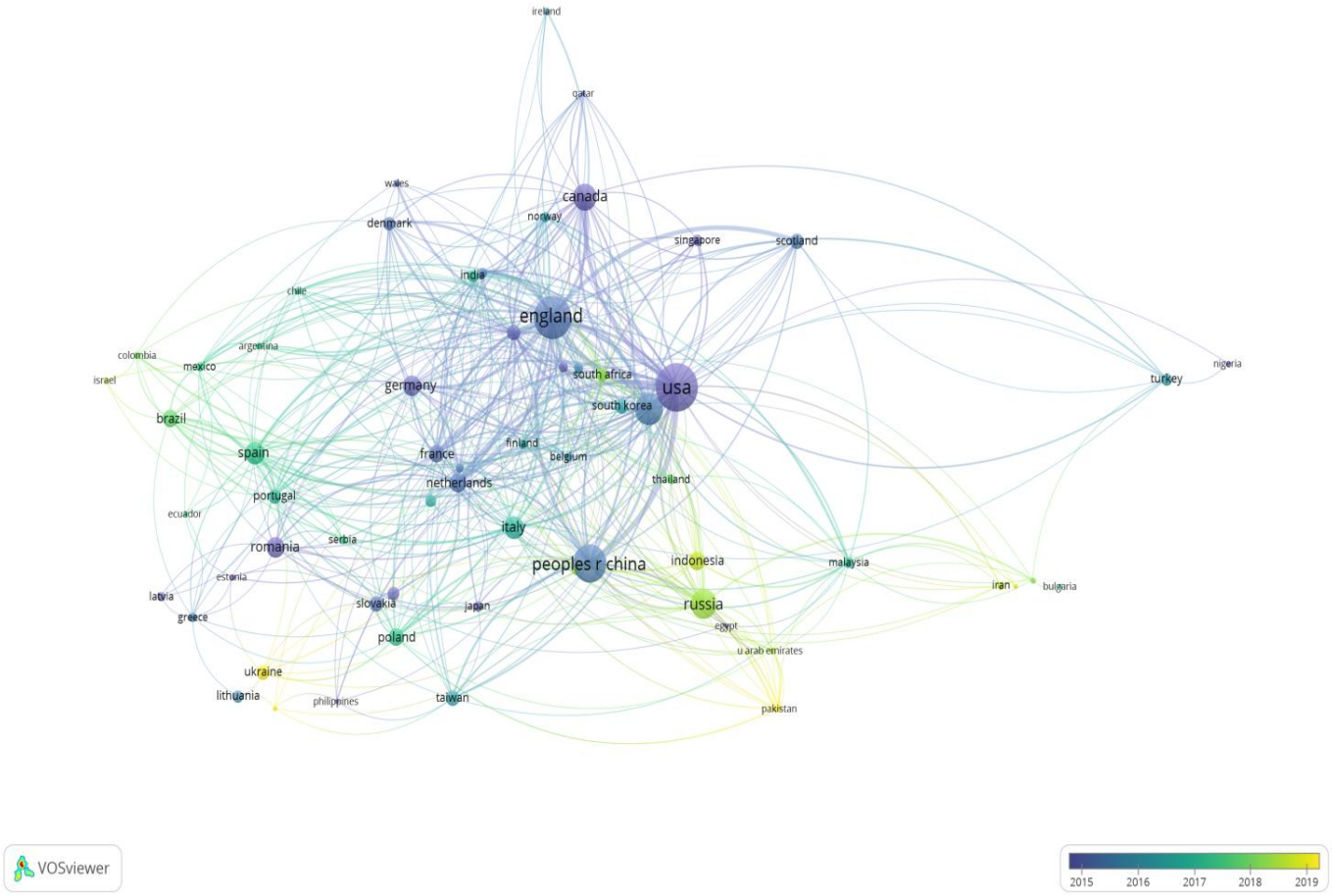


Рисунок 5 – Географический охват исследований по креативной экономике в базе Web of Science с учетом фактора времени

Примечание – Составлено автором на основе данных базы Web of Science с использованием VOSviewer

Значимым этапом исследования стало построение научной карты тематических кластеров на основе ключевых слов публикаций по креативной экономике с выявлением связей между терминами и их генезиса. Терминологическое картирование выполнено с использованием инструмента VOSviewer методом co-occurrence (author keywords): проанализировано 11129 ключевых слов в 4773 публикациях базы Web of Science. На основе частотного анализа сформирован тезаурус, включающий термины с частотой не менее 20 упоминаний, с объединением близких понятий и устранением опечаток. В результате выделено 38 ключевых слов (таблица 1), сгруппированных в 5 тематических кластеров по смысловой близости и интенсивности совместного использования (рисунок 6).

В представленной наукометрической кластерной карте исследований по креативной экономике (рисунок 6) тематические кластеры представлены различными цветами, при этом размер метки каждого ключевого слова (размеры узлов и шрифта) отражает силу и частоту его связи с другими ключевыми словами («total link strength»), а линий между понятиями – отношения между ними и их совместное использование («link strength») [40-41].

Таблица 1 – Сформированный тезаурус наиболее распространённых ключевых слов в исследованиях креативной экономики

№ п/п	Ключевое слово	Количество публикации	Количество связей	*№ п/п*	Ключевое слово	Количество публикации	Количество связей
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Creative economy (Креативная экономика)	383	397	*20*	Creative labour (Креативный труд)	32	49
2	Creative Industries (Креативные индустрии)	347	385	*21*	Regional development (Региональное развитие)	41	48
3	Innovation (Инновации)	265	313	*22*	Creative destruction (Креативное разрушение)	53	39
4	Creativity (Творчество)	248	303	*23*	Urban development (Городское развитие)	27	39
5	Entrepreneurship (Предпринимательство)	124	150	*24*	Employment (Занятость)	29	38
6	Creative Class (Креативный Класс)	100	129	*25*	Globalization (Глобализация)	39	37
7	Cultural Policy (Культурная Политика)	72	121	*26*	Creative clusters (Креативные кластеры)	26	35
8	Cultural industries (Творческие индустрии)	73	115	*27*	Competitiveness (Конкурентоспособность)	27	33
9	Education (Образование)	77	107	*28*	Social media (Социальные медиа)	32	30
10	Creative city (Креативный город)	75	93	*29*	Creative work (Креативная работа)	29	29
11	Sustainability (Устойчивость)	77	87	*30*	Gender (Гендер)	27	28
12	Human capital (Человеческий капитал)	58	79	*31*	Digital economy (Цифровая экономика)	33	27
13	Cultural economy (Культурная экономика)	50	70	*32*	Collaboration (Коллаборация)	24	26
14	Technology (Технологии)	37	68	*33*	Social innovation (Социальные инвестиции)	21	23
15	Knowledge economy (Экономика знаний)	72	65	*34*	Circular economy (Циркулярная экономика)	44	20
16	Economic development (Экономическое развитие)	47	64	*35*	Copyright (Авторское право)	20	20
17	Economic growth (Экономический рост)	45	57	*36*	Experience economy (Экономика впечатлений)	25	19
18	Knowledge (Знания)	40	56	*37*	Sharing economy (Экономика совместного потребления)	24	16
19	Sustainable development (Устойчивое развитие)	57	51	*38*	Knowledge management (Управление знанями)	28	13

Примечание – Составлено автором на основе данных базы Web of Science с использованием VOSviewer

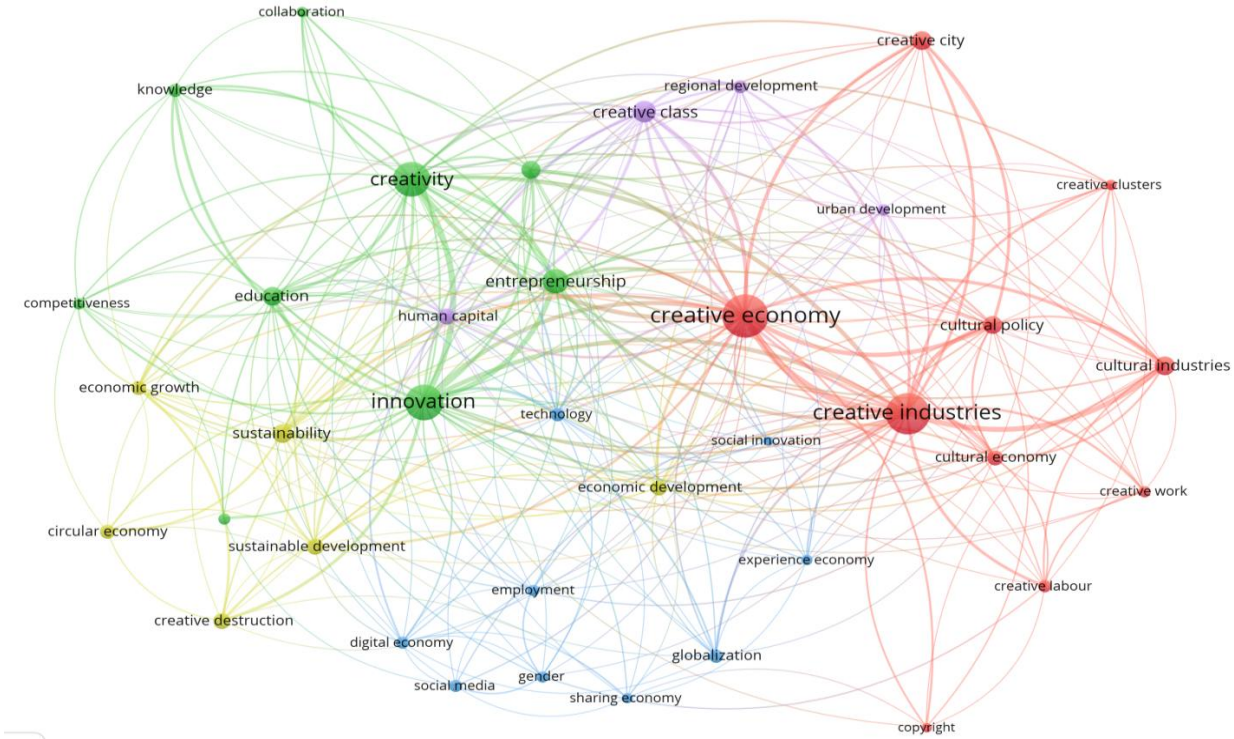


Рисунок 6 – Библиометрическая научная карта тематических кластеров существующих исследований в области креативной экономики по данным базы Web of Science

Примечание – Составлено автором на основе данных базы Web of Science с использованием VOSviewer

Содержательный анализ 38 наиболее распространенных ключевых слов в отобранных 4773 публикациях публикациях позволил выделить 5 понятийных кластера, которые мы условно обозначили: «Составляющие креативной экономики» (красный кластер), «Креативность и инновации» (зеленый кластер), «Человеческий капитал и креативный класс» (фиолетовый кластер), «Новые тренды в экономике» (синий кластер), «Развитие и рост» (желтый кластер). Важно отметить, что приведенное разделение кластеров является условным, так как кластеры и ключевые слова в них тесно взаимосвязаны.

Кластер красного цвета «Составляющие креативной экономики» охватывает многочисленные работы, в которых исследуются такие основные элементы креативной экономики, как «креативные индустрии», «творческие индустрии», «креативные кластеры», «креативный труд», «креативный город». Зеленый кластер «Креативность и инновации» связан с работыми, в которых исследуются взаимосвязи между креативностью, инновациями, предпринимательством, образованием. Фиолетовый кластер, который мы условно обозначили как «Человеческий капитал и креативный класс» включает работы, в которых ключевыми вопросами являются проблемы развития человеческих ресурсов и формирования креативного класса, в том числе в контексте регионального и городского развития. Синий кластер «Новые тренды в экономике» объединяет концепты,

связанных с вопросами взаимосвязей креативной экономики с развитием новых технологий, цифровой экономикой, экономикой впечатлений и экономикой совместного потребления. Желтый кластер «Развитие и рост» играет определенную интегративную роль, охватывая исследования, посвященные проблемам взаимосвязей между креативной экономикой и экономическим ростом, а также устойчивым развитием. Представленная кластерная карта обладает значительной плотностью, связанной с многочисленностью связей между ключевыми словами и свидетельствует о высоком уровне их совместного употребления в различных исследованиях.

Далее мы исследовали распределение ключевых слов во временных периодах по степени их разработанности в отобранных исследованиях по креативной экономики (рисунок 7). Чем ближе к фиолетовому и синему цвету, тем «старше» исследования, чем ближе к зеленому и желтому цвету, тем современнее.

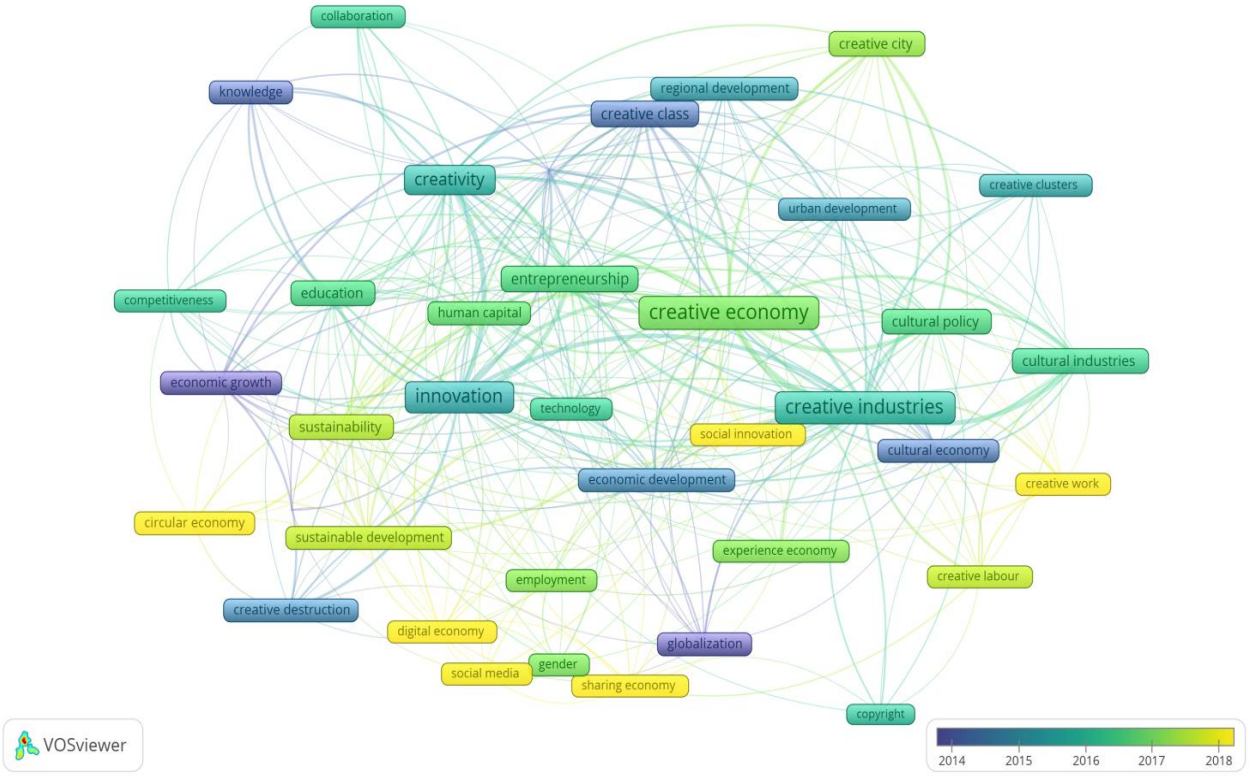


Рисунок 7 – Распределение ключевых слов во времени в исследованиях креативной экономики по данным базы Web of Science

Примечание – Составлено автором на основе данных базы Web of Science с использованием VOSviewer

Также были определены «горячие области» в исследованиях по креативной экономике, т.е. наиболее актуальные концепты со значительным количеством опубликованных статей (рисунок 8). Такие области наукометрической карты, представленные более интенсивным желтым цветом, содержат наибольшее число научных публикаций и связаны с такими понятиями, как «креативные индустрии», «инновации».

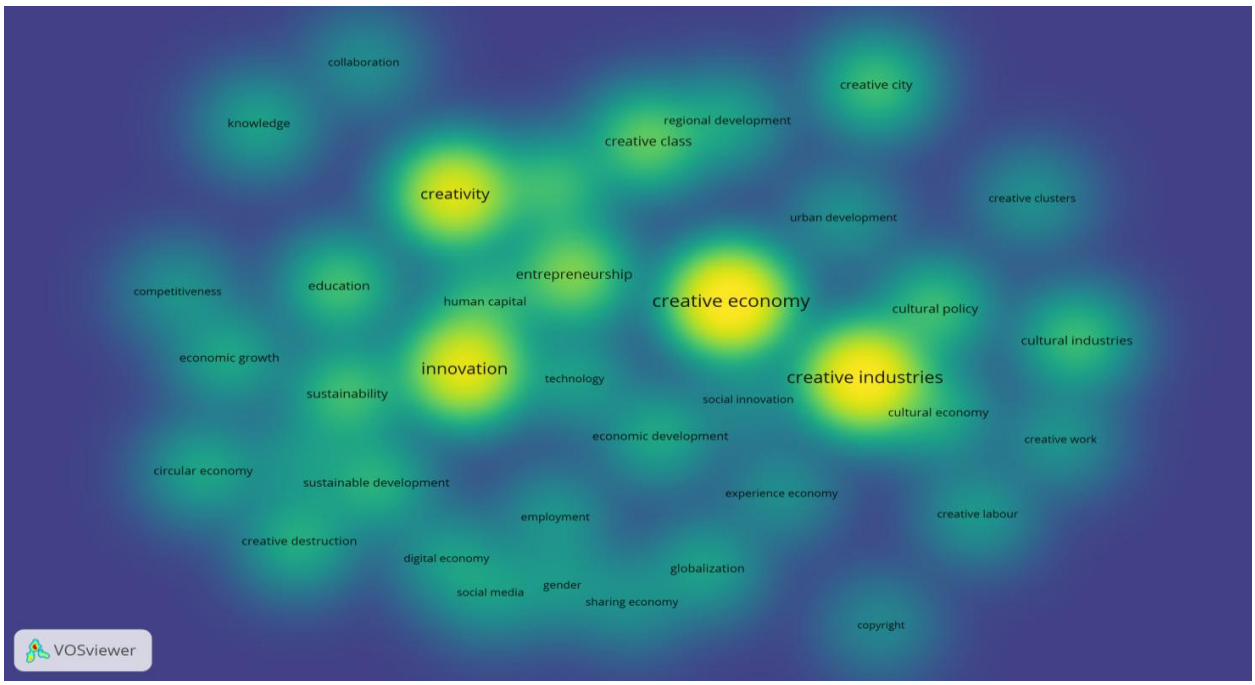


Рисунок 8 – Актуальные темы («горячие области») в существующих исследованиях по креативной экономике в базе Web of Science

Примечание – Составлено автором на основе базы данных Web of Science с помощью VOSviewer

Проведённый анализ категориальной структуры креативной экономики на основе обзора существующих исследований позволил выделить ключевые тренды и реперные ориентиры, а также систематизировать и визуализировать текущее состояние научных подходов. Полученные результаты подтверждают устойчивый рост научного интереса к проблематике креативной экономики и креативных индустрий и, тем самым, создают основу для выявления факторов, определяющих современную динамику их развития.

Установленные в ходе анализа тенденции показывают, что поступательное расширение креативного сектора обусловлено ростом инклюзивности рыночной среды и потребностью в новых формах сервиса, основанных на индивидуализированных моделях производства. Такие модели одновременно обеспечивают монетизацию уникальных идей и учитывают персонализированную специфику участников. В этом контексте креативная экономика выступает как пространство формирования ценности на стыке инноваций, творчески-созидательной персонификации и инклюзивности, способствующей развитию уникальных компетенций. При этом прослеживается закономерность: усиление креативности сопровождается ростом инклюзивности, что закрепляет за креативной экономикой свойства адаптивности, ценностной ориентированности и социальной вовлечённости [42-45].

В рамках гносеологического анализа методики измерения креативной экономики рассматриваются как отражение эволюции научных представлений о ее границах и структурных элементах. В данном контексте инструменты количественной и качественной оценки креативного сектора выступают не только

средствами статистического анализа, но и методологическими проекциями доминирующих теоретических подходов к её интерпретации. Проведённый анализ позволил выделить три ключевые методики.

Первая методика, определяемая как отраслевая, заключается в измерении основных количественных параметров на базе используемых общих группировок видов экономической деятельности, относящихся к «креативным». Данная методика предшествовала всем прочим методам оценки креативной экономики и имела ряд недостатков, к которым относятся: отсутствие четких критериев «креативности» для однозначного отнесения отдельных видов экономической деятельности к креативным индустриям; частое расхождение между официально зарегистрированными за предприятиями видами деятельности и их фактической реализацией; неполнота и ассиметрия информации об предпринимателях, самозанятых и лицах, работающих в неформальном секторе экономики. Вместе с тем, несмотря на данные ограничения, отраслевой метод оценки масштабов креативного сектора в современных условиях является самым распространенным. При этом существуют его различные страновые модификации, которые с одной стороны – основаны на международных стандартах и рекомендациях (ЮНЕСКО и др.) для обеспечения унификации и сопоставимости, но с другой стороны – включают собственные статические классификаторы, учитывающие отраслевую и региональную специфику национальной экономики.

Второй альтернативная методика измерения масштабов креативного сектора состоит в оценке занятости на основе собирательных классификация видов профессий, относящихся к креативным. Расчеты производятся на базе выборочных статистических обследований рабочей силы с применением концепции «креативного трезубца», выделяющей три категории занятых: специалисты, имеющие креативные профессии и работающие в креативных отраслях; вспомогательные работники, работающие в прочих профессиях в креативных отраслях; интегрированные специалисты, имеющие креативные профессии и работающие в других (не креативных) отраслях. Общая численность трех указанных групп занятых представляет собой агрегированную оценку масштабов занятости в креативной экономике. При этом оценка третьей группы работников (интегрированные специалисты, имеющие креативные профессии и работающие в других отраслях) позволяет оценить эффекты креативизации других индустрий.

Третья методика состоит в анализе показателей внешней торговли креативными товарами и услугами на основе их соответствующих статистических группировок и стандартов (в частности, UNCTAD). Под креативными товарами понимается достаточно обширная группа материальных продуктов как единичного (эксклюзивного), так и массового производства, изготовленных ручным трудом либо с использованием современного промышленного оборудования, имеющих эстетическую и функциональную полезность, но при этом обладающих творческим содержанием, экономической и культурной ценностью. На основе указанных критериев UNCTAD выделяются семь укрупненных групп креативных товаров, к которым относятся художественные промыслы, дизайнерские товары, изобразительное искусство, товары-носители аудиовизуального контента,

товары для исполнительских искусств, товары для новых медиа, печатная продукция [46], [47].

Проведённый гносеологический анализ креативной экономики позволяет сделать вывод о её формировании как самостоятельного междисциплинарного научного направления, основанного на синтезе теорий человеческого капитала, инновационного развития и культурно-экономических взаимодействий. Установлено, что современная креативная экономика характеризуется доминированием творчески-созидательной ценности и инклюзивности как ключевых факторов экономического роста и социализации хозяйственных процессов.

Библиометрический анализ продемонстрировал устойчивую экспоненциальную динамику роста научного интереса к данной проблематике, а также высокую степень её междисциплинарной интеграции, что подтверждается разнообразием тематических кластеров и плотностью взаимосвязей между ключевыми категориями. Сформированная научная карта позволила структурировать концептуальное пространство исследований и выделить доминирующие направления, включая креативные индустрии, инновации, человеческий капитал и кластерные подходы. Существующие подходы к измерению креативной экономики также эволюционируют от отраслевых моделей к более комплексным инструментам, учитывающим занятость и внешнеторговые показатели, что отражает усложнение природы креативного сектора и расширение форм его проявления.

Таким образом, креативная экономика представляет собой сложную многокомпонентную систему, что обуславливает необходимость её анализа через призму структурообразующих элементов – креативных индустрий. Фрагментарность существующих подходов к их трактовке и классификации актуализирует потребность в уточнении сущностных характеристик креативных индустрий, выявлении их функционально-структурных особенностей и типологизации с учетом современных трендов постиндустрильного инклюзивного развития.

1.2 Сущностные характеристики и типологизация креативных индустрий в современной экономике

В условиях постиндустриального развития креативные индустрии рассматриваются как ключевой сегмент, обеспечивающий трансформацию творческого потенциала в экономическую и социальную ценность. При этом отсутствие единого общепринятого определения обусловливает необходимость уточнения их сущностных характеристик и типологических признаков.

Многообразие трактовок отражает междисциплинарную природу феномена: креативные индустрии интерпретируются в рамках культурологического, отраслевого, экономического, инновационного и институционально-системного подходов. Каждый из них акцентирует отдельные аспекты – от культурной ценности до роли в инновациях и экономическом росте. Это обуславливает необходимость систематизации существующих подходов с выявлением их методологических ограничений и практических импликаций, что представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Основные подходы к трактовке креативных индустрий

Подход	Представители	Сущностная характеристика	Методологические ограничения	Практические импликации
Культурологический	D. Throsby [9, 13], D. Hesmondhalgh [12], N. Garnham [14]	Креативные индустрии как институционализированное продолжение культурных индустрий, интегрированных в систему культурной политики	Недостаточная проработка экономических механизмов и институциональной среды	Применим при разработке культурной политики и программ поддержки искусства
Отраслевой (административный)	DCMS [11]	Совокупность видов экономической деятельности, основанных на индивидуальном творчестве и интеллектуальной собственности	Формализованность подхода и отсутствие теоретической глубины	Используется при формировании классификаторов и статистического учёта отрасли
Экономический	J. Howkins [32], L. Kong [18]	Сектор экономики, обеспечивающий формирование добавленной стоимости, занятости и доходов за счёт креативных активов	Игнорирование институциональных факторов и механизмов регулирования	Применим при разработке мер экономической поддержки и инвестиционной политики
Инновационный	R. Florida [10], C. Mellander [7], E. Mansfield [8]	Драйвер генерации знаний, инноваций и креативного человеческого капитала как ключевого ресурса роста	Размытость границ и гиперболизация роли креативного класса	Используется при формировании политики развития человеческого капитала и инноваций
Пространственно-кластерный	R. Boix [27], H. Gong [28], S. Jurene [26]	Основа формирования креативных кластеров, агломерационных эффектов и территориальной концентрации	Недостаточная институциональная детализация механизмов кластеризации	Применим при разработке кластерных инициатив
Социально-инклюзивный	Л.А. Ельшин [39], О.Ю. Мамедов [42]	Инструмент расширения занятости и включения различных социальных групп в экономическую деятельность	Ограниченная операционализация и сложность количественной оценки эффектов	Используется при формировании политики инклюзивного роста и занятости
Институционально-системный	K. Fleischmann, R. Welters, R. Daniel [16], L. Kong [25]	Подсистема национальной инновационной системы, интегрирующая культурные, экономические и институциональные элементы	Недостаточная разработанность типологии институтов и механизмов взаимодействия	Применим при проектировании экосистем креативной экономики и НИС
Авторский	Автор	Совокупность видов экономической деятельности, основанных на креативном символическом капитале, обеспечивающих создание и коммерциализацию продуктов с нематериальной добавленной стоимостью и интеграцией в рыночные и инновационные процессы.	Требует эмпирической верификации	Может использоваться при разработке государственной политики и стратегических документов

Примечание – Составлено автором

Анализ представленных подходов свидетельствует не только об отсутствии единой дефиниции креативных индустрий, но и отражает эволюцию научного дискурса – от культурологической и отраслевой интерпретации к экономической, инновационной и институционально-системной.

В развитие данного вывода целесообразно уточнить соотношение креативных индустрий с близкой категорией культурных индустрий, что позволяет конкретизировать их содержательные границы. В научной литературе креативные индустрии часто сопоставляются с культурными индустриями, однако данные категории не являются тождественными. Культурные индустрии ориентированы преимущественно на производство и распространение культурных благ, в которых доминирует художественная и символическая ценность. Креативные индустрии, в свою очередь, охватывают более широкий спектр экономической активности, включая дизайн, цифровые медиа, программное обеспечение, архитектуру, мультимедиа, научно-исследовательскую и инновационную деятельность. Таким образом, культурные индустрии формируют историко-культурное ядро креативных индустрий, но не исчерпывают всего многообразия данного сектора.

С учётом проведённого анализа подходов и уточнения категориального разграничения представляется обоснованным выделение институционально-системного подхода как наиболее комплексного. Его преимущество заключается в возможности рассматривать креативные индустрии в контексте национальной инновационной системы и взаимосвязи её структурных элементов.

В этой связи предлагается авторская трактовка креативных индустрий как совокупности видов экономической деятельности, основанных на использовании креативного и символического капитала и направленных на создание, воспроизводство и коммерциализацию продуктов и услуг с преобладанием нематериальной добавленной стоимости, обладающих культурной, социальной и экономической значимостью и интегрированных в рыночные и инновационные процессы национальной экономики.

Предлагаемое определение логически продолжает институционально-системный подход и позволяет рассматривать креативные индустрии не только как культурный или социальный феномен, но и как сегмент современной экономики, встроенный в ее воспроизводственные и инновационные контуры.

Сущностной особенностью креативных индустрий является доминирование нематериальных факторов производства. В отличие от традиционных отраслей, ключевыми источниками создания добавленной стоимости выступают знания, креативность, культурный и символический опыт, инновационная адаптация. Именно в рамках креативных индустрий происходит трансформация индивидуального творческого замысла в масштабируемый экономический продукт, обладающий устойчивой рыночной востребованностью.

В контексте дальнейшего анализа особое значение приобретает типологизация креативных индустрий. Отсутствие единой общепринятой классификации креативных индустрий предопределило формирование в международной практике различных моделей их структурирования, сравнительный обзор наиболее распространенных из которых представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Подходы к классификации креативных индустрий

Модель	Методологический подход	Выделяемые типы креативных индустрий
Модель Великобритании (DCMS) [11]	Отраслевой подход: виды деятельности, основанные на креативности и интеллектуальной собственности	Реклама; архитектура; искусство и антиквариат; ремесла; дизайн; мода; кино и видео; музыка; исполнительские искусства; издательская деятельность; программное обеспечение; телевидение и радио; компьютерные игры
Американская модель искусств [21]	Культурно-секторальный подход: акцент на институтах искусства и культурной инфраструктуре	Реклама; архитектура; образовательные и сервисные организации в сфере искусства; дизайн; кино; музеи, зоопарки; музыка; исполнительские искусства; издательская деятельность; телевидение и радио; изобразительное искусство
Модель копирайта WIPO (Всемирная организация интеллектуальной собственности) [20]	Правовой подход: классификация по степени зависимости от авторского права	Ядро индустрий авторского права: реклама; кино и видео; музыка; исполнительские искусства; издательская деятельность; программное обеспечение; телевидение и радио; видео- и компьютерные игры. Отрасли с частичным авторским правом: архитектура; дизайн; мода
Модель ЮНЕСКО (UIS) [22]	Статистико-функциональный подход: классификация по культурным функциям и видам деятельности	Основные области: музеи, галереи, библиотеки; исполнительские искусства; изобразительное искусство и ремесла; дизайн; издательская деятельность; телевидение и радио; кино и видео; фотография; интерактивные медиа. Расширенные области: музыкальные инструменты; звуковое оборудование; архитектура; реклама; полиграфическое оборудование; программное обеспечение; аудиовизуальное оборудование
Символическая текстовая модель Д. Хезмондалша [12]	Коммуникационно-семиотический подход: производство и распространение символических текстов	Ядро: реклама; кино; музыка; издательская деятельность; телевидение и радио; компьютерные игры. Пограничные индустрии: мода; программное обеспечение; спорт
Модель ЮНКТАД (UNCTAD) [47]	Экономико-функциональный подход: классификация по типам создаваемой ценности и роли в экономике знаний	Культурно-историческое наследие: традиционные культурные выражения; ремесла. Искусства: визуальные искусства; исполнительские искусства. Медиа: издательская деятельность; аудиовизуальный сектор (кино, телевидение, радио); новые медиа. Функциональные креативные индустрии: дизайн; мода; архитектура; реклама; программное обеспечение; цифровые и креативные сервисы
Авторская классификация	Институционально-системный подход: типологизация по функциональной роли в создании и коммерциализации креативного продукта	Историко-культурные индустрии: культурное наследие; традиционные ремёсла; народные промыслы; музейная и библиотечная деятельность. Художественно-исполнительские и дизайнерские индустрии: сценические искусства; культурно-досуговая деятельность; музыка; фотография; архитектура; дизайн; мода; ювелирное дело. Аудиовизуальные и медиаиндустрии: кино и анимация; телевидение; медиаконтент. Технологические (цифровые) индустрии: информационные технологии; геймдевелопмент; интерактивные медиа; цифровые платформы
Примечание – Составлено автором по источникам [9], [11-13], [20-22], [45-47]		

Как видно из таблицы 3, классификации креативных индустрий характеризуются методологической разнородностью и фрагментарностью, обусловленными акцентом на отраслевых, правовых, культурных и экономических аспектах. Наибольшую прикладную значимость имеют модели, интегрирующие экономическую и институциональную логику, такие как DCMS и WIPO, тогда как культурологические подходы обеспечивают более глубокое теоретическое осмысление. В большинстве случаев креативные индустрии интерпретируются через культурные виды деятельности, однако наиболее комплексный подход представлен в классификации UNCTAD, охватывающей культурное наследие, искусство, медиа и функциональные креативные продукты [47].

С учётом методологической разнородности подходов к типологии креативных индустрий их сопоставление на уровне конкретных видов деятельности, представленных в международных классификациях (таблица 4), позволяет определить степень охвата, выявить структурные различия и выделить устойчивые и вариативные элементы их состава, формируя основу для разработки авторской типологии. Сопоставление показывает наличие устойчивых компонентов (музыка, кино, издательская деятельность, дизайн, реклама) и вариативных элементов (исследования и разработки, цифровые платформы, культурный туризм), отражающих расширение содержания креативных индустрий в условиях цифровизации и развития экономики знаний. При этом цветовая дифференциация строк в таблице 4 позволяет наглядно отразить их распределение в соответствии с авторской структурно-функциональной типологией, демонстрируя группировку видов креативной деятельности по функциональным типам и визуализируя их системную взаимосвязь. Это позволяет не только сопоставить различные классификационные подходы, но и интерпретировать их с позиций типологического обобщения на основе функциональных характеристик креативной деятельности, форм создания и распространения креативного продукта.

В этой связи предлагается авторская структурно-функциональная типология креативных индустрий, в рамках которой выделяются 4 их типа, различающиеся по характеру креативного продукта, формам его производства и институциональным условиям функционирования:

- историко-культурные креативные индустрии;
- художественно-исполнительские и дизайнерские креативные индустрии;
- аудиовизуальные и медиаиндустрии;
- технологические (цифровые) креативные индустрии.

При этом формирование авторской типологии опирается на действующую нормативно-правовую базу. Так, в соответствии с приказом Министра культуры и информации РК от 20.10.2025г. «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии» [51] креативные индустрии в нашей стране представлены 43 направлениями эдеятельности по ОКЭД, объединёнными в 12 укрупнённых категорий (видов). Данный перечень отражает нормативно-статистический подход к их идентификации и положен в основу предлагаемой типологии (таблица 5).

Таблица 4 – Сравнительный анализ международных классификаций креативных индустрий как основа формирования авторской типологии

Тип креативной индустрии	DCMS	Американ-ская	WIPO	Концентри-ческая	ЮНЕСКО	Символиче-ская	ЮНКТАД
Культурное наследие и объекты культуры		+		+	+		+
Дизайн и специализированные дизайнерские услуги	+	+	+	+	+		+
Музыка и звукозаписывающая индустрия	+	+	+	+	+	+	+
Радио- и телевещание	+		+	+	+	+	+
Реклама и рекламные услуги	+	+	+	+	+	+	+
Мода	+		+	+		+	+
Фотография					+		+
Полиграфия и печатная деятельность					+		+
Издательская деятельность	+	+	+	+	+	+	+
Исполнительские искусства	+	+	+	+	+		+
Кино и видеоиндустрия	+	+	+	+	+	+	+
Индивидуальная творческая деятельность	+						+
Изобразительное искусство		+		+	+		+
Рынок искусства и антиквариата	+	+					+
Ремесленничество	+				+	+	+
Архитектура	+	+	+	+	+		+
Интерактивные и цифровые медиа					+	+	+
Культурный туризм							+
Организации коллективного управления правами			+				+
Креативные исследования и разработки							+
Программное обеспечение, игры и цифровой контент	+		+	+	+	+	+

Примечания:

*Составлено автором по источникам [9], [11-13], [20-22], [45-47]

** Цветовая дифференциация строк отражает распределение видов креативной деятельности по типам в рамках разработанной автором структурно-функциональной типологии креативных индустрий: бежевый цвет – историко-культурные креативные индустрии; голубой – художественно-исполнительские и дизайнерские; зелёный – аудиовизуальные и медиаиндустрии; фиолетовый – технологические (цифровые) креативные индустрии.

Таблица 5 – Перечень видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии (согласно ОКЭД РК)

Виды	ОКЭД	Направления деятельности
Ювелирное дело	32.12.0	Производство ювелирных и аналогичных изделий
	32.13.0	Производство бижутерии и аналогичных изделий
Кино и анимация	59.11.0	Деятельность по производству кино-, видеофильмов и телевизионных программ
	59.12.0	Деятельность по завершению создания кино-, видеофильмов и телепрограмм
Библиотеки, музеи	91.02.0	Деятельность музеев
	91.01.2	Библиотечная деятельность, включая деятельность читальных залов, лекториев, демонстрационных залов
Культурно-досуговые учреждения	90.01.2	Концертная деятельность
	90.04.0	Деятельность концертных и театральных залов
	90.03.0	Художественное и литературное творчество
	93.29.3	Деятельность кукольных театров
	90.02.0	Деятельность, способствующая проведению культурно-зрелищных мероприятий
	90.01.1	Театральная деятельность
	90.01.3	Деятельность цирков
Культурное наследие	91.03.0	Деятельность исторических мест и зданий и аналогичных туристических достопримечательностей
Музыка	59.20.0	Деятельность в сфере звукозаписи и издания музыкальных произведений
	32.20.0	Производство музыкальных инструментов
Архитектура и мода	71.11.2	Деятельность в области архитектуры, за исключением объектов атомной промышленности и атомной энергетики
	74.10.0	Специализированная дизайнерская деятельность
Телевизионные программы	60.20.0	Деятельность по созданию и трансляции телевизионных программ
Фотография	74.20.0	Деятельность в области фотографии
Народные промыслы	16.29.2	Производство декоративных изделий из дерева
	16.24.0	Производство деревянной тары
	16.29.1	Производство разных деревянных изделий
	23.19.9	Производство стеклянных изделий, не включенных в другие группировки
	14.19.9	Производство прочих видов одежды и аксессуаров, не включенных в др. группировки
	32.99.3	Производство сувенирных изделий
	13.99.2	Производство валяльно-войлочных изделий
	13.95.0	Производство нетканых текстильных изделий, кроме одежды
	13.93.0	Производство ковров и ковровых изделий
	13.92.0	Производство готовых текстильных изделий, кроме одежды
	15.12.2	Производство шорно-седельных изделий
	32.40.0	Производство игр и игрушек
	14.39.0	Производство прочей вязаной и трикотажной одежды
	23.49.0	Производство прочих керамических изделий
	25.71.0	Производство ножевых изделий
	26.52.1	Производство часов всех видов
	25.50.1	Производство готовых металлических изделий или полуфабрикатов путем ковки, прессования, штамповки и профилирования
	23.70.0	Резка, обработка и отделка камня
	23.41.1	Производство хозяйственно-бытовых изделий из фарфора и фаянса
	23.41.2	Производство хозяйственно-бытовых гончарных изделий
IT и геймдевелопмент	62.01.1	Разработка программного обеспечения
	58.21.0	Издание компьютерных игр
Прочее	82.30.0	Организация конференций и торговых выставок
Примечание – Составлено по источнику [51]		

В целях аналитического обобщения и обеспечения сопоставимости данных в указанные виды экономической деятельности (таблица 5) были соотнесены с выделенными структурно-функциональными типами креативных индустрий в рамках авторской типологии, что представлено в таблице 6.

Таблица 6 – Авторская типология креативных индустрий

Структурно-функциональные типы креативных индустрий	Содержательная характеристика	Виды креатвиной деятельности	Коды направлений креативной деятельности по ОКЭД
Историко-культурные	Деятельность, ориентированная на сохранение, воспроизводство и актуализацию материального и нематериального культурного наследия, а также на трансляцию культурного капитала и поддержание территориальной идентичности	Культурное наследие	91.03.0
		Библиотеки, музеи	91.02.0; 91.01.2
		Народные промыслы	16.29.2; 16.24.0; 16.29.1; 23.19.9; 14.19.9; 32.99.3; 13.99.2; 13.95.0; 13.93.0; 13.92.0; 15.12.2; 32.40.0; 14.39.0; 23.49.0; 25.71.0; 26.52.1; 25.50.1; 23.70.0; 23.41.1; 23.41.2
Художественно-исполнительские и дизайнерские	Виды креативной деятельности, связанные с созданием оригинального художественного продукта и его публичной презентацией в формах сценического, зрелищного, литературного и дизайнерского творчества	Культурно-досуговые учреждения	90.01.2; 90.04.0; 90.03.0; 93.29.3; 90.02.0; 90.01.1; 90.01.3
		Музыка	59.20.0; 32.20.0
		Фотография	74.20.0
		Ювелирное дело	32.12.0; 32.13.0
		Архитектура и мода	71.11.2; 74.10.0
Аудиовизуальные и медиаиндустрии	Индустрии, обеспечивающие производство (создание) и распространение (публичную презентацию) тиражируемого креативного продукта (контента) через массовые и цифровые каналы коммуникации	Кино и анимация	59.11.0; 59.12.0
		Телевизионные программы	60.20.0
		Прочее	82.30.0
Технологические (цифровые)	Креативная деятельность, основанная на использовании цифровых технологий, программного обеспечения и интерактивных медиа, интегрированная в инновационные и цифровые экосистемы	IT и геймдевелопмент	62.01.1; 58.21.0
Примечание – Составлено автором			

Авторская типология креативных индустрий (таблица 6), позволяет увязать нормативно закреплённые виды креативной деятельности по ОКЭД с их функциональной ролью в креативной экономике и национальной инновационной системе. Выделение структурно-функциональных типов обеспечивает переход от формального перечня направлений к аналитическому осмыслению механизмов создания креативной ценности. В рамках авторской типологии выделяются 4

группы креативных индустрий:

1) Историко-культурные индустрии – ориентированы на сохранение и актуализацию культурного наследия, развитие традиций и ремёсел, а также деятельность институтов культуры; их развитие связано с территориальной идентичностью и локальными ресурсами.

2) Художественно-исполнительские и дизайнерские индустрии – направлены на создание и публичную презентацию оригинального творческого продукта, что обусловливает их зависимость от человеческого капитала и культурной инфраструктуры.

3) Аудиовизуальные и медиаиндустрии – объединяют творческое содержание с индустриальными и цифровыми форматами производства и распространения, функционируя в логике массовых и глобальных рынков.

4) Технологические (цифровые) креативные индустрии – базируются на программном обеспечении, интерактивных медиа и цифровых платформах, отличаясь высокой мобильностью и интеграцией в инновационные экосистемы.

При этом особое значение имеют историко-культурные индустрии, в которых культура выступает как экономический ресурс и форма нематериального капитала, одновременно являясь фактором территориального развития [52]. Значительный потенциал данных индустрий связан с использованием нематериального культурного наследия. Как показывают исследования Arcos-Pumarola J., Paquin A.G. и Sitges M.H., такие проекты менее зависимы от материальной инфраструктуры и обеспечивают мультипликативные эффекты – развитие туризма, занятости и межсекторных связей [53]. Формирование уникального потребительского опыта в рамках данных индустрий соответствует логике экономики впечатлений [54-56], усиливая их роль как драйвера регионального развития [57].

Развитие креативных индустрий не является универсальным процессом, а определяется совокупностью социальных, культурных, кадровых, материально-технических и институциональных факторов, специфичных для конкретного региона, что отражено на рисунке 9.

Факторы развития креативных индустрий включают:

1) социально-культурные условия – концентрацию человеческого капитала и воспроизводство среднего класса;

2) организационно-ресурсные – развитость инфраструктуры, ресурсную базу и деятельность НКО;

3) кадровые – наличие специалистов, обладающих профессиональными, креативными и предпринимательскими компетенциями, что требует гибких моделей подготовки [58-59];

4) культурно-символические – объекты историко-культурного наследия, формирующие идентичность и стимулирующие креативную активность [60].

В целом креативные индустрии представляют собой институционально обусловленный сегмент экономики, основанный на нематериальных факторах производства и межсекторальной интеграции [61; 62], развитие которого определяется совокупностью социально-культурных, организационно-ресурсных, кадровых и культурно-символических факторов [58-60].

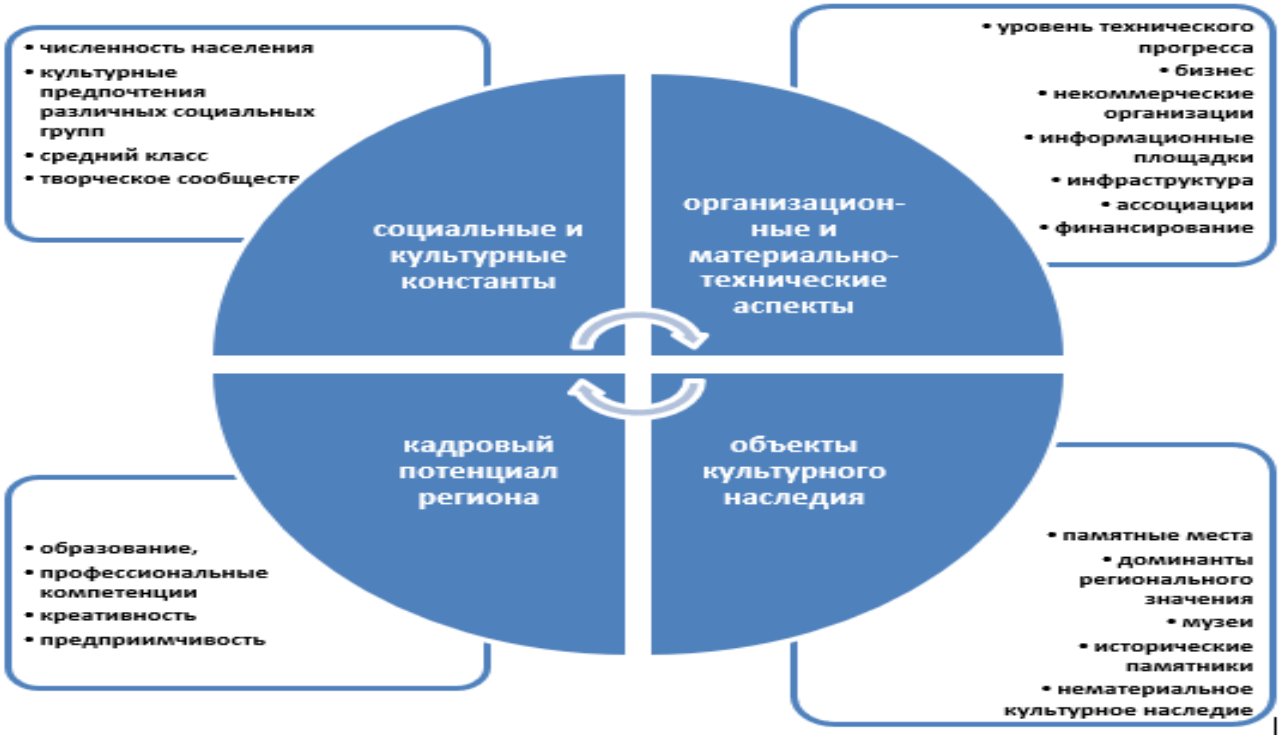


Рисунок 9 – Факторы, детерминирующие типологическую структуру и интенсивность развития креативных индустрий в регионе

Примечание – Составлено автором

Таким образом, обобщение рассмотренных подходов позволило сформировать методологическую основу анализа креативных индустрий на основе структурно-функциональной типологии с учетом различий в формах воспроизводства креативного продукта и институциональных условиях его функционирования. Предлагаемая авторская типология обеспечивает аналитическую интерпретацию нормативного перечня креативных индустрий и ипозволяет выявить их неоднородность и многоуровневый характер функционирования. Это обусловливают необходимость их рассмотрения в более широком системном контексте – в рамках национальной инновационной системы, где креативные индустрии выступают не изолированным сектором, а комплементарным элементом, обеспечивающим сопряжение знаний, инноваций и экономической активности, а также реализацию механизмов конвергенции, определяющих их вклад в постиндустриальный инклюзивный рост.

1.3 Национальная инновационная система (НИС) и креативные индустрии: комплементарность и конвергенция в условиях постиндустриального инклюзивного роста

Анализ, проведённый в предыдущем подразделе, позволяет перейти от рассмотрения креативных индустрий как совокупности видов деятельности к исследованию системных условий их функционирования.

В постиндустриальной экономике процессы создания, распространения и коммерциализации креативных продуктов определяются качеством

институциональной среды и взаимодействием экономических, научно-образовательных и социокультурных акторов. В этой связи ключевой аналитической рамкой выступает национальная инновационная система (НИС), в которой формируются механизмы комплементарности и конвергенции креативных индустрий с другими элементами инновационной среды.

Концепция НИС трактуется как совокупность институтов и механизмов, обеспечивающих создание, распространение и использование знаний. Её теоретические основания восходят к эволюционной теории инноваций Й. Шумпетера, рассматривающей инновации как эндогенный фактор развития и результат предпринимательской активности [63], [64], что позволяет интерпретировать креативные индустрии как форму инновационного предпринимательства, ориентированного на нематериальные активы. Развитие концепции НИС связано с переходом к анализу инноваций как сетевых и институционально опосредованных процессов [65–67]. В работах Б.-О. Лундвалла НИС рассматривается как пространство интерактивного обучения и генерации знания [66], тогда как Р. Нельсон акцентирует роль институтов в обеспечении инновационной активности [67], в рамках чего креативные индустрии повышают инновационную восприимчивость экономики. Современные подходы включают институциональные и регионально-кластерные аспекты. В исследованиях П. Патела, К. Павитта и С. Меткалфа креативные индустрии рассматриваются как механизм расширения компетенций и ускорения диффузии инноваций [68], [69], а в работах Ф. Кука и Б. Ашейма – как ядро региональных инновационных экосистем [70], [71]. Также в ряде исследрваний подчёркивается зависимость НИС от национальных факторов [72] и разнообразие организационных форм взаимодействия [73]. В этом контексте креативные индустрии усиливают связность инновационной системы как межсекторный и культурно обусловленный сегмент.

Современный этап развития НИС характеризуется усилением институционального, экосистемного и миссионно-ориентированного подходов, акцентирующих роль государства, сетевых взаимодействий и нематериальных активов [74-76]. В частности, Ч. Эдквист рассматривает НИС через её функции [74], Б.-О. Лундвалл – через непрерывное обучение и социальную включённость [75], а М. Маццукато – через миссионно-ориентированную политику [77]. Согласно подходам ОЭСР, НИС представляет собой многоуровневую экосистему, включающую цифровые, культурные и креативные компоненты, где креативные индустрии выступают источником нематериальной добавленной стоимости и драйвером человеко-ориентированных инноваций [76], [78], а в региональном измерении – элементом инновационных экосистем, обеспечивающих конкурентоспособность территорий [79-81].

Таким образом, креативные индустрии в структуре НИС целесообразно рассматривать как элемент комплексной инновационной системы, в рамках которой креативный и символический капитал вовлекается в инновационные процессы. При этом они выступают одновременно как комплементарный сегмент по отношению к традиционным и высокотехнологичным отраслям и как канал конвергенции экономических, технологических и социокультурных процессов. В этой

связи для уточнения места креативных индустрий в НИС проведена систематизация ключевых трактовок НИСв таблице 7.

Таблица 7 - Подходы к интерпретации НИС и роль креативных индустрий в ее функционировании

Автор	Ключевой акцент в трактовке НИС	Роль креативных индустрий
Шумпетер Й. (1911; 1942) [63], [64]	Инновации и предпринимательство как источник экономической динамики	Форма современного инновационного предпринимательства
Фримен К. (1987) [65]	НИС как сеть институтов технологического развития	Сегмент сети, генерирующий нематериальные и культурные инновации
Лундвалл Б.-О. (1992; 2007) [66], [75]	Интерактивное обучение, социальная включённость	Пространство генерации креативного и символического знания
Нельсон Р. (1993) [67]	Эффективность национальных институтов инноваций	Повышение инновационной восприимчивости бизнеса
Пател П., Павитт К. (1994) [68]	Технологические компетенции и обучение	Расширение национального пространства компетенций
Меткалф С. (1995) [69]	Диффузия и воспроизводство технологий	Ускорение распространения инноваций
Иванова Н. (2001) [72]	Национальная и культурная обусловленность НИС	Носитель культурной специфики
Голиченко О.Г. (2006) [73]	Институциональные и организационные взаимодействия	Гибкий межсекторный элемент НИС
Эдквист Ч. (2005) [74]	Функции инновационного процесса	Реализация функций генерации идей и экспериментирования
Кук Ф. (2001; 2011) [70], [81]	Региональные инновационные системы и кластеры	Ядро креативных кластеров и экосистем
Ашейм Б. (2007) [71], [79], [80]	Типы знания и инновационные режимы	Носитель символического знания
Маццукато М. (2018) [77]	Миссионно-ориентированная инновационная политика	Инструмент решения социальных и инклюзивных задач
OECD (2017; 2020) [76], [78]	Инновационные экосистемы и нематериальные активы	Источник человеко-ориентированных и креативных инноваций
Примечание – Составлено автором		

Анализ представленных подходов к интерпретации НИС показывает, что эволюция теоретических представлений о ней сопровождается расширением содержания – от технологически ориентированной модели к комплексной институциональной и экосистеме, включающей разнообразные формы знания, взаимодействий и инновационной активности. При этом креативные индустрии в рамках различных подходов последовательно рассматриваются как значимый элемент инновационной среды: от формы инновационного предпринимательства до носителя креативного и символического знания, обеспечивающего расширение компетенций, ускорение диффузии инноваций и формирование новых рынков.

Таким образом, креативные индустрии методологически интегрируются в классические и современные трактовки НИС, усиливая её функциональные, институциональные и сетевые характеристики.

Современная эволюция концепции НИС характеризуется смещением акцента с технологических аспектов на воспроизводство человеческого капитала, в результате чего НИС выступает не только механизмом генерации и диффузии знаний, но и средой вовлечения различных субъектов в инновационную деятельность. Данное смещение обусловлено трансформацией природы экономического роста в условиях постиндустриального развития: вместо накопления материального капитала ключевое значение приобретают нематериальные факторы – знания и креативность. Это ведёт к изменению источников добавленной стоимости, где решающим становится не расширение ресурсной базы, а вовлечение разнообразных субъектов и форм деятельности в процессы её создания. В этих условиях инклюзивность выступает как внутреннее свойство постиндустриального роста, а не его внешняя социальная характеристика.

Под инклюзией в данном контексте мы понимаем институциональное включение различных элементов (субъектов, организаций, видов деятельности и социальных групп) в систему экономических отношений, обеспечивающее их участие в функционировании экономики и доступ к ресурсам и возможностям.

В этой связи инклюзивный характер постиндустриального роста проявляется в расширении доступа к ключевым ресурсам и видам экономической активности, диверсификации форм занятости и предпринимательства, вовлечении различных социальных и возрастных групп, а также снижении пространственных и институциональных барьеров. При этом НИС выступает институциональной средой, обеспечивающей инклюзию различных элементов (субъектов, организаций, видов деятельности, социальных групп и территорий) в процессы создания и использования инноваций, а также формирующей условия для интеграции экономических, технологических и социокультурных процессов.

В развитие данного положения в работе предложена авторская модель, отражающая взаимосвязь постиндустриального инклюзивного роста и функционирования креативных индустрий в структуре НИС, их комплементарную роль, механизмы конвергенции и формируемые инклюзивные эффекты, представленная в таблице 8. Она отражает механизм формирования инклюзивного постиндустриального роста через функционирование креативных индустрий как комплементарного элемента НИС. Её логика основана на последовательной трансформации: характеристики креативных индустрий (цифровизация и платформенность, персонализация производства, креативный и символический капитал, гибкость занятости, сетевое взаимодействие, территориальная укоренённость и межсекторность), реализуясь в среде НИС, переходят в конвергентные процессы, формирующие дифференцированные инклюзивные эффекты. При этом прослеживается закономерность: по мере роста креативности усиливается инклюзивность [41], что позволяет рассматривать развитие креативных индустрий как фактор расширения участия различных субъектов и социальных групп в НИС.

Таблица 8 – Авторская модель механизма формирования инклюзивного постиндустриального роста через комплементарность и конвергенцию креативных индустрий в национальной инновационной системе

Характеристики креативных индустрий как комплементарного элемента НИС	**Конвергентные процессы и эффекты в НИС**	**Инклюзивные эффекты постиндустриального роста**
Цифровизация и платформенность	Слияние цифровых платформ, креативного контента и пользовательских интерфейсов с формированием платформенных экосистем НИС (гибридизация)	Цифровая инклюзия: институционализация равного доступа к цифровым каналам создания, дистрибуции и монетизации добавленной стоимости
Персонализация и атомизация производства	Интеграция индивидуализированных производственных практик с рыночными механизмами и формирование моделей микропредпринимательства (рекомбинация)	Предпринимательская инклюзия: расширение доступа к предпринимательской деятельности и диверсификация форм экономической самореализации
Креативный и символический капитал	Интеграция культурных кодов, знаний и технологий с формированием комплексных креативно-технологических продуктов (конвергенция знаний)	Возрастная инклюзия: интеграция различных возрастных когорт (молодёжи и представителей «серебряной экономики») в процессы инновационной и предпринимательской деятельности
Гибкость занятости	Формирование гибридных моделей занятости в НИС (институциональная конвергенция)	Трудовая инклюзия: расширение спектра форм занятости и доступность рынка труда
Сетевой и коллаборативный характер	Интеграция акторов (бизнес, креаторы, пользователи) в горизонтальные сети устойчивых креативных экосистем (синергия)	Инновационная инклюзия: расширение доступа к инновационной деятельности и механизмам ко-создания (co-creation)
Территориальная укоренённость	Сопряжённое развитие локальных культурных ресурсов и региональной инновационной инфраструктуры (коэволюция)	Территориальная инклюзия: вовлечение локальных сообществ и снижение пространственных диспропорций развития
Нематериальная природа стоимости	Распространение креативных решений в смежные отрасли (мультипликативный эффект)	Экономическая инклюзия: формирование диверсифицированных источников дохода
Межсекторность и институциональная гибкость	Взаимопроникновение сфер (культура, бизнес, образование, технологии) с формированием межсекторных механизмов взаимодействия (межсекторный трансфер)	Институциональная инклюзия: расширение доступа к инфраструктуре, ресурсам и мерам государственной поддержки
Ориентация на гетерогенный и персонализированный спрос	Согласование индивидуализированного спроса и инновационных предложений с формированием адаптивных рыночных моделей (конвергенция спроса и предложения)	Потребительская инклюзия: повышение доступности и релевантности продуктов для различных групп населения
Примечание – Составлено автором		

Креативные индустрии в структуре НИС формируют сегмент, в котором генерация нематериальных инноваций и сетевые взаимодействия основаны на использовании человеческого, культурного и символического капитала, что позволяет рассматривать их как институциональный механизм расширения социальной, включая возрастную инклюзию.

Ключевое значение при этом имеет нематериальная природа создаваемой стоимости, в меньшей степени зависящая от возрастных ограничений. Гибкие формы занятости и проектная организация деятельности способствуют вовлечению как молодёжи, так и старших возрастных групп, что подтверждается исследованиями роста нестандартной занятости в креативных секторах [82], [83] и их потенциала интеграции различных возрастных когорт в инновационные экосистемы [76]. Тем самым креативные индустрии выступают институционально совместимым с НИС элементом, обладающим выраженным потенциалом возрастной инклюзии.

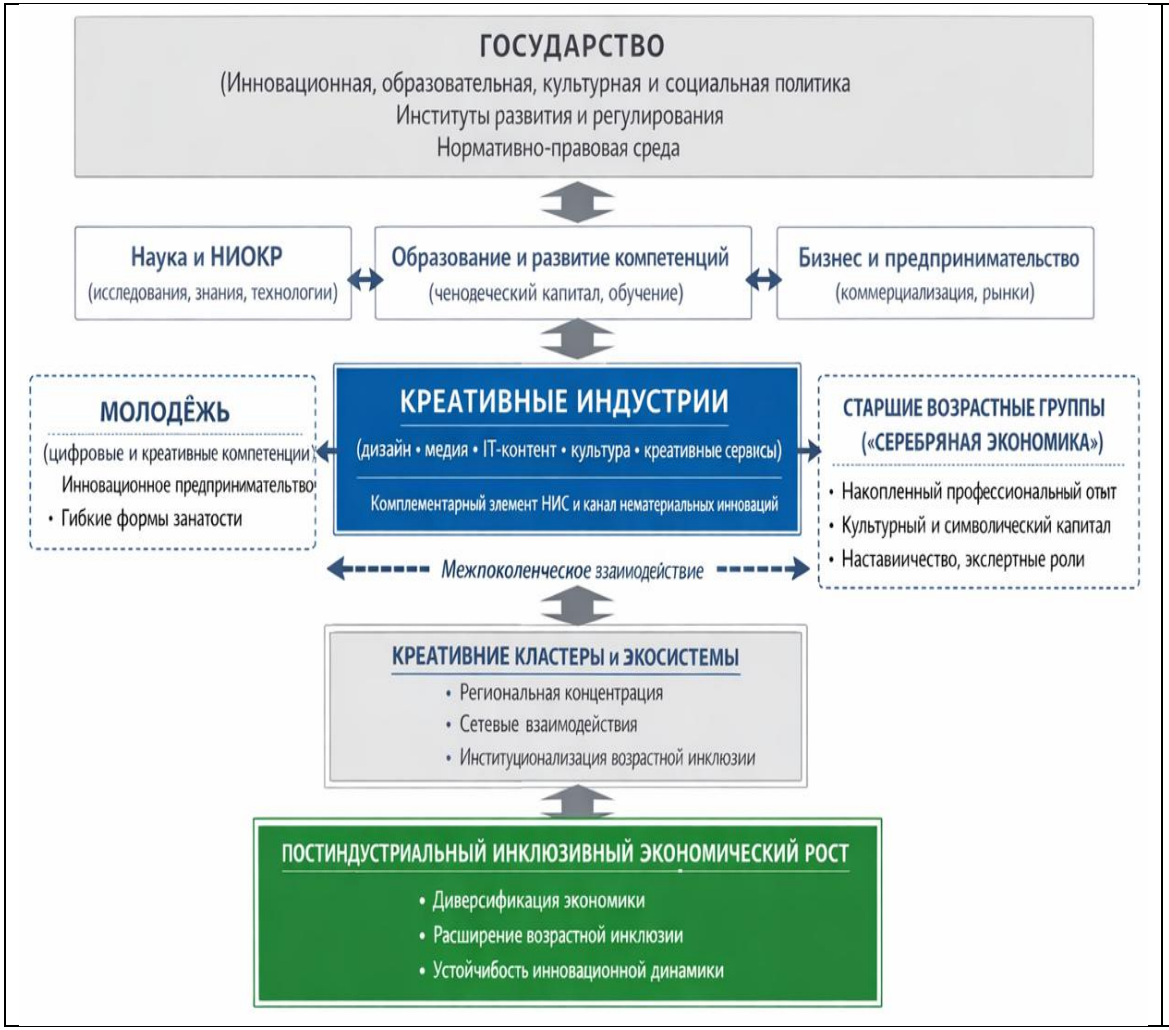
Для обобщения выявленных взаимосвязей представлена авторская модель (рисунок 10), отражающая механизмы комплементарности креативных индустрий и НИС с акцентом на возрастное измерение.

В рамках данной модели НИС рассматривается как многоуровневая система (государство, наука, образование, бизнес, инфраструктура), в которой креативные индустрии выполняют связующую функцию, обеспечивая интеграцию различных возрастных групп и формируя институциональные условия включения «серебряной экономики» в инновационные процессы.

Кластерное измерение выступает механизмом институционализации возрастной инклюзии: креативные кластеры и экосистемы обеспечивают межпоколенческое взаимодействие, объединяя инновационную активность молодёжи и опыт старших поколений, что способствует формированию устойчивых продуктов и снижению рисков социально-экономического исключения.

В целом, представленная на рисунке 10 модель демонстрирует, что креативные индустрии являются ключевым каналом возрастной инклюзии, обеспечивая сопряжение интересов молодёжи и «серебряной экономики» и формирование устойчивых источников постиндустриального роста. НИС в условиях постиндустриального развития функционирует не только как механизм генерации инноваций, но и как пространство воспроизводства человеческого капитала и социальной включённости.

Полученные результаты формируют теоретико-методологическую основу для дальнейшего анализа кластерных механизмов развития креативных индустрий, что обусловливает переход к рассмотрению кластерного подхода как инструмента углубления их комплементарности и конвергенции с НИС.



ДЕКОМПОЗИЦИЯ МОДЕЛИ

Верхний уровень – институциональный контур НИС:

- государство (инновационная, образовательная, культурная и социальная политика); институты развития и регулирования, нормативно-правовая среда.

Средний уровень – ключевые подсистемы НИС:

- наука и НИОКР;
- образование и развитие компетенций;
- бизнес и предпринимательство;
- инновационная и цифровая инфраструктура.

Центральный элемент модели – креативные индустрии, представленные как:

- межсекторный компонент НИС;
- канал трансфера знаний, идей и символических смыслов;
- пространство генерации нематериальных инноваций.

Возрастное измерение:

- **молодёжь** – носитель цифровых, креативных и предпринимательских компетенций;
- **старшие возрастные группы («серебряная экономика»)** – носители накопленного человеческого, профессионального и культурного капитала.

Между этими группами – **двунаправленные связи**, отражающие процессы межпоколенческого взаимодействия при создании и потреблении креативных продуктов.

Нижний уровень – кластерное и экосистемное измерение:

- креативные кластеры;
- креативные экосистемы;

Итоговый результат (выход модели):

- постиндустриальный инклюзивный рост;
- расширение возрастной инклюзии экономической активности;
- диверсификация экономики и инновационная динамика

Рисунок 10 – Авторская модель взаимодействия креативных индустрий и НИС в контексте постиндустриального инклюзивного роста (с акцентом на возрастное измерение)

Примечание – Составлено автором

1.4 Кластерный подход как механизм развития креативных индустрий в национальной инновационной системе

Постиндустриальная инновационная экономика в пространственном аспекте базируется на формировании кластеров – территориально локализованных сетей, где концентрируются ресурсы, знания и институты развития. С учётом роли креативных индустрий как комплементарного элемента НИС и их участия в конвергенционных процессах кластерный подход выступает механизмом их пространственной институционализации, в рамках которого креативные кластеры формируют особую среду, сочетая признаки инновационных кластеров со спецификой, обусловленной культурной и творческой природой продукта [84].

Для обоснования кластерного подхода как институционального механизма развития креативных индустрий целесообразно обратиться к систематизации теоретических подходов к кластеризации экономики (таблица 9).

Теоретические основы кластерного подхода восходят к работам А. Маршалла, выявившего положительные внешние эффекты локализации производств [85]. В дальнейшем сформировались два ключевых направления интерпретации кластеров – европейское и американское. Европейская традиция акцентирует внимание на пространственной локализации, институциональной укоренённости и социальных связях участников (Дж. Бекаттини, О. Уильямсон, М. Грановеттер) [86]. Американский подход, наиболее полно представленный в работах М. Портера, делает акцент на конкурентоспособности, инновационной динамике и роли кластеров как источников конкурентных преимуществ территорий [87].

Развитие теоретических подходов к кластеризации характеризуется последовательным расширением содержания данной категории. На раннем этапе (Jacobs [4]; Andersson [5]; Porter [88]) кластер рассматривается преимущественно в контексте пространственной концентрации экономической активности и роли городской среды и знаний. На следующем этапе (Rosenfeld [90]; Porter [91]; Florida [10; 95]) акцент смещается на синергетические эффекты взаимодействия, формирование сетевых структур и роль человеческого капитала, в частности креативного класса, как ключевого фактора развития кластеров. Дальнейшее развитие теории (Lundvall [75]; Edquist [74]; Cooke [81]; Enright [89]) связано с институционализацией кластерного подхода и его интеграцией в концепцию НИС, где кластеры рассматриваются как структурные элементы, обеспечивающие генерацию, распространение и коммерциализацию знаний. В последующих исследованиях (Cortright [92]; OECD (2017) [76]; OECD (2019) [82]) кластеры интерпретируются как механизмы повышения конкурентоспособности территорий. Логическим продолжением данной теоретической траектории становится формирование концепции креативных кластеров (Evans [93]; UNCTAD [47]), в рамках которой классическая кластерная модель расширяется за счёт включения культурного, символического и когнитивного капитала. В отличие от индустриальных кластеров, ориентированных преимущественно на производственно-технологические связи, креативные кластеры базируются на обмене идеями, кросс-секторальности и высокой роли человеческого капитала.

Таблица 9 – Теоретические подходы к кластеризации экономики и предпосылки формирования креативных кластеров

Автор	Определение / подход	Акцентируемые свойства	Предпосылки формирования креативных кластеров
Этап 1. Пространственная концентрация и региональное развитие			
Jacobs J. (1961) [4]	Концепция городского разнообразия как фактора экономического развития в силу плотности межсекторных взаимодействий	Урбанистическая концентрация	Городская среда как пространство генерации креативных идей
Andersson A.E. (1985) [5]	Теория креативности как ключевого ресурса регионального развития и источника экономического роста	Роль творчества и знаний	Формирование креативного потенциала территорий
Porter M.E. (1990) [88]	Кластерный подход как модель пространственной концентрации взаимосвязанных отраслей, обеспечивающих экономическую эффективность	Связи между участниками	Сетевая организация взаимодействий как основа инноваций
Этап 2. Синергия, взаимодействия и креативный капитал			
Rosenfeld S.A. (1997) [90]	Кластер как система взаимосвязанных фирм, формирующая синергетические эффекты за счёт кооперации и близости	Взаимосвязи и кооперация	Коллективное взаимодействие как механизм генерации новых идей
Florida R. (2007) [10; 95]	Теория креативного класса как драйвера инновационного и регионального развития	Человеческий капитал и креативность	Концентрация креативного класса
Porter M.E. (2005) [91]	Кластер как конкурентная экосистема взаимодополняющих компаний и институтов	Синергия и конкуренция	Формирование инновационных экосистем
Этап 3. Институционализация и инновационные системы			
Lundvall B.-Å. (2007) [75]	НИС как совокупность институтов для создания и распространение знаний	Институциональные связи	Институциональная база
Edquist C. (2005) [74]	Системный подход к инновациям – результат взаимодействия акторов и институтов	Системность и взаимодействие	Кластеры как структурный элемент НИС
Cooke P. (2001) [81]	Региональные инновационные системы как локализованные формы организации инновационной деятельности	Региональная укоренённость	Регион как инновационно-креативная платформа
Enright M.J. (2000) [89]	Региональный кластер как форма пространственной агломерации взаимосвязанных отраслей	Локализация	Пространственная концентрация креативных ресурсов
Этап 4. Кластеры как драйвер инноваций и конкурентоспособности			
Cortright J. (2006) [92]	Кластеры как механизм повышения региональной конкурентоспособности через агломерационные эффекты	Агломерационные эффекты	Усиление инновационной и креативной динамики
OECD (2017) [76]	Инновационная политика как инструмент формирования конкурентоспособных кластерных структур	Государственная поддержка	Институциональное стимулирование креативных индустрий
OECD (2019) [82]	Интеграция культуры в экономическое развитие территорий	Роль культуры	Культура как ресурс кластерного развития
Этап 5. Формирование концепции креативных кластеров			
Evans S. (2006) [93]	Креативные кластеры как пространственно локализованные сети творческих акторов и предпринимателей	Сетевое взаимодействие	Концептуализация креативных кластеров
UNCTAD (2010) [47]	Креативная экономика – система производства и коммерциализации идей и культурных продуктов	Креативные индустрии	Интеграция креативных индустрий в НИС
Примечание – Составлено автором по источникам [4; 5; 10; 47; 74-76; 81; 82; 84; 88-95]			

Креативные кластеры представляют собой закономерный этап развития кластерного подхода, интегрирующий пространственные, институциональные и социокультурные факторы и обеспечивающий включение креативных индустрий в структуру НИС, а также формирование механизмов инклюзивного и инновационного роста. Они выступают не только формой территориальной концентрации экономической активности, но и интеграционным механизмом сопряжения креативных индустрий и НИС, функционируя как пространственно-институциональные экосистемы, обеспечивающие генерацию, трансфер и коммерциализацию креативного и инновационного потенциала.

Рассмотрение креативных кластеров как формы пространственной организации креативных индустрий предполагает выявление факторов их устойчивости и воспроизводства, которые в рамках концепции микрофундаментов кластеризации Дж. Кортрайт [92] включают концентрацию талантов, плотность взаимодействий, институциональную поддержку и эффекты обучения (рисунок Б.1 Приложения Б). При этом механизмы кластеризации носят исторически обусловленный характер и эволюционируют в зависимости от технологических укладов и форм организации производства, что отражено в периодизации Р. Флорида[95], демонстрирующей трансформацию форм локализации творческой деятельности (таблица Б.2 Приложения Б). В постиндустриальной экономике предпосылки кластеризации трансформируются в устойчивые институционально-организационные конфигурации, формируя креативные кластеры как пространства концентрации креативного класса, межсекторального взаимодействия и трансфера знаний, усиливающие их вклад в инклюзивный и инновационный рост.

Структура креативного кластера представляет собой многоуровневую системуа (рисунок 11): в центре ядро – креативные индустрии и обслуживающая инфраструктура, обеспечивающие производство и потребление креативного продукта, вокруг которого формируется экосистема институтов (государство, университеты, финансы, ассоциации, сервис и туризм), способствующих привлечению ресурсов, координации взаимодействий и выходу на рынки.

Для выявления специфики креативных кластеров целесообразно сопоставить их с промышленными, обладающими сходной сетевой логикой, но различающимися по источникам создания ценности и институциональным функциям (таблица 10). Сравнительный анализ показывает, что креативные кластеры ориентированы не только на создание, но и на внутреннее потребление ценности и воспроизводство креативного капитала.

Обобщение различных подходов позволило перейти от описания к систематизации структурно-функциональных типов, форм кластерной организации и их роли в НИС (таблица 11). Однако данная типология недостаточно учитывает закономерности территориальной организации креативной деятельности, что требует дополнения анализа пространственно-функциональным измерением [84].

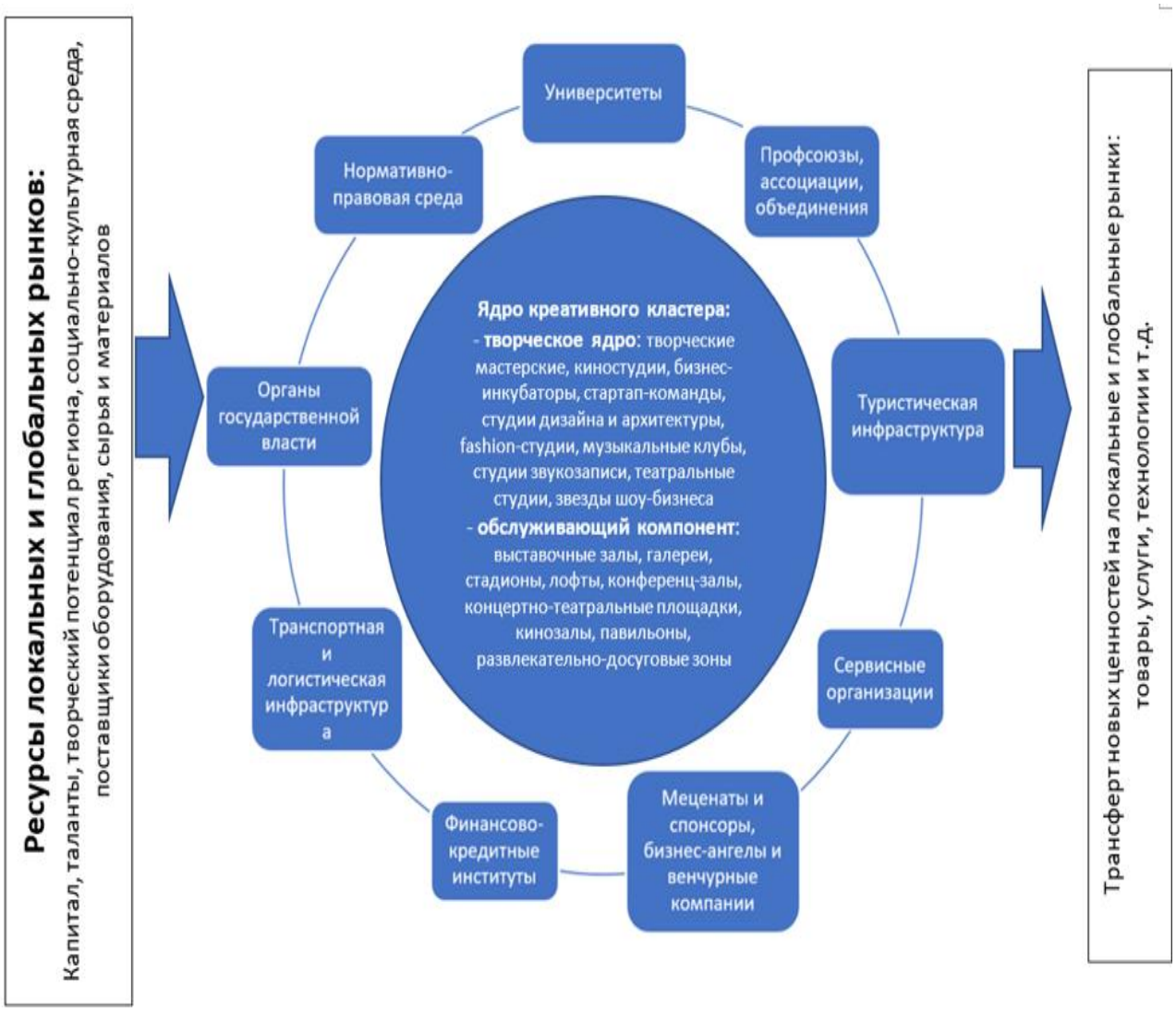


Рисунок 11 – Креативный кластер как многоуровневая система

Примечание – Составлено автором

Таблица 10 – Сходства и различия промышленных и креативных кластеров

Параметры сравнения	Промышленные кластеры	Креативные кластеры
Ценности	Создание ценности	Как создание ценности, так и ее внутреннее потребление
Информация и знания	Потребность в таких ресурсах, как информация и знания	
Роль университетов	Университеты являются источником идей, решений, технологий, которые трансформируются в выводимый на рынок продукт.	Университет не является элементом системы, но выступает необходимым элементом внешней среды для появления кластера будучи базой взращивания креативного класса.
	Университет находится в центре промышленного территориального комплекса	Центром может стать как университет или крупная компания, так и само место – феномен «голливудизации экономики»
Примечание – Составлено автором по источнику [95]		

Таблица 11 – Структурно-функциональные типы креативных индустрий, формы их кластерной организации и функции в НИС

Структурно-функциональный тип креативных индустрий	Источник создания ценности	Типичные формы кластерной организации	Ключевые функции в НИС
Историко-культурные креативные индустрии (культурное наследие, традиционные ремёсла, народные промыслы, музейная и библиотечная деятельность)	Символический и культурный капитал, локальная идентичность	Этнокультурные и локальные ремесленные формы кластеризации; культурно-исторические и креативно-туристские кластерные образования; туристско-рекреационные культурные зоны	Капитализация культурного наследия; территориальный брендинг; развитие креативного и культурного туризма; формирование локальных инновационных экосистем
Художественно-исполнительские и дизайнерские креативные индустрии (сценические искусства, культурно-досуговая деятельность, музыка, фотография, архитектура, дизайн, мода, ювелирное дело)	Креативное и художественное знание, эстетическая ценность	Арт-кластеры, городские креативные пространства, культурные хабы и творческие экосистемы; событийно-культурные кластеры (фестивали, выставки, культурные маршруты)	Генерация нематериальных инноваций; развитие человеческого и креативного капитала; повышение инновационной восприимчивости городской экономики
Аудиовизуальные и медиаиндустрии (кино и анимация, телевидение, медиаконтент)	Интеллектуальная собственность, символические смыслы и медиапродукты	Медиа- и контент-кластеры, креативные медиаплатформы и цифровые экосистемы; кластеры креативного контента, интегрированные в индустрию развлечений и туризма	Трансфер знаний и смыслов; формирование экономики впечатлений; ускорение диффузии инноваций и культурных практик
Технологические (цифровые) креативные индустрии (IT, геймдевелопмент, интерактивные медиа, цифровые платформы)	Цифровое и технологическое знание	Креативно-технологические кластеры, инновационные экосистемы, цифровые хабы и технопарки; платформенные экосистемы, обеспечивающие продвижение культурного и туристского продукта	Цифровизация национальной инновационной системы; масштабирование инноваций; интеграция креативных и высокотехнологичных секторов
Примечание – Составлено автором			

Предложенный авторский пространственно-функциональный подход операционализируется через выделение типов креативных кластеров, отражающих формы их территориальной интеграции, обусловленные сочетанием культурных, институциональных и технологических факторов, с раскрытием их характеристик и функциональной роли в региональной инновационной системе (таблица 12).

Таблица 12 – Пространственно-функциональная типология кластеров креативных индустрий

Пространственно-функциональный типкреативного кластера	Доминирующие факторы формирования	Пространственная локализация	Ключевые характеристики	Ключевые функции в региональной инновационной системе (РИС)
1	2	3	4	5
Периферийный локальный креативный кластер	Низкая плотность экономической активности и предпринимательства; ограниченная транспортная и цифровая инфраструктура; слабая институциональная поддержка; локальная культурная замкнутость и ограниченность внешних связей	Сельские и удалённые территории, периферийные районы	Низкая концентрация креативных субъектов; преобладание неформальных и самодеятельных форм творчества; слабое развитие горизонтальных и вертикальных связей; минимальная включённость в цепочки создания стоимости	Обеспечение воспроизводства и сохранения культурного капитала; поддержание социальной устойчивости и идентичности локальных сообществ; формирование первичной базы для последующего развития креативной активности и институционализации
Ремесленно-этнокультурный кластер	Устойчивость традиционных культурных практик; наличие локальных ремесленных школ и мастерских; межпоколенческая передача навыков и технологий; доступность природных и сырьевых ресурсов; укоренённость в локальной культуре	Регионы с исторически сложившейся ремесленной специализацией	Пространственная локализация производства на основе традиционных технологий; высокая доля ручного труда; ограниченная стандартизация и масштабируемость; высокая символическая и культурная ценность продукции; устойчивые, но локализованные взаимодействия	Трансформация культурного наследия в экономический ресурс; развитие локального предпринимательства и самозанятости; формирование устойчивых нишевых рынков аутентичной продукции; укрепление территориальной идентичности
Креативно-туристский кластер	Концентрация объектов культурного и исторического наследия; наличие культурных ландшафтов и символически значимых территорий; развитость событийной и фестивальной инфраструктуры; сформированная туристская инфраструктура; поддержка со стороны государства и локальных сообществ	Территории с высокой культурной и туристской аттрактивностью, исторические города и культурные центры	Интеграция креативных индустрий, культурного наследия и туризма; формирование комплексного продукта (культурный, событийный и креативный туризм); развитие фестивалей, выставок и интерактивных форм участия; высокая плотность межсекторных взаимодействий; ориентация на внешний спрос и зависимость от туристских потоков и сезонности.	Формирование устойчивого внешнего спроса на креативные продукты; развитие экономики впечатлений; мультипликативный эффект в смежных секторах; коммерциализация культурного капитала; усиление территориального брендинга и интеграция в культурно-туристские сети.

Продолжение таблицы 12

1	2	3	4	5
Художественно-культурный кластер	Концентрация креативного класса и творческих профессионалов; развитая культурная инфраструктура; наличие художественных и образовательных институций; институциональная поддержка искусства и культурной деятельности	Крупные города и урбанизированные культурные центры	Высокая плотность креативных субъектов; наличие устойчивых институциональных структур (галереи, арт-резиденции, выставочные пространства); проектный характер занятости; развитые сети профессионального взаимодействия и кооперации; ориентация на создание культурного контента	Генерация нематериальных инноваций и культурных смыслов; развитие человеческого и креативного капитала; формирование инновационной и культурной среды; повышение конкурентоспособности городской экономики
Индустриально-креативный (переходный) кластер	Наличие промышленной базы; доступ к инженерным и техническим кадрам; взаимодействие бизнеса, вузов и научных организаций; развитие прикладных исследований и разработок	Промышленные регионы, индустриальные центры, образовательные кластеры	Межотраслевая интеграция креативных, технологических и производственных компетенций; включённость в цепочки создания добавленной стоимости; ориентация на прикладные и инженерные решения; зависимость от состояния промышленного сектора	Трансфер креативных решений и технологий в промышленное производство; повышение технологической сложности и конкурентоспособности продукции; развитие прикладных инноваций и межотраслевых связей
Инновационно-цифровой кластер	Высокая концентрация ИКТ-кадров и человеческого капитала; развитая цифровая инфраструктура; наличие инновационных экосистем, стартап-инкубаторов и акселераторов; доступ к инвестиционным ресурсам	Крупные агломерации, инновационные и технологические центры	Высокая плотность высококвалифицированных специалистов; платформенные бизнес-модели; высокая масштабируемость и гибкость; интеграция в глобальные цифровые рынки; активное использование цифровых технологий	Цифровизация креативных индустрий и экономики региона; масштабирование инноваций; формирование цифровых рынков и экосистем; интеграция в глобальные цепочки создания стоимости

Примечание – Составлено автором

В соответствии с предложенным подходом (таблица 12) выделены следующие пространственно-функциональные типы кластеров креативных индустрий:

– периферийные локальные;
– ремесленно-этнокультурные;
– креативно-туристские;
– художественно-культурные;
– индустриально-креативные (переходные);
– инновационно-цифровые.

Периферийные локальные кластеры представляют собой начальную, докластерную форму организации креативной деятельности, формирующуюся преимущественно в сельских и удалённых территориях. Их развитие соответствует положениям теории региональной дифференциации и культурной экономики, согласно которым периферийные регионы характеризуются низкой плотностью креативной активности, слабой агломерационной динамикой и ограниченной рыночной интеграцией [3-5]. Данные кластеры отличает низкий уровень институционализации, ограниченность инфраструктуры и слабая интеграция в рыночные и цифровые каналы, при этом они выполняют функцию сохранения культурного разнообразия и локальной идентичности. Периферийные локальные кластеры наблюдаются в сельских регионах стран Европы и Латинской Америки, где креативная активность представлена локальными ремесленниками, фольклорными коллективами и культурными инициативами на уровне сообществ [82].

Ремесленно-этнокультурные кластеры формируются на основе историко-культурных индустрий и традиционных промыслов и соответствуют подходам, в рамках которых культурное наследие рассматривается как источник создания ценности и фактор территориального развития [9], [13]. Они обеспечивают воспроизводство культурного капитала, передачу традиционных знаний и формирование аутентичного культурного продукта, однако характеризуются ограниченной масштабируемостью и зависимостью от локальных рынков [22]. Подобные кластеры широко представлены, например, в странах Центральной Азии, Индии и Марокко, где традиционные ремёсла интегрированы в локальные экономические системы и поддерживаются через механизмы культурной политики [82].

Креативно-туристские кластеры формируются на стыке культурных индустрий и туристской деятельности и отражают концепцию капитализации культурных ресурсов в рамках креативной экономики и экономики впечатлений [53], [54]. Их развитие определяется способностью трансформировать культурное наследие в комплексный рыночный продукт, включающий туристские услуги, событийные форматы и сувенирную продукцию, а также уровнем развития инфраструктуры и территориального маркетинга. Классическими примерами являются культурно-туристские кластеры в исторических городах Европы, таких как Флоренция и Прага, где культурное наследие интегрировано в туристскую экономику и формирует устойчивые модели территориального развития [82].

Художественно-культурные кластеры концентрируются в крупных урбанизированных центрах и формируются под воздействием агломерационных эффектов и концентрации креативного класса, что соответствует положениям теории

креативного класса [10], [17]. Они характеризуются развитой культурной инфраструктурой, высокой плотностью творческих профессионалов и институциональной поддержкой, обеспечивая генерацию нематериальных инноваций и развитие креативного капитала [58]. Типичными примерами являются такие города, как Берлин, Лондон и Нью-Йорк, где сформированы художественные и креативные экосистемы, выступающие драйверами городской экономики [93].

Индустриально-креативные (переходные) кластеры представляют собой форму интеграции креативных индустрий с традиционными секторами экономики и интерпретируются в рамках кластерного подхода, согласно которому инновации возникают на стыке различных отраслей и видов деятельности [88], [94]. Их ключевой особенностью является внедрение креативных компетенций (промышленный дизайн, цифровое моделирование, медиатехнологии) в производственные процессы, что способствует повышению добавленной стоимости продукции и формированию новых рынков. Примерами могут служить кластеры промышленного дизайна и креативного производства в Германии (регион Баден-Вюртемберг) и Северной Италии, где креативные индустрии тесно интегрированы в производственные цепочки и экспортно-ориентированные отрасли [82].

Инновационно-цифровые кластеры основанны на концентрации знаний, технологий и человеческого капитала [79-81] и формируются в условиях развитой цифровой инфраструктуры и инновационной среды. Они ориентированы на производство цифрового контента, IT-продуктов и медиасервисов, характеризуются высокой масштабируемостью и глубокой интеграцией в глобальные рынки. Классическими примеры – Кремниевая долина в США, цифровые кластеры Сеула и Сингапура, где инновационные экосистемы обеспечивают высокую концентрацию стартапов, венчурного капитала и технологических компаний [82].

Вклад креативных кластеров в развитие инновационной экономики в значительной степени определяется характером кластерной политики, механизмами государственной поддержки и используемыми инструментами регулирования. Как показывает практика, развитие кластеров осуществляется в рамках сдолгосрочной стратегии по трём ключевым направлениям: увеличение масштаба кластера, интернационализация и выход на глобальные рынки, а также совершенствование внутренней экономической среды и механизмов коллаборации. При этом кластеры часто функционируют на основе принципов ГЧП коллаборативного типа, где решающее значение имеет поддержка института кластера в целом, а не финансирование отдельных проектов [97].

В этой связи в экономической литературе представлена модель формирования и развития креативных кластеров, включающая три взаимосвязанных механизма: институциональное обеспечение, организационно-правовое сопровождение и экономическое регулирование (рисунок 12).

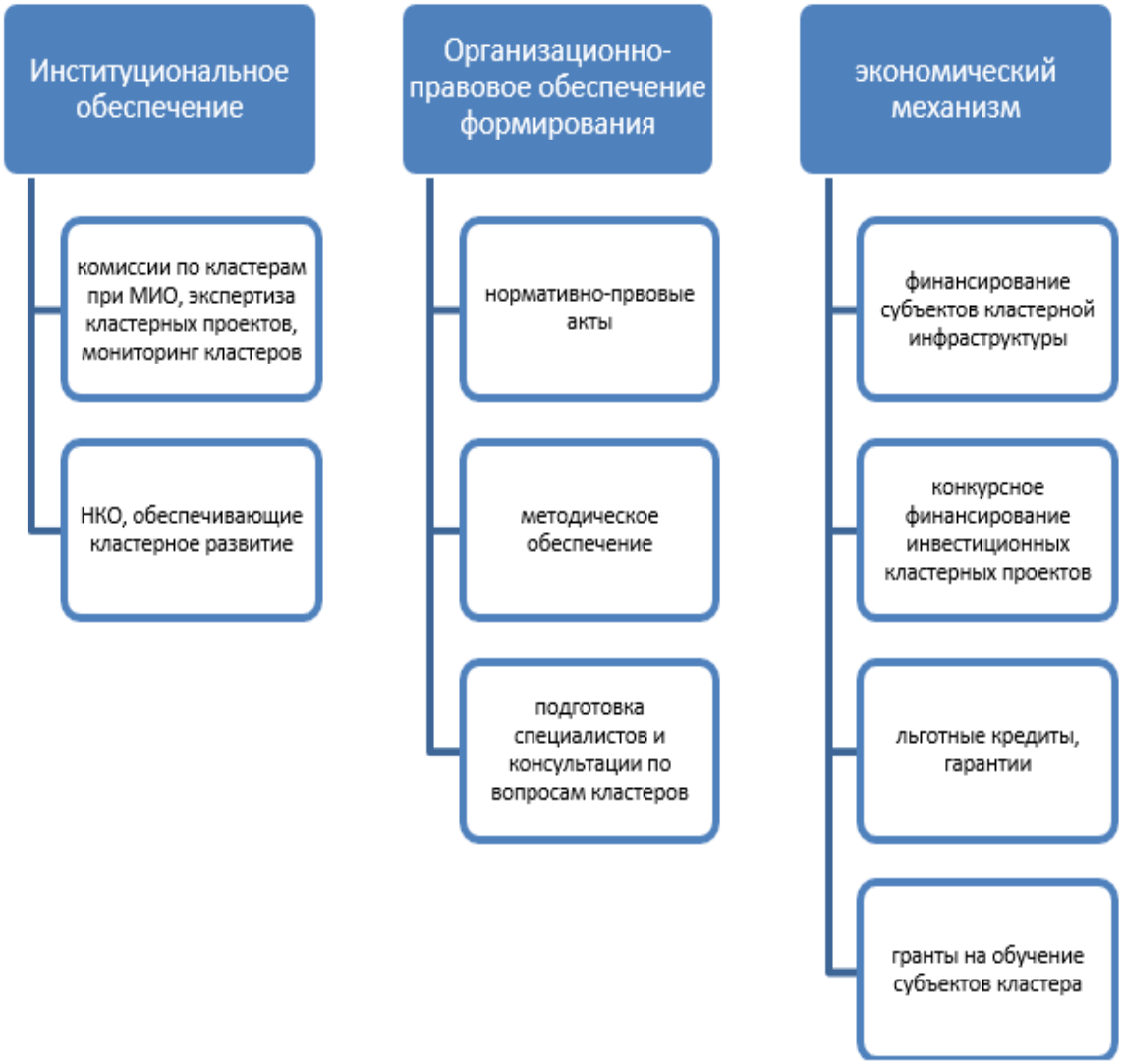


Рисунок 12 – Трехвекторная модель формирования и развития креативного кластера

Примечание – Составлено автором по источнику [96]

Комплекс инструментов государственной поддержки развития креативных индустрий представлен в таблице 13, охватывающей пространственные, правовые, программные, организационные, социальные и финансовые аспекты.

Совокупное воздействие инструментов кластерной политики проявляется в системе экономических, социальных, инновационных и пространственных эффектов, формируемых креативными кластерами (рисунок 13). При этом на уровне входящих в него компаний кративный кластер обеспечивает синергетические эффекты – снижение издержек, повышение адаптивности, ускорение инноваций через взаимодействие государства, науки и бизнеса, формирование саморазвивающейся среды и развитие кооперации, стартапов и спин-оффов. Тогда как на региональном уровне функционирование кративного кластера проявляется в социальных (занятость, развитие среды и качества жизни), мультипликативных (расширение зон роста, приток фирм, эффекты для смежных отраслей) и финансовых эффектах (рост добавленной стоимости и налоговых поступлений).

Таблица 13 – Инструменты государственной поддержки развития креативных индустрий

Аспекты	Инструменты
1. Пространственные	- разработка концепций развития регионов и территорий; - картирование; - пространственное планирование городских агломераций; - выделение площадей под креативные кластеры; - создание территориальной инфраструктуры креативных индустрий; - развитие брендинга территорий.
2. Правовые	- создание нормативно-правовой базы креативных индустрий; - защита интеллектуальных прав.
3. Программные	- государственные программы развития креативных индустрий; - содействие экспорту продуктов креативных индустрий на глобальные рынки; - поддержка промыслов, творчества; - приоритетность поддержки культуры, охраны историко-культурного наследия; - распространение продуктов с высокой долей творческого труда.
4. Организационные	- обеспечение эффективной коммуникационной среды; - развитие систем управления сетевого взаимодействия; - коллаборация разнонаправленных министерств; - проведение мероприятий и реализация проектов.
5. Социальные	- подготовка специалистов; - создание экосистем, привлекательных для концентрации талантов.
6. Финансовые	- инструменты механизма налогообложения; - формирование инфраструктуры финансирования креативных индустрий.
Примечание – Составлено автором	



Рисунок 13 – Эффекты креативного кластера для городской среды

Примечание – Составлено автором по источнику [98]

Таким образом, кластерный подход в условиях постиндустриальной экономики позволяет рассматривать креативные индустрии не изолированно, а как пространственно организованные системы, интегрированные в НИС. Проведённая систематизация теоретических подходов и анализ микрофундаментов кластеризации позволили уточнить природу креативных кластеров как устойчивых форм организации креативной деятельности, основанных на концентрации талантов, плотности взаимодействий и институциональной поддержке.

Разработанная двухуровневая типология креативных кластеров, включающая структурно-функциональный и пространственно-функциональный уровни, обеспечивает целостное понимание их функционирования: с одной стороны, через отраслевую структуру и источники создания ценности, с другой – через формы территориальной организации и механизмы взаимодействия субъектов. Это позволяет связать типы креативных индустрий с конкретными моделями их кластерной организации и выполняемыми функциями в инновационной системе.

Установлено, что креативные кластеры выполняют широкий спектр функций – от воспроизводства культурного и человеческого капитала до формирования экономики впечатлений, трансфера знаний и интеграции территорий в национальные и глобальные рынки. При этом их развитие и результативность определяются сочетанием внутренних факторов (структура, плотность взаимодействий, наличие креативного класса) и внешних условий (институциональная среда, кластерная политика, инфраструктурное обеспечение).

В совокупности полученные результаты позволяют перейти от теоретического осмысления креативных кластеров к анализу практик их формирования и функционирования. Это обусловливает необходимость обращения к мировому опыту развития креативных индустрий и кластерных моделей, позволяющему выявить эффективные инструменты государственной поддержки, институциональные механизмы и особенности их реализации в условиях постиндустриального инклюзивного развития.

1.5 Мировой опыт функционирования креативных индустрий в условиях постиндустриального инклюзивного развития

Мировой опыт развития креативных индустрий показывает, что в условиях постиндустриального перехода данный сектор трансформируется из периферийного культурного сегмента в устойчивый драйвер экономического роста, занятости и структурной диверсификации [99-102].

Вклад креативных индустрий в экономику устойчиво увеличивается и в ряде стран сопоставим с вкладом традиционных отраслей. Согласно оценкам ООН на 2025 год, креативный сектор является самым быстрорастущим сегментом мировой экономики, формируя около 3,1% мирового ВВП (порядка 2,3 трлн долл. США). Прогнозируется, что к 2030 году его доля может достичь 10% [103]. В развитых странах доля креативных индустрий в ВВП составляет 8-12% при среднемировом уровне около 6,6%, а занятость в секторе достигает примерно 6% общей занятости [103]. Сравнительные показатели представлены в таблице 14.

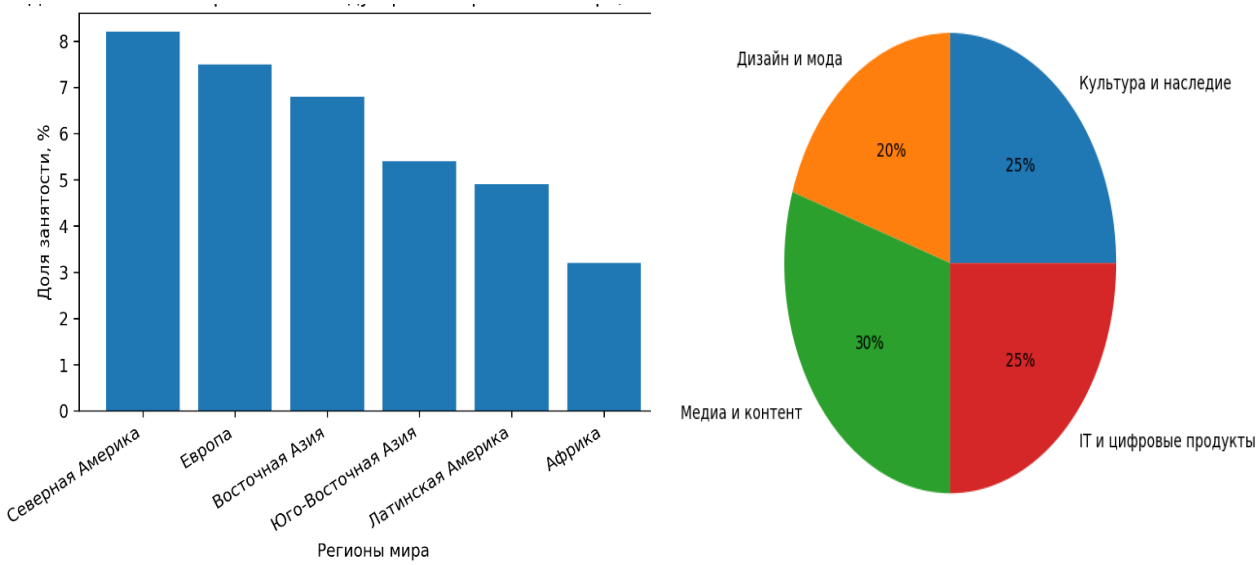
Таблица 14 – Вклад креативных индустрий (КИ) в экономику отдельных стран

Страна	Вклад КИ в ВВП, %	Доля занятых в КИ, %	Ключевые источники роста
США	11,8	8,4	IT, цифровые платформы, медиа
Великобритания	12,3	9,1	Креативные сервисы, дизайн, контент
Германия	8,9	7,6	Архитектура, дизайн, инженерные сервисы
Южная Корея	9,5	6,8	K-content, гейминг, цифровые медиа
Китай	7,4	6,2	Медиа, дизайн, креативные кластеры
Среднемировой уровень	6,6	5,0	
Примечание – Составлено автором по источникам [99-102].			

Наибольшая доля добавленной стоимости креативных индустрий формируется в странах Европы и Северной Америки, что обусловлено высокой концентрацией человеческого капитала, развитой институциональной средой и глубокой интеграцией креативного сектора в инновационные экосистемы. В странах Азии наблюдается ускоренный рост креативных индустрий, связанный с цифровизацией, развитием медиа- и контент-индустрий, а также экспортной ориентацией креативной продукции. Существенной особенностью креативных индустрий в мире является их способность вовлекать в экономическую деятельность различные социально-демографические группы, включая молодёжь, женщин, самозанятых и представителей гибких форм занятости. Это придаётмировому развитию креативных индустрий выраженное инклюзивное измерение.

Данные, представленные на рисунке 14А, свидетельствуют о том, что креативные индустрии формируют от 3 до 7 % общей занятости в развитых экономиках, при этом в мегаполисах и креативных агломерациях данный показатель существенно выше. В развивающихся странах креативные индустрии играют важную роль в снижении барьеров входа на рынок труда и расширении возможностей самореализации для социально уязвимых групп. Именно креативный сектор создает больше всего рабочих мест, особенно для молодежи в возрасте 18-25 лет. В Японии креативным трудом охвачены 10-14% работающего населения, в Великобритании – около 10%, в Австралии – 8%, в Германии – 7%, во Франции и Республике Корея – по 4% [104].

Мировой опыт также демонстрирует существенную отраслевую неоднородность креативных индустрий. Их внутренняя структура варьируется в зависимости от уровня технологического развития, культурно-исторических традиций и приоритетов экономической политики. Как следует из рисунка 14Б, наибольший удельный вес в мировой структуре креативных индустрий занимают медиа- и контент-индустрии, дизайн, программное обеспечение и цифровые креативные услуги. Историко-культурные сегменты (ремёсла, наследие, исполнительские искусства) сохраняют значимость прежде всего как основа территориальной идентичности, туризма и экономики впечатлений. В целом, креативные индустрии выступают не как замещающая альтернатива традиционным секторам, а как устойчивый источник экономической динамики, обеспечивающий рост занятости, диверсификацию структуры ВВП и расширение экспортного потенциала.



А) Доля занятости в креативных индустриях по регионам мира, % от общей занятости

Б) Структура креативных индустрий в мировой экономике, %

Рисунок 14 – Занятость и отраслевая структура креативных индустрий в мировой экономике

Примечание – Составлено автором по источникам [99-102].

Значимым индикатором постиндустриальной трансформации креативного сектора является динамика мировой торговли креативной продукцией. По данным UNCTAD, за последние два десятилетия наблюдается опережающий рост экспорта креативных услуг по сравнению с товарами, что отражает смещение к нематериальным, цифровым и интеллектуальным результатам деятельности. Согласно Отчёту UNCTAD «Creative Economy Outlook, 2024», темпы роста экспорта креативных товаров и услуг (7%) опережали динамику других отраслей, а в 2022 году экспорт креативных услуг достиг порядка 1,4 трлн долл. [105], почти вдвое превысив объём экспорта креативных товаров (рисунок 15).

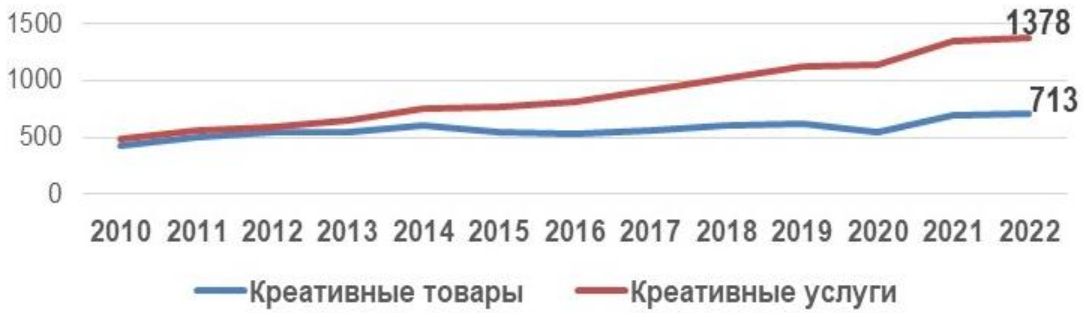


Рисунок 15 – Мировой экспорт креативных товаров и услуг, млрд долл.

Примечание – Составлено автором по источнику [105]

С 2019 года более высокие темпы роста экспорта креативных услуг наблюдаются в развивающихся странах по сравнению с развитыми. При этом крупнейшим экспортёром остаётся Европа, за которой следуют Азия и Северная Америка. Несмотря на доминирование развитых стран (около 80% мирового

экспорта), разрыв постепенно сокращается: доля развивающихся стран выросла с 10% в 2010 году до 20% в 2022 году [105] (рисунок 16).

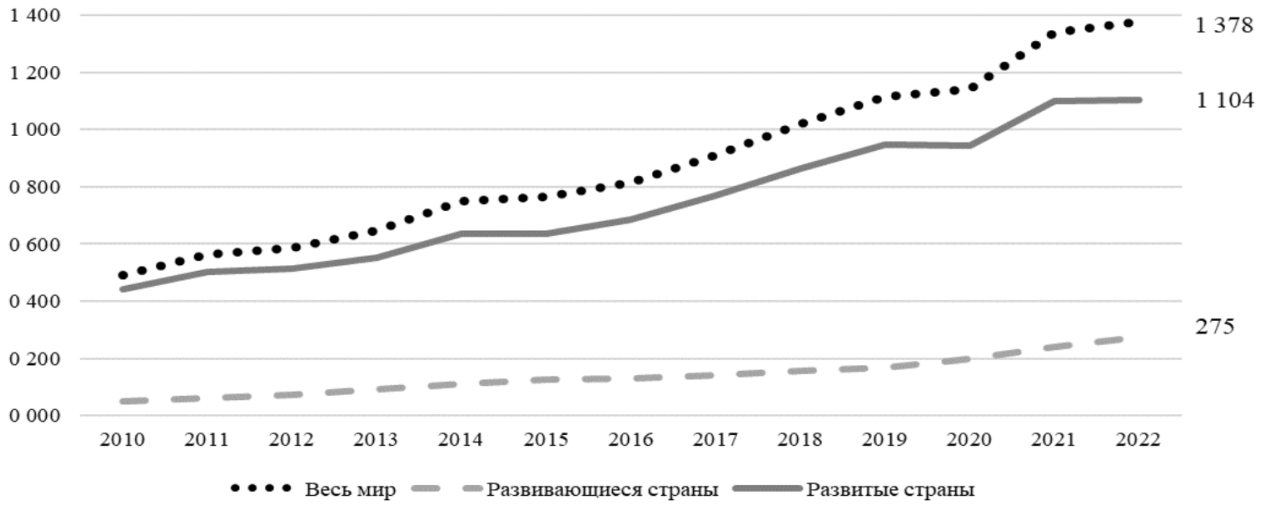


Рисунок 16 - Экспорт всех креативных услуг странами с развивающейся и развитой экономикой, млрд долл.

Примечание – Составлено автором по источнику [105]

Структура экспорта креативных услуг характеризуется доминированием услуг в сфере программного обеспечения (41,3%), значительной долей НИОКР (30,7%) и совокупной группы рекламы, маркетинговых исследований и архитектуры (15,5%). Менее значимы аудиовизуальные (7,9%), информационные (4%) и услуги, связанные с культурой, досугом и наследием (0,6%) (рисунок 17).

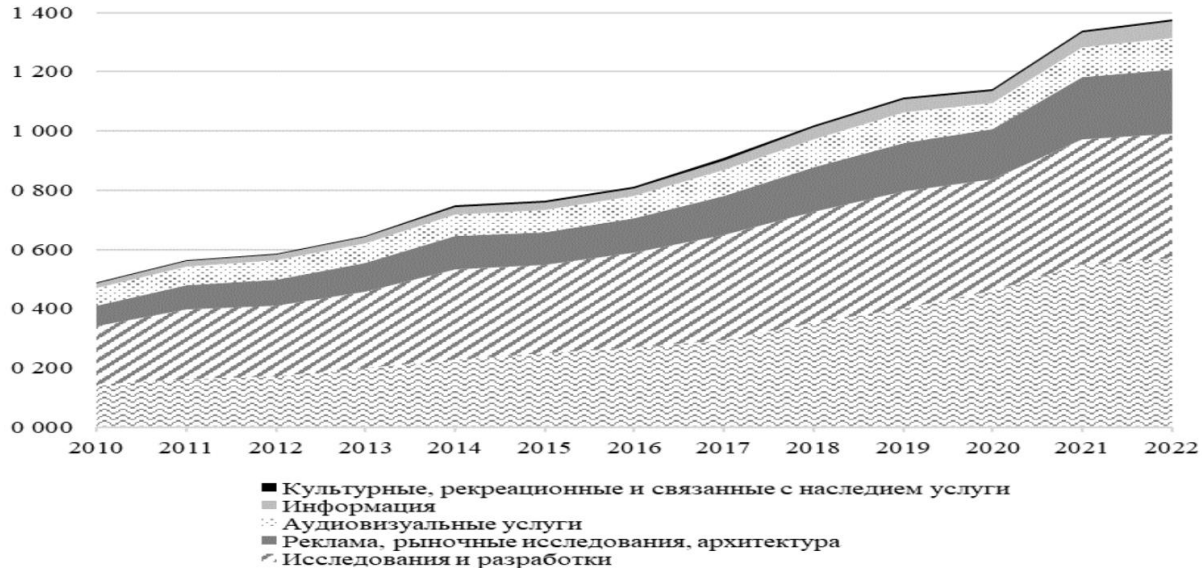


Рисунок 17 - Мировой экспорт креативных услуг, млрд долл.

Примечание – Составлено автором по источнику [105]

Во всех категориях экспорта устойчиво лидируют страны с развитой экономикой, существенно опережая развивающиеся государства (рисунок 18). В частности, на развитые страны приходится 93% мирового экспорта информационных

услуг, 91% услуг в сфере исследований и разработок и 88% экспорта аудиовизуальной продукции.



Рисунок 18 – Мировой экспорт креативных услуг из развитых и развивающихся стран по товарным группам, в млрд долл.

Примечание – Составлено автором по источнику [105]

Анализ страновых практик позволяет выделить несколько устойчивых моделей функционирования креативных индустрий, различающихся по институциональным механизмам и роли государства (таблица 15).

Таблица 15 – Национальные модели функционирования креативных индустрий

Модель	Страны	Ключевые отрасли	Институциональные особенности	Роль государства
Англо-саксонская (либеральная)	США, Великобритания	Медиа, IT, дизайн, реклама	Рыночная координация, высокая предпринимательская автономия, частные инициативы	Косвенная поддержка, регулирование ИС
Европейская (смешанная)	Швеция, Дания, Финляндия, Германия, Франция	Дизайн, культура, архитектура	Комбинация рыночных и государственных механизмов, кластеры, социальная инклюзия	Активная институциональная поддержка
Азиатская (дирижисткая)	Япония, Южная Корея, Сингапур	Контент, гейминг, цифровые медиа	Государственная координация, экспортная ориентация	Прямое участие государства, прямая координация и финансирование
	Китай	Медиа, дизайн, креативные кластеры	Стратегическое планирование, кластерная политика	

Примечание – Составлено автором по источникам [106-108].

В США креативные индустрии развиваются в рамках двухсекторной модели. Первый, коммерческий сектор включает дизайн, аудио- и видеопроизводство, издательскую деятельность и цифровой контент, ориентированные на глобальные

рынки и формирующие значительную долю экспорта и занятости. Второй сектор – искусство и культура – функционирует преимущественно за счёт частного финансирования и меценатства. Лидерство США в IT-сфере и концентрация высокотехнологичных компаний, в частности в Кремниевая долина, обеспечили формирование глобального центра притяжения человеческого и креативного капитала.

Скандинавская модификация креативных индустрий базируется на шведской модели социально ориентированной экономики [106]. Для стран Северной Европы характерна высокая доступность профессионального образования, развитые системы государственной поддержки культуры, искусства и инновационных проектов, а также акцент на социальной инклюзии и устойчивом развитии.

Восточно-азиатская модель наглядно представлена опытом Гонконга, Сингапура и Тайваня, где креативные индустрии развиваются преимущественно в сферах цифровых технологий, видеоигр, систем обмена сообщениями и аудиовизуального производства. Японская модель отличается широкой диверсификацией креативных отраслей, включая архитектуру, анимацию, кино и визуальные искусства, а также экспортом культурных кодов, философии и управленческих практик как самостоятельного нематериального продукта.

Особое место занимает Республика Корея, где креативные индустрии стали ответом на исчерпание потенциала традиционных экспортных отраслей. В стране сформировалась устойчивая экосистема креативного производства, включающая k-pop-индустрию, кино, цифровые медиа и контентные платформы, ориентированные на глобальные рынки.

Не менее показательной является модель Китай, отличающаяся дирижистским характером и масштабным государственным участием. Она основана на сочетании государственной координации, кластерной политики и культурной экспансии [107], что обеспечило стране лидирующие позиции в мировом экспорте креативной продукции [101].

Как видим, креативная экономика не носит универсального характера и реализуется через различные модели, что обусловливает необходимость их адаптации с учётом институциональной специфики национальных экономик. В Республике Казахстан ограниченность накопленного опыта и институциональной практики в сфере креативных индустрий [109-113] усиливает значимость использования международных подходов, что обусловило проведение SWOT-анализа мировой креативной экономики (таблица 16), позволившего сформулировать следующие выводы. Во-первых, на глобальном уровне развитие креативных индустрий определяется сочетанием сильных человекоцентричных и технологических драйверов, прежде всего цифровизации, роста роли интеллектуального капитала и высокой адаптивности сектора. Во-вторых, системные ограничения также носят глобальный характер и проявляются в институциональной фрагментарности, неравномерности пространственного развития и ограниченной сопоставимости статистических данных между странами. В-третьих, потенциал дальнейшего роста мировой креативной экономики связан с расширением кластерных, сетевых и платформенных форм организации, а также с усилением

инклюзивного вовлечения различных социальных групп в экономическую деятельность. В-четвёртых, ключевые риски обусловлены глобальной конкуренцией за креативные ресурсы, ростом цифрового неравенства между странами и регионами, а также монополизацией цифровых платформ, ограничивающей доступ к рынкам.

Таблица 16 - SWOT-анализ тенденций развития мировой креативной экономики

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (ДРАЙВЕРЫ)	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (БАРЬЕРЫ)
- Смещение экономического развития в сторону человекоцентричности и инклюзии - Интенсивная цифровизация, рост доступности цифровых и сетевых технологий для населения - Превращение знаний, информации и интеллектуального капитала в ключевые факторы производства - Рост потребления креативного продукта; - Высокая адаптивность и инновационная восприимчивость креативных индустрий; - Способность креативного сектора генерировать нематериальную добавленную стоимость и новые формы занятости	- Институциональная фрагментарность регулирования креативных индустрий - Асимметрия доступа к финансовым, инфраструктурным и цифровым ресурсам - Высокая зависимость от качества человеческого капитала и образовательных систем - Неравномерность пространственного и регионального развития креативного сектора; - Сложность статистического учёта и измерения результатов креативной экономики
ВОЗМОЖНОСТИ (ПОТЕНЦИАЛ)	**УГРОЗЫ (РИСКИ)**
- Трансформация потребительских моделей в сторону персонализированных и нематериальных продуктов - Институционализация принципов устойчивого производства и потребления - Развитие кластерных, сетевых и платформенных форм организации креативной деятельности - Вовлечение молодых и пожилых людей как потенциально прекарных (нестабильно занятых и уязвимых) групп в экономическую активность - Диверсификация структуры экономики и снижение зависимости от сырьевых отраслей	- Усиление глобальной конкуренции за креативные ресурсы и талант - Рост цифрового и технологического неравенства между странами и регионами - Монополизация цифровых платформ и ограничение доступа к рынкам - Высокая чувствительность креативных индустрий к макроэкономическим и геополитическим шокам - Рост стоимости жизни в креативных городских агломерациях
Примечание – Составлено автором	

Таким образом, проведённое исследование показало, что креативные индустрии в условиях постиндустриального развития выступают не вспомогательным, а системообразующим элементом экономики, обеспечивающим формирование нематериальной добавленной стоимости, диверсификацию занятости и развитие новых рынков. Выявленные в рамках анализа мирового опыта драйверы, ограничения и риски свидетельствуют о зависимости данного сектора от качества институциональной среды и необходимости адаптации международных моделей к национальным условиям. В этой связи представляется целесообразным перейти к анализу специфики развития креативных индустрий в Казахстане, их поэлементной панораме в контексте постиндустриальных трендов развития.

2 АНАЛИЗ СПЕЦИФИКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В КАЗАХСТАНЕ: ПОЭЛЕМЕНТНАЯ ПАНОРАМА И ПОСТИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ

2.1 Институциональное обеспечение функционирования креативной экономики в Казахстане

Институциональное обеспечение креативной экономики представляет собой совокупность формальных и неформальных правил, механизмов координации и организаций, определяющих условия функционирования экономических агентов, занятых в сфере создания и коммерциализации креативных, культурных и интеллектуальных продуктов. При этом в креативной экономике значение институциональной среды усиливается в связи с опорой на нематериальные активы, человеческий капитал и интеллектуальную собственность.

С позиций новой институциональной экономики Д. Норта институты рассматриваются как «правила игры», задающие стимулы и ограничения экономического поведения [114]. В контексте креативной экономики это означает, что наличие творческого потенциала не обеспечивает экономический результат без развитой институциональной среды [115].

Применительно к Казахстану можно проследить эволюцию институционального обеспечения креативной экономики – от доминирования культурной политики и административного регулирования к рыночно-ориентированным механизмам. Для выявления этапов этой трансформации рассматривается эволюция нормативно-правового регулирования креативных индустрий (таблица Б.1 Приложения Б), анализ которой показывает фрагментарный и несистемный характер формирования институциональной базы на всех этапах [116-152].

На первом этапе (1994-2009 гг.) в течение длительного времени креативная деятельность рассматривалась преимущественно как элемент культурной политики, не выделялась в самостоятельный объект регулирования и функционировала в рамках разрозненных правовых режимов, ориентированных преимущественно на охрану интеллектуальной собственности и поддержку культурной сферы [116-125].

На втором этапе (2010–2015 гг.) креативная деятельность частично интегрируется в экономическую и инновационную политику, формируется институциональная база её участия в экономике, однако сектор остаётся фрагментированным и не выделяется как самостоятельный объект регулирования [126-137].

Третий этап (2016-2020 гг.) характеризуется дифференциацией регулирования по сегментам (аудиовизуальный сектор, культурное наследие, научно-техническая деятельность), но при этом сохранется разрыв между фактической структурой креативной деятельности и её институциональным оформлением; регулирование остаётся отраслевым и несогласованным [138-143].

Четвёртый этап (с 2021года по настоящее время) связан с институциональным признанием креативных индустрий как самостоятельного объекта регулирования: формируются критерии их идентификации, перечни видов

деятельности и инструменты поддержки, усиливается интеграция в стратегическую повестку экономического развития [144-152]. Параллельно предусматривается расширение инструментов государственной поддержки (включая создание специализированного фонда и развитие креативных хабов), а также инициирована разработка новой Концепции развития креативных отраслей на 2026-2030 годы. Вместе с тем, несмотря на расширение нормативно-правовой и программно-стратегической базы, институциональное обеспечение креативной экономики остаётся несистемным, сохраняется несогласованность нормативных актов и механизмов регулирования (таблица Б.2 Приложения Б). В таблице Б.2 структура институционального обеспечения креативных индустрий в Казахстане представлена как совокупность контуров регулирования.

- правовой контур связан с формированием базовой институциональной среды для развития креативных индустрий, однако он слабо учитывает специфику креативного продукта и связанных с ним гибких форм занятости;

- контур интеллектуальной собственности связан с правовой охраной результатов творческого труда, но он слабо интегрирован с механизмами коммерциализации;

- культурно-отраслевой контур регулирует традиционные сегменты креативных индустрий (культура, кино, наследие), но в нем преобладают административно-бюджетные модели;

- научно-инновационный контур задает рамки для трансфера знаний и технологий, но еще слабо сопряжен с технологическими креативными индустриями.

- предпринимательский контур регулирует функционирование субъектов креативного бизнеса, но имеет проблемы, связанные с «невидимостью» креативных индустрий и гибких форм занятости;

- финансово-экономический контур характеризуется неадаптированностью инструментов к креативным продуктам и ограниченностью узкоспециализированных инструментов;

- стратегический контур задаёт опредленные долгосрочные ориентиры развития, но имеет декларативный характер и слабо детализирован инструментарно.

Таким образом, существующая модель институционального обеспечения креативных индустрий в Казахстане не обеспечивает сквозное регулирование полного цикла креативного продукта «создание – коммерциализация – масштабирование – экспорт» [153]. Для конкретизации выявленных ограничений используется структурно-функциональный подход, позволяющий идентифицировать институциональные «ямы» и «ловушки» через их влияние на функционирование креативной деятельности. Их выявление основано на сопоставлении нормативно-правовой базы (таблицы Б.1 и Б.2) с фактической практикой функционирования креативных индустрий. Результаты анализа по видам деятельности, сгруппированным в рамках авторской структурно-функциональной типологии, представлены в таблице 17.

Институциональная «яма» понимается как разрыв между экономической природой деятельности и механизмами её регулирования, а «ловушка» – как совокупность практик, воспроизводящих этот разрыв.

Таблица 17 – Институциональные «ямы» и «ловушки» регулирования по отдельным видам креативной деятельности в Казахстане в рамках авторской структурно-функциональной типологии креативных индустрий

Структурно-функциональный тип креативных индустрий	Вид креативной деятельности	Институциональная яма (структурный разрыв)	Институциональная ловушка (механизм воспроизводства)	Результат (институциональный эффект)
Историко-культурные	Культурное наследие	Разрыв между охранной функцией объектов наследия и возможностями их экономического использования	Доминирование рестриктивных режимов охраны и административного контроля	Низкая инвестиционная привлекательность; ограниченная капитализация культурных ресурсов
	Библиотеки, музеи	Несоответствие общественной функции и потенциала коммерциализации	Бюджетно-сметное финансирование и жёсткая регламентация деятельности	Слабая финансовая устойчивость; неразвитость предпринимательства
	Народные промыслы	Несовместимость традиционного характера деятельности с механизмами ИС	Высокие транзакционные издержки охраны ИС и низкая мотивация ней	Теневая или полутеневая деятельность; слабый доступ к господдержке
Художественно-исполнительские и дизайнерские	Культурно-досуговые учреждения	Ограниченная адаптация к проектным и гибким формам организации деятельности	Закрепление статуса бюджетных учреждений и административных регламентов	Низкая институциональная гибкость; слабая реакция на рыночный спрос
	Музыка	Недостаточная поддержка коммерциализации, экспорта и масштабирования	Сосредоточенность регулирования на защите прав без экосистемных инструментов	Снижение конкурентоспособности на глобальных цифровых рынках
	Ювелирное дело	Разрыв между художественной ценностью и промышленной логикой регулирования	Доминирование таможенного и сырьевого регулирования	Сдерживание развития дизайнерских и авторских форм производства
Аудиовизуальные и медиаиндустрии	Кино и анимация	Фрагментация производственных цепочек и слабая кластерная интеграция	Проектный характер финансирования без механизмов устойчивого роста	Нестабильность занятости; ограниченные мультипликативные эффекты
	Телепрограммы	Ограниченная диверсификация контента и слабая цифровая интеграция	Жёсткое лицензирование и доминирование традиционных моделей вещания	Снижение инновационной динамики и адаптивности
	Организация конференций, выставок	Недооценка креативной составляющей деятельности	Институциональное отнесение к сервисным услугам	Исключение из системы поддержки креативных индустрий
Технологические (цифровые)	IT и геймдевелопмент	Несоответствие гибкой занятости формальным критериям регулирования	Встраивание в IT- и индустриальные режимы без учёта креативной специфики	Слабый доступ к поддержке; институциональная невидимость субъектов
Примечание – Составлено автором				

Анализ показывает, что в креативных индустриях Казахстана «ямы» носят системный характер и выражаются в несоответствии охранных, бюджетных и правовых механизмов регулирования требованиям гибкости, коммерциализации и цифровизации. Эти разрывы закрепляются «ловушками» – устойчивыми механизмами воспроизводства ограничений, такими как доминирование рестриктивного контроля, бюджетно-сметного финансирования, административной регламентации и узкоотраслевых режимов регулирования. В результате формируются институциональные эффекты: снижение инвестиционной привлекательности и капитализации, слабая финансовая устойчивость, ограниченная инновационная динамика, нестабильность занятости и институциональная «невидимость» части субъектов креативной деятельности.

В этих условиях ключевую роль играют инструменты нормативной формализации, закрепляющие границы креативных индустрий и круг их субъектов. Утверждение критериев отнесения субъектов к креативным индустриям [149] и Перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии [152], стало важным этапом их институционализации, выполняя не только идентификационную, но и селективную функцию, задавая рамки признания креативной деятельности. Вместе с тем их применение выявило ограничения, связанные с неполным охватом ряда сегментов (издательская деятельность, аудиовизуальная дистрибуция, реклама, цифровой контент), что обуславливает необходимость расширения перечня креативных видов деятельности (таблица 18).

Таблица 18 – Предложения по дополнению Перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии

Код ОКЭД	Наименование вида деятельности	Обоснование включения
58110	Издание книг	Базовый сегмент publishing-индустрии, присутствует в международных классификациях, отсутствует в действующем Перечне
58130	Издание газет	Формирует сегмент новостного и общественно-политического контента в структуре креативных индустрий
58140	Издание журналов и периодических публикаций	Обеспечивает развитие сегмента медийного и культурного контента, дополняет издательский сектор
60100	Радиовещание	Является частью аудиовизуального сектора, логически дополняет уже включённую телевизионную деятельность
59130	Распространение кино-, видеофильмов и телевизионных программ	Обеспечивает стадию дистрибуции в аудиовизуальной индустрии, отсутствующую в Перечне
59140	Деятельность по показу кинофильмов	Завершает полный цикл аудиовизуального производства соответствует международной практике
63910	Деятельность информационных агентств	Производство новостного контента как элемента медиаиндустрии
63120	Веб-порталы	В части создания и распространения цифрового креативного контента (онлайн-медиа, платформы)
73110	Деятельность рекламных агентств	Один из ключевых секторов креативной экономики, отсутствует в действующем Перечне
14110	Производство одежды из кожи	Расширяет сегмент fashion-индустрии, уже частично представленный в Перечне
Примечание – Составлено автором по источникам [47],[142],[143]		

Предлагаемые в таблице 18 дополнения направлены на расширение институциональных границ креативных индустрий и повышение точности их идентификации в системе государственного регулирования, включая:

- расширение перечня видов деятельности за счёт недостающих сегментов (издательская деятельность, аудиовизуальная дистрибуция и показ, реклама, цифровое производство и распространение контента);
- совершенствование критериев отнесения субъектов с учётом гибких и проектных форм занятости (фриланс, самозанятость);
- дополнение отраслевого подхода функциональным, ориентированным на создание креативного (символического) продукта в соответствии с практиками UNCTAD и UNESCO;
- институциональное закрепление цифровых форм креативной деятельности, включая онлайн-контент, цифровые медиа и платформенные модели.

Уточнение классификационных границ креативных индустрий не исчерпывает проблем их институционального обеспечения. Для комплексного анализа необходимо учитывать совокупность институциональных субъектов и инструментов регулирования и поддержки (таблица Б.3 Приложения Б). Таблица Б.3 отражает их многоконтурный характер, при этом функции распределены между различными государственными и квазигосударственными субъектами. Однако такая множественность не обеспечивает целостности системы и сопровождается рассогласованностью инструментов и механизмов поддержки.. Выявленные ограничения отражают более глубокие структурные противоречия и позволяют выделить типы институциональных провалов, характеризующих механизмы их воспроизводства и влияние на интеграцию креативных индустрий в НИС (таблица 19).

Представленная типология институциональных провалов позволяет рассматривать выявленные ограничения как проявление системной несогласованности институционального обеспечения креативной экономики. Совокупность координационных, регуляторных, селективных, инновационных, финансовых, стратегических и статистических дисфункций формирует среду, не соответствующую специфике креативной деятельности, что ограничивает её участие в инновационных процессах и интеграцию в НИС.

В целом проведённый анализ институционального обеспечения креативной экономики в показывает, что, несмотря на формирование нормативной базы и признание креативных индустрий как самостоятельного объекта государственной политики, сложившаяся система регулирования остаётся фрагментарной и несогласованной. Многоуровневая структура институтов и инструментов не обеспечивает сквозного сопровождения полного цикла создания, коммерциализации и масштабирования креативного продукта. Выявленные институциональные ограничения носят системный характер и требуют перехода к целостной, скоординированной модели регулирования, ориентированной на специфику креативного сектора, рамширение его границ и интеграцию в НИС. В этих условиях возникает необходимость перехода от институционального анализа к исследованию фактических параметров и динамики развития креативных индустрий, что определяет содержание следующего подраздела.

Таблица 19 – Авторская типология институциональных провалов развития креативных индустрий в Казахстане в контексте их инеграции в НИС

Тип институционального провала	Сущностная характеристика провала	Проявление в креативных индустриях	Последствия для развития креативных индустрий и их интеграции в НИС
Координационный	Отсутствие единого центра политики в сфере КИ	Распыление функций между органами и несогласованность мер поддержки	Низкая результативность политики и размывание ответственности, приводящие к институциональной несогласованности НИС и отсутствию межсекторной координации
Регуляторный	Доминирование контрольных и разрешительных функций над стимулирующими	Жёсткое регулирование отдельных видов креативной деятельности (ювелирная сфера, объекты культурного наследия, авторские права) при ограниченных инструментах поддержки	Снижение предпринимательской активности и притока новых участников в НИС
Селективный	Узкие критерии идентификации субъектов КИ	Исключение фрилансеров, самозанятых и проектных команд из господдержки	Институциональная неинклюзивность, искажение статистики и недоучёт креативного потенциала, сужающие базу участников НИС
Инновационный	Слабая интеграция КИ в систему индустриально-инновационного развития	Отсутствие связей с промышленными, технологическими и экспортными кластерами	Недоиспользование потенциала КИ, ограничение их вклада в диверсификацию и инновации, разрыв с технологическими секторами
Финансово-институциональный	Ограниченный доступ к специализированным финансовым инструментам	Преобладание универсальных мер поддержки МСБ, не учитывающих специфику креативной деятельности	Недостаток адаптированных финансовых инструментов, зависимость от грантов и слабое масштабирование, снижающие инвестиционную привлекательность КИ и их участие в венчурных механизмах НИС
Стратегический	Отсутствие устойчивой долгосрочной институциональной рамки развития КИ	Преобладание краткосрочных программ при отсутствии системы долгосрочной поддержки	Низкая предсказуемость политики, слабые стимулы для долгосрочных инвестиций и развития человеческого капитала, что ограничивает интеграцию КИ в стратегическое планирование НИС
Статистико-аналитический	Несоответствие статистического учёта структуре креативной экономики	Ограниченная учётность фриланса и цифровых форм занятости, неполный охват КИ	Искажение оценки масштаба КИ и неполный статистический учёт, снижающие качество аналитики и управления НИС
Примечание – Составлено автором			

2.2. Профили и векторы развития креативных индустрий в Казахстане: структурно-динамический анализ

Институциональная конфигурация креативных индустрий в Казахстане формализована приказом Министра культуры и информации РК от 20 октября 2025 года № 572-Н «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии» [152], согласно которому сектор включает 43 вида деятельности по ОКЭД, объединённых в 12 укрупнённых групп.

Анализ динамики валовой добавленной стоимости (ВДС) креативных индустрий показывает устойчивое расширение данного сектора в 2020-2024 годы с ростом более чем в 2 раза – с 601,5 до 1202,9 млрд тенге (рисунок 19). Это говорит об усилении вклада креативных индустрий в экономику: их среднегодовые темпы роста опережают рост ряда традиционных отраслей, что указывает на наличие устойчивого внутреннего спроса на креативные товары и услуги.

Вместе с тем рисунок 19 выявляет ключевое ограничение: несмотря на рост абсолютных объёмов ВДС, доля креативных индустрий в ВВП Казахстана остаётся стабильно низкой (около 1%) и не демонстрирует устойчивого роста. Это указывает на экстенсивно-догоняющий характер развития: креативный сектор растёт быстрее среднего, но с низкой базы и без изменения отраслевой структуры ВВП, не выступая пока фактором структурных сдвигов в экономике.



Рисунок 19 – ВДС креативных индустрий и их доля в ВВП Казахстана, %

Примечание – Составлено автором по источникам [101],[102],[156]

Ограниченность макроэкономической роли креативного сектора особенно проявляется в международном сравнении (рисунок 20). В странах с развитой креативной экономикой его доля в ВВП, как правило, превышает 3-5%, а в ряде случаев ещё выше, отражая интеграцию креативных индустрий в ядро

экономического роста. На этом фоне показатель Казахстана (1%) свидетельствует о существенном отставании не только от развитых экономик, но и от стран сопоставимого уровня дохода, где креативные индустрии выступают важным источником диверсификации и экспорта.

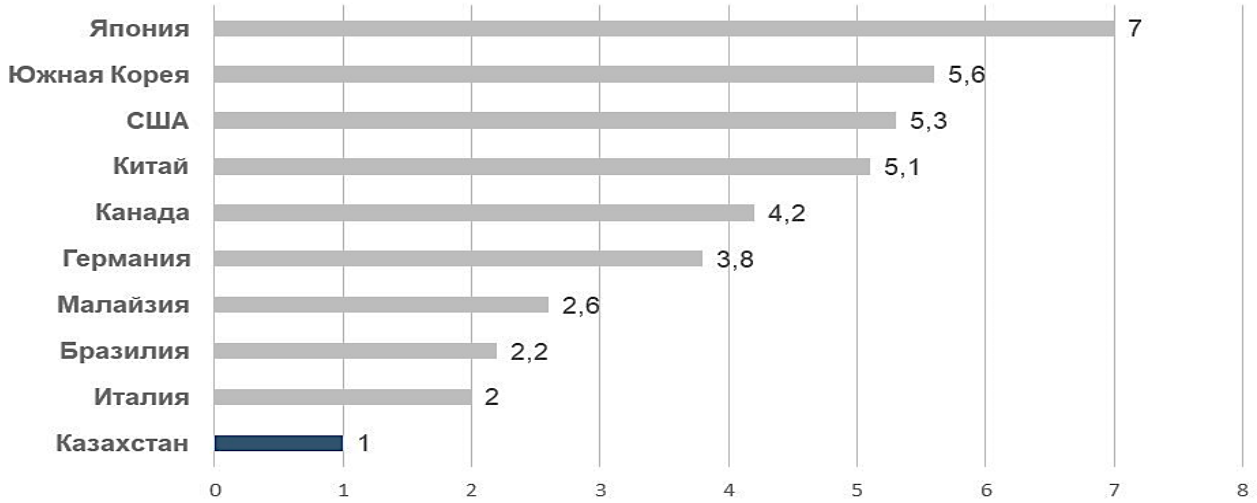


Рисунок 20 – Доля креативной экономики в ВВП по странам мира, %
(Казахстан - 2024 г.; другие страны - 2022 г.)

Примечание – Составлено автором по источникам [101],[102],[156]

Отставание Казахстана обусловлено совокупностью структурных факторов: доминированием традиционных сегментов креативных идустрий с низкой добавленной стоимостью, слабой экспортной ориентацией креативной продукции, недостаточной капитализацией интеллектуальных активов и ограниченной инвестиционной поддержкой. В результате макродинамика креативных индустрий характеризуется противоречием между высокими темпами абсолютного роста и низкой структурной значимостью, что формирует аналитическую рамку дальнейшего исследования – выявление внутренних источников этого дисбаланса на уровне отраслевой структуры, предпринимательской базы, занятости, производительности и инвестиций.

Структурный анализ ВДС креативных индустрий позволяет выявить внутренние источники роста и дисбалансы (рисунок 21).

Данные рисунка 21 фиксируют выраженную асимметрию отраслевой структуры и различия экономических профилей сегментов. Наибольший вклад обеспечивает IT-сектор и разработка видеоигр – 38% ВДС (459 млрд тенге), при этом почти весь объём приходится на программное обеспечение, тогда как геймдевелопмент составляет лишь 2,1 млрд тенге (менее 0,2%). Традиционные креативные индустрии сохраняют значительный удельный вес в структуре ВДС: архитектура, мода и дизайн формируют 24% (286 млрд тенге), культурно-досуговые учреждения – 11,1% (132 млрд тенге), библиотеки и музеи – 6,5% (81 млрд. тенге), народные промыслы – 5,1% (60 млрд тенге). Современные контентные индустрии – телевидение, кино, фотография и музыка – формируют лишь 11,5% ВДС, что свидетельствует об ограниченных масштабах производства, инвестирования и коммерциализации в этих отраслях.

Таким образом, структура ВДС формирует двухконтурную модель креативной экономики: с одной стороны – узкий высокопроизводительный цифровой сегмент, генерирующий значительную добавленную стоимость при ограниченном числе субъектов, с другой – масштабный традиционный сектор, обеспечивающий занятость и социально-культурные функции, но характеризующийся низкой экономической отдачей. Это формирует устойчивое структурное противоречие, воспроизводящееся во внешней торговле, структуре субъектов, занятости и инвестициях.

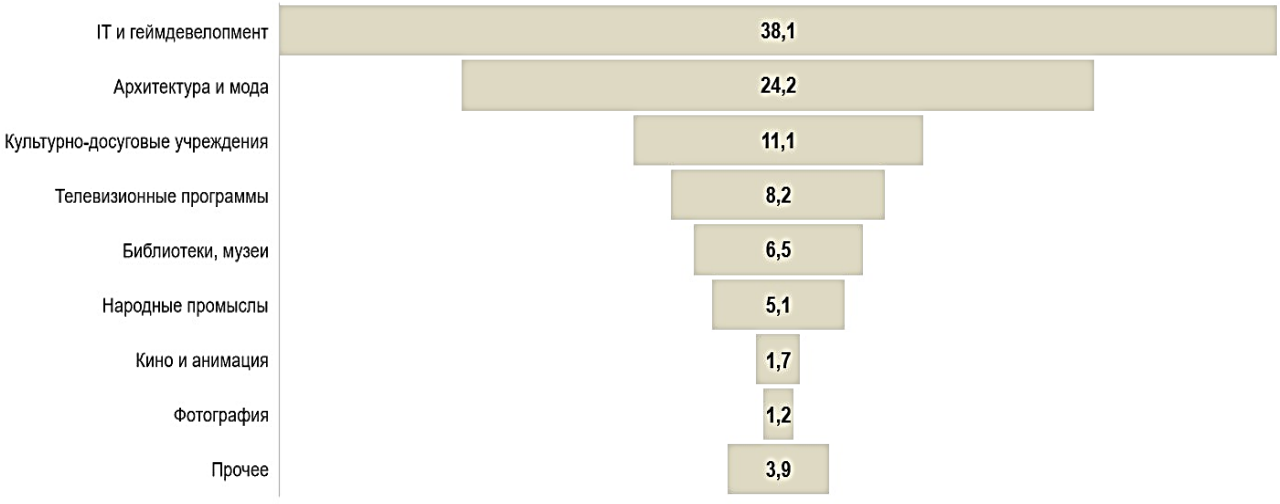


Рисунок 21 - Структура по ВДС креативных индустрий Казахстана, %

Примечание – Составлено автором по источникам [101],[102],[156]

Переходя к внешнеэкономическому измерению, отметим, что структура и динамика внешней торговли креативными товарами воспроизводят ранее выявленную двухконтурность в усиленной, асимметричной форме (рисунок 22).

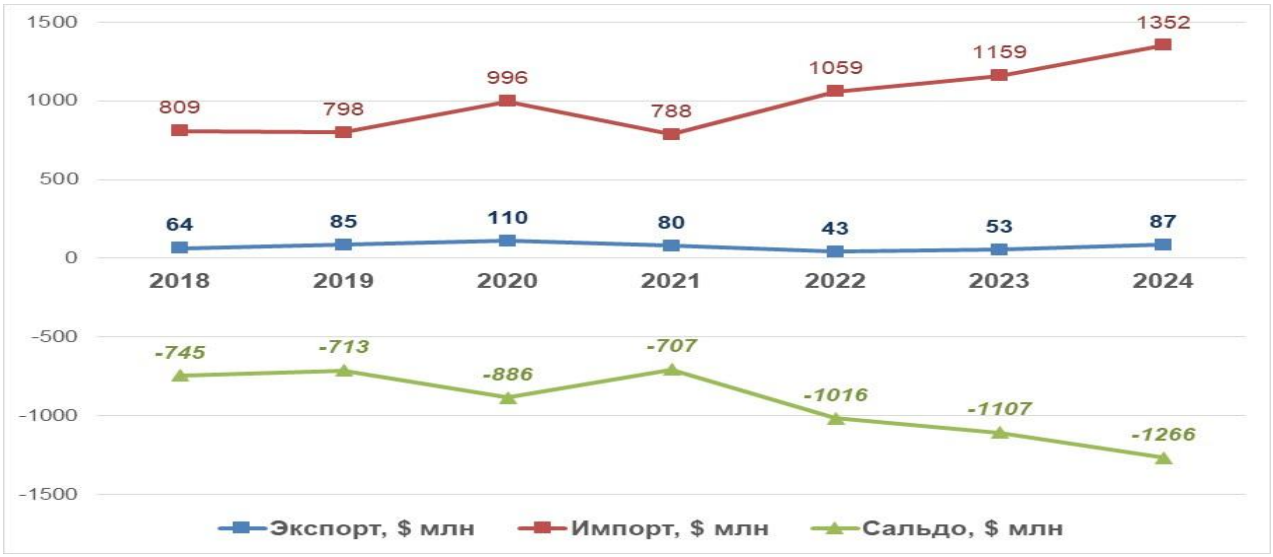


Рисунок 22 - Сальдо внешней торговли по креативным товарам, млн. долл

Примечание – Составлено автором по источникам [101],[102],[156]

Как показано на рисунке 22, в рассматриваемый период сальдо внешней торговли креативными товарами Казахстана оставалось устойчиво отрицательным, а дефицит увеличился на 70%. Это обусловлено опережающим ростом импорта (+67%) при более умеренной динамике экспорта (+36%) креативных товаров, что указывает о зависимости от внешних поставок и слабой способности отечественных производителей к импортозамещению и выходу на внешние рынки.

Импортная структура (рисунок 23) уточняет характер зависимости: наибольший объём импорта в 2024 году пришёлся на категорию «Интерьер» – 362,4 млн долл., что свидетельствует о дефиците отечественных дизайнерских, мебельных и интерьерных решений и слабой развитости связки «дизайн – производство – сбыт» внутри страны.

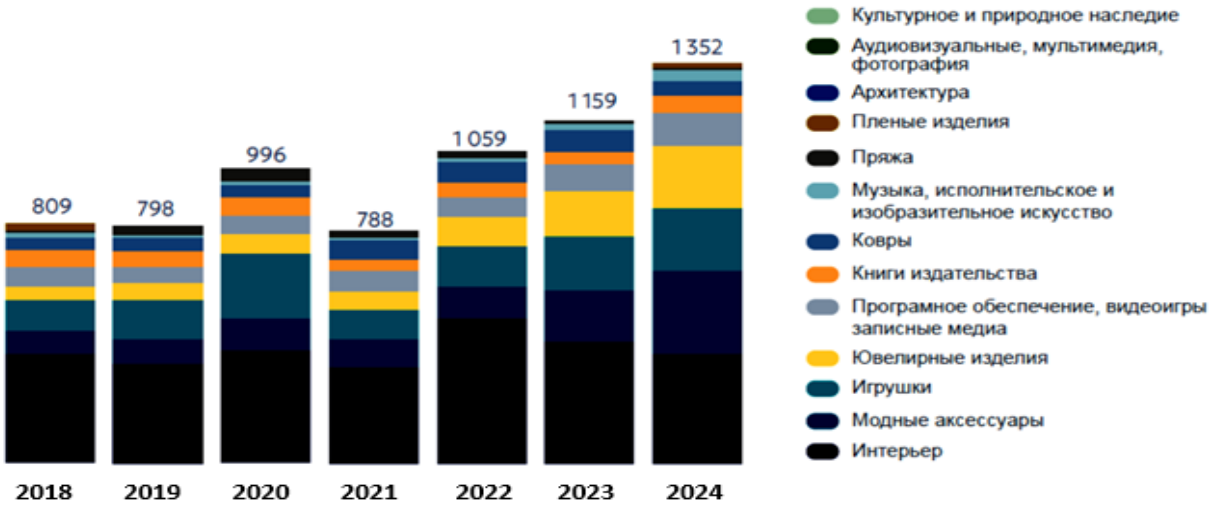


Рисунок 23 - Импорт креативных товаров Казахстаном, млн. долл

Примечание – Составлено автором по источникам [101],[102],[156]

Географическая структура импорта (рисунок 24) усиливает выявленные риски: высокая концентрация поставок (45% - Китай, 22% - Россия) указывает на зависимость от узкого круга партнёров и уязвимость к внешним шокам. Импорт из Италии и Франции отражает присутствие премиального сегмента, однако его доля невелика и не обеспечивает значимого технологического трансфера.

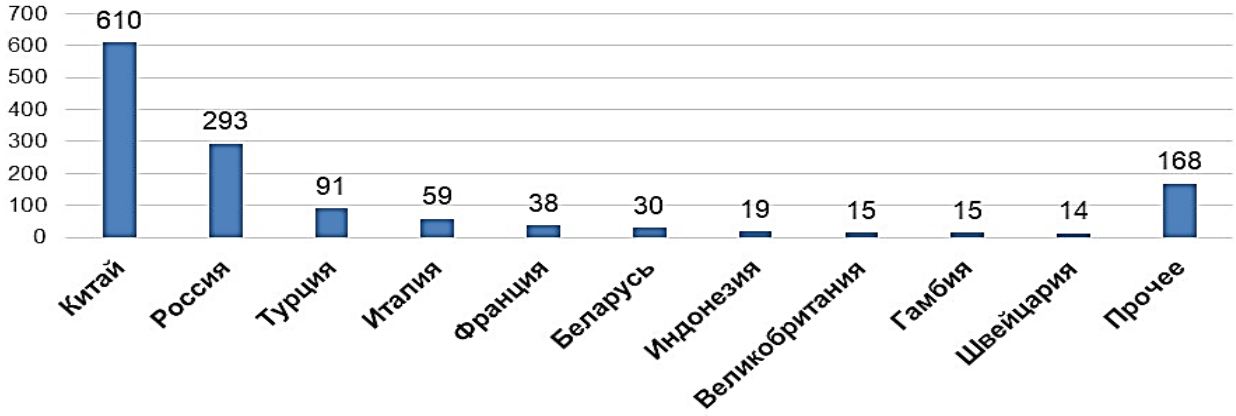


Рисунок 24 - Импорт креативных товаров по странам, млн. долл.

Примечание – Составлено автором по источникам [101],[102],[156]

Экспорт креативных товаров характеризуется стагнацией с отдельными очагами роста (рисунок 25). Общий объём экспорта в рассматриваемый период рос медленно, что указывает на отсутствие системного экспортного прорыва.

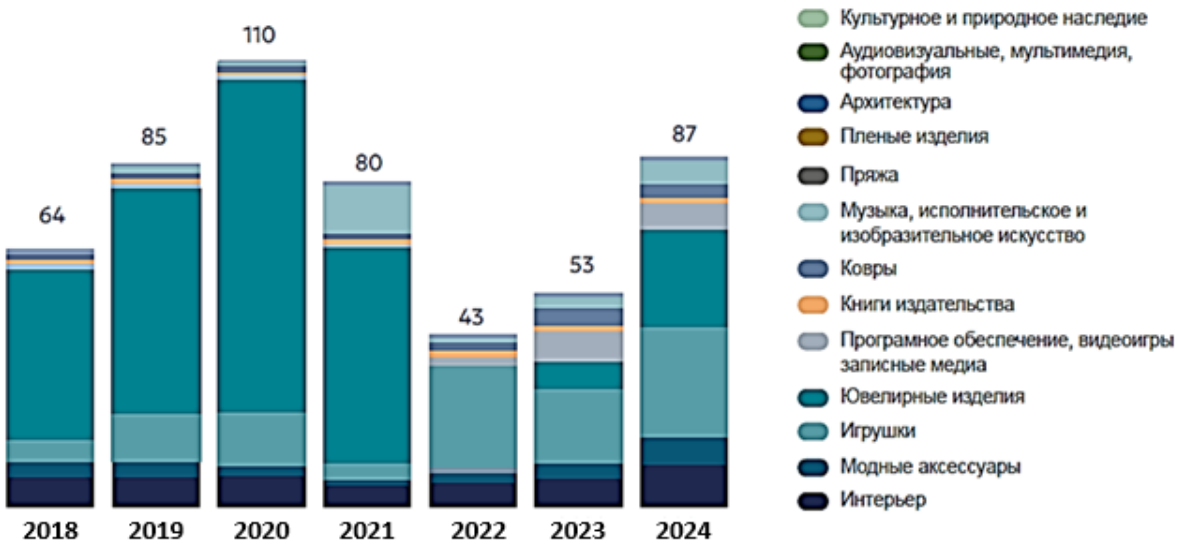


Рисунок 25 - Экспорт креативных товаров Казахстана, млн. долл.

Примечание – Составлено автором по источникам [101],[102],[156]

География экспорта креативных товаров (рисунок 26) остаётся преимущественно региональной: 55% поставок приходится на Россию, 12% – на ОАЭ, 7% – на Францию. Это указывает на зависимость от ограниченного круга рынков и слабую интеграцию в глобальные цепочки добавленной стоимости, при этом экспорт в развитые креативные рынки носит эпизодический характер и не подкреплён устойчивыми брендами или индустриальными платформами.

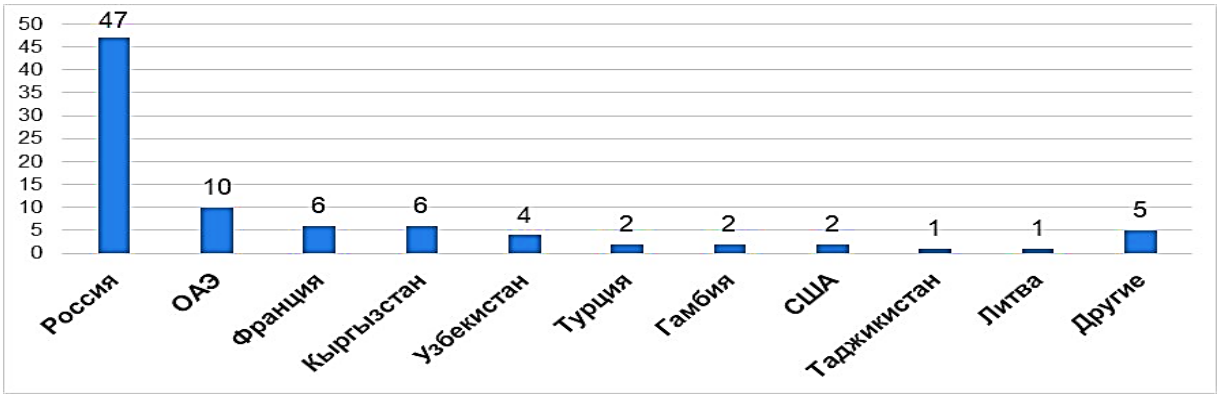


Рисунок 26 - Экспорт креативных товаров Казахстаном по странам-покупателям, млн. долл.

Примечание – Составлено автором по источникам [101],[102],[156]

В совокупности анализ рисунков 22-26 позволяет сделать ключевой вывод: внешнеэкономическое измерение креативных индустрий Казахстана воспроизводит их внутренние структурные дисбалансы. Узкий цифровой сегмент ориентирован преимущественно на внутренний рынок, тогда как традиционные индустрии, несмотря на масштаб, не формируют значимого экспортного потенциала.

В результате креативный сектор выступает нетто-импортёром, что ограничивает её вклад в диверсификацию экспорта и внешнеэкономическую устойчивость.

Выявленные внешнеэкономические дисбалансы обусловливают необходимость обращения к внутренним факторам развития сектора, прежде всего к структуре его предпринимательской базы. В этом контексте численность и структура субъектов формируют микроэкономический фундамент креативных индустрий, определяя их способность к масштабированию, росту производительности и выходу на внешние рынки, что делает анализ их динамики ключевым этапом структурно-динамического исследования.

Как показано на рисунке 27, число субъектов креативных индустрий выросло в 2,7 раза, что свидетельствует об активном формировании сектора. Однако рост носит асимметричный и преимущественно экстенсивный характер: он обеспечен расширением сегмента индивидуальных предпринимателей (их доля увеличилась с 61% до 71%), что отражает доминирование микробизнеса и самозанятости при слабом развитии устойчивых корпоративных структур. Такая конфигурация сочетает низкие барьеры входа и высокие барьеры роста: большинство субъектов остаётся на уровне малых и проектных форм, не достигая накопления капитала и выхода на внешние рынки, вследствие чего расширение базы не сопровождается сопоставимым ростом ВДС, инвестиций и экспорта.



Рисунок 27 - Число субъектов в креативных индустриях Казахстана, единиц
Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Принципиально важно, что при росте числа субъектов доля креативных индустрий в структуре бизнеса Казахстана остаётся низкой – около 2%, что указывает на их маргинальное положение и отсутствие сформировавшегося полюса экономической активности.

Отраслевое распределение субъектов креативных индустрий (рисунок 28) уточняет источники экстенсивного роста: наибольшее их число сосредоточено в сегменте народных промыслов (12,2 тыс. ед.), где рост обеспечивается индивидуальными предпринимателями в ремесленном, текстильном и декоративно-

прикладном производстве. Несмотря на значимую социально-культурную роль, вклад этого сегмента в ВДС остаётся ограниченным.

Параллельно фиксируется ускоренный рост числа субъектов в IT-секторе и геймдевелопменте – в 3,7 раза, что указывает на формирование технологического ядра креативной экономики. Однако и здесь проявляется структурный разрыв: рост числа субъектов не сопровождается сопоставимым ростом занятости и добавленной стоимости. Значительная их часть представлена малыми командами и индивидуальными разработчиками, работающими в аутсорсинговом и проектном режиме, без формирования продуктовых компаний и капитализируемых интеллектуальных активов.

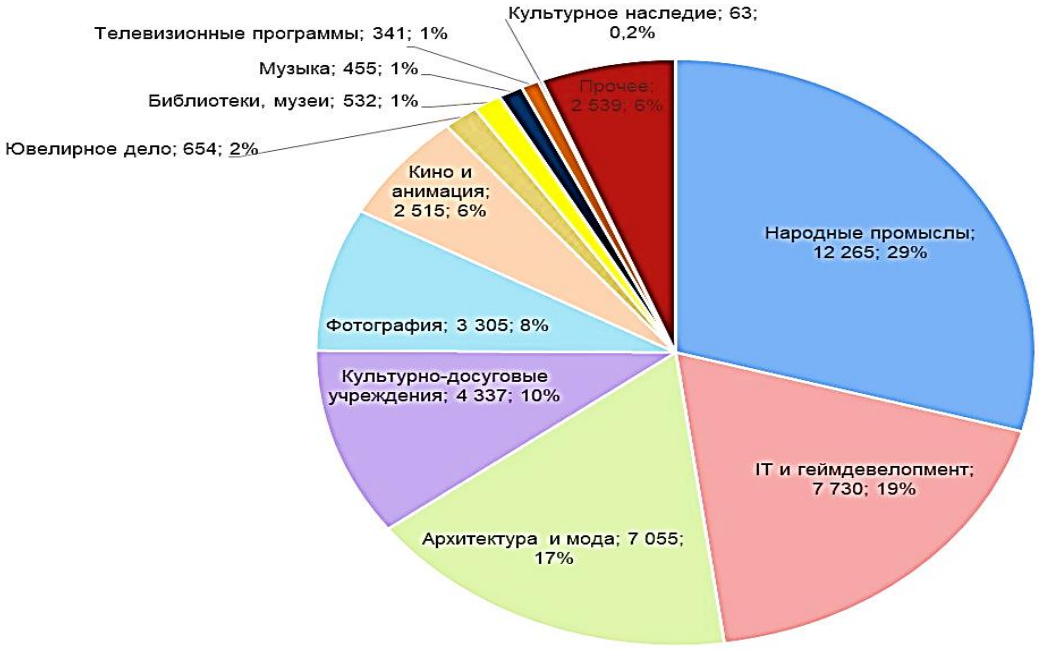


Рисунок 28 – Структура субъектов в разрезе креативных индустрий
Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Таким образом, данные рисунка 28 позволяют сделать вывод о существовании разрыва между предпринимательской активностью и экономическими результатами: сегменты с наибольшим числом субъектов не лидируют по ВДС, тогда как отрасли с высокой ВДС в своей основе имеют ограниченную по количеству субъектов предпринимательскую базу.

Региональная структура креативного предпринимательства также усиливает выявленные дисбалансы(рисунок 29): около 50% субъектов креативных индустрий сосредоточено в Алматы и Астане, тогда как в остальных регионах сектор остаётся фрагментированным, отражая неравномерное распределение креативного капитала и формируя «креативный центризм», при котором в регионах преобладают небольшие индивидуальные практики, ориентированные на локальный рынок и не обладающие эффектами масштабирования.

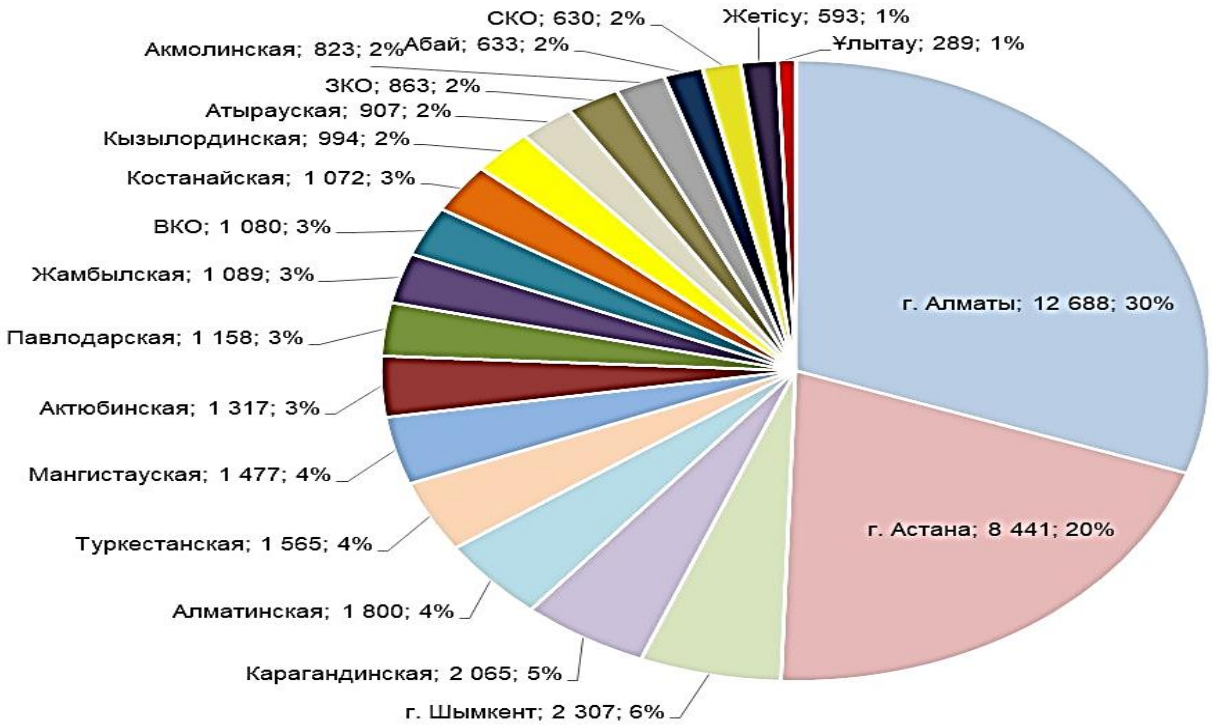


Рисунок 29 - Структура субъектов креативных индустрий в разрезе регионов

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Анализ структуры субъектов креативных индустрий по размеру (рисунок 30) выявляет системную фрагментацию: около 99% составляют малые предприятия, тогда как доля средних и крупных минимальна. Рост числа субъектов обеспечен именно малым бизнесом при сокращении числа средних, что указывает на «ловушку роста»: компании возникают, но не масштабируются. Отсутствие «среднего слоя» ограничивает накопление капитала, внедрение технологий и экспортный потенциал.



Рисунок 30 - Число субъектов креативных индустрий Казахстана по формам собственности, ед.

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Анализ рисунков 27-30 позволяет сделать принципиальный вывод: предпринимательская база креативных индустрий количественно расширяется, но качественно остаётся фрагментированной. Доминирование микросубъектов и

индивидуального предпринимательства формирует структурное ограничение, которое транслируется в занятость, производительность, выпуск и инвестиции, предопределяя экстенсивный характер развития сектора.

В этой связи структура занятости выступает ключевым звеном, связывающим предпринимательскую базу с экономической результативностью, а её динамика и пространственное распределение позволяют оценить как потенциал создания рабочих мест, так и степень интеграции креативных индустрий в региональные рынки труда.

Как показано на рисунке 31, прирост занятых в креативных индустриях превысил 34 тыс. человек, что свидетельствует о заметном вкладе сектора в расширение занятости, особенно в условиях ограниченной диверсификации экономики и высокой зависимости регионов от традиционных отраслей. При этом доля креативных индустрий в общей занятости выросла с 1,2% до 1,5%, отражая их постепенное проникновение в рынок труда. Однако её уровень остаётся низким, и, несмотря на положительную динамику, креативный сектор пока не выступает значимым системным источником занятости на национальном уровне.

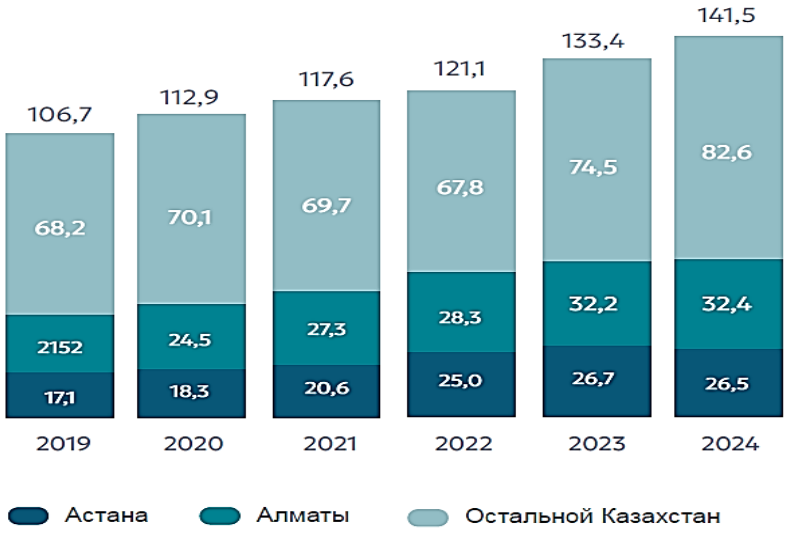


Рисунок 31 - Число занятых в креативных индустриях Казахстана, тыс. чел.
Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Количественный рост занятости сопровождается выраженной пространственной асимметрией: более 40% рабочих мест в креативных индустриях сосредоточено в Алматы и Астане, что подтверждает гиперцентрализованный характер развития сектора, основанный не на формировании региональных креативных экосистем, а на продолжающейся концентрации активности в крупнейших агломерациях.

Региональные различия особенно заметны при анализе уровня проникновения креативных индустрий в занятость (рисунок 32): в 2024 году в Астане показатель достиг 4%, в Алматы – 2,8%, тогда как в большинстве регионов не превышает 2%, а в отдельных снижается (например, Жамбылской области до 0,5%). Это отражает неравномерное распределение человеческого капитала, инфраструктуры и платёжеспособного спроса и свидетельствует о периферийном характере креативной экономики в регионах.

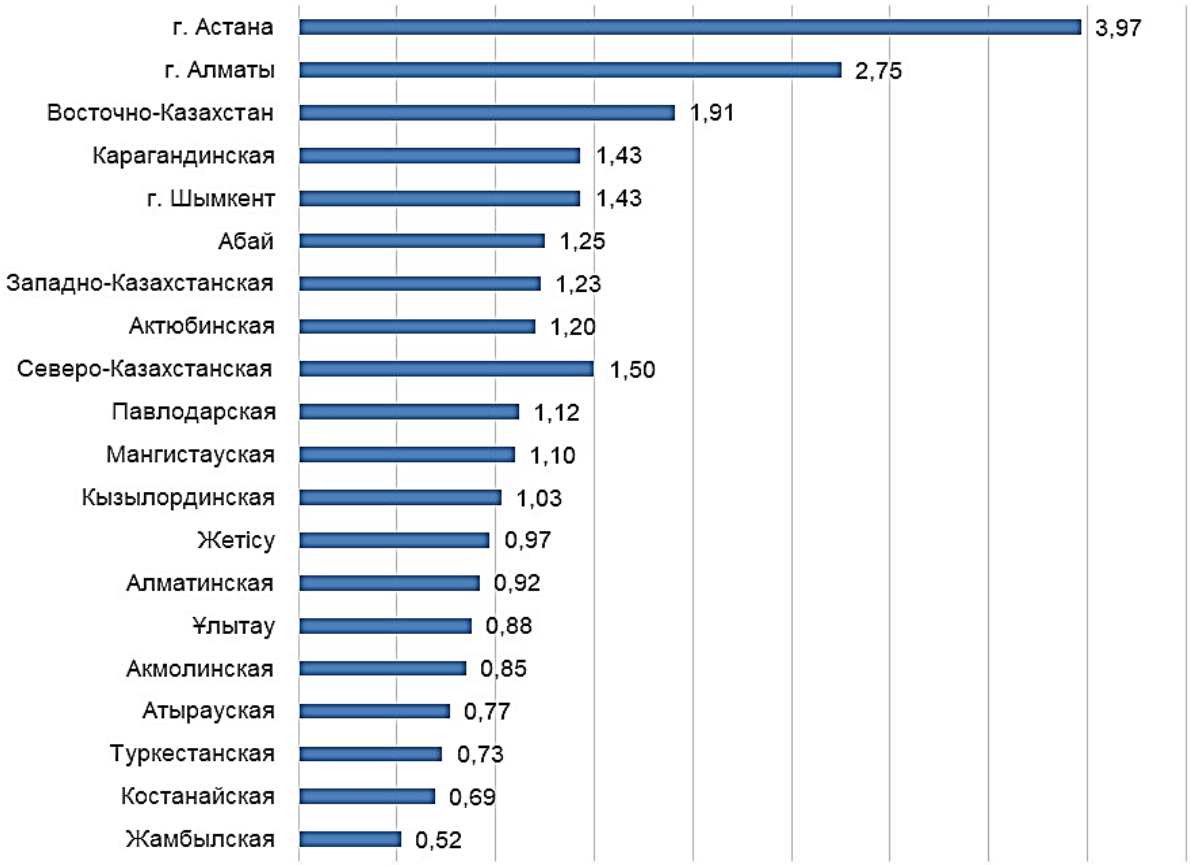


Рисунок 32 - Уровень занятости в креативных индустриях по регионам Казахстана, %

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Отраслевая структура занятости (рисунок 33) подтверждает и углубляет существующие дисбалансы: при лидирующем вкладе IT-сектора в ВДС на него приходится лишь около 21% занятых, тогда как традиционные сегменты (культурно-досуговые учреждения, библиотеки и музеи, архитектура, мода и народные промыслы) концентрируют около 66% работников. Это связано с принципиальными различиями в производительности труда: цифровые индустрии, обладая высокой капиталоёмкостью и технологичностью, генерируют значительную добавленную стоимость при меньшей занятости, тогда как традиционные сегменты остаются трудоёмкими и ориентированными на высокую занятость, но обеспечивают меньший экономический эффект на одного занятого.

Особого внимания заслуживает ситуация в сфере сегмент разработки видеоигр. При формальном включении в IT-сектор он практически не формирует занятости, указывает на отсутствие индустриального масштаба и подтверждает функциональную ограниченность «цифрового ядра» креативной экономики Казахстана.

Анализ рисунков 31–33 показывает, что рост занятости в креативных индустриях носит преимущественно экстенсивный и пространственно концентрированный характер: рабочие места создаются главным образом в традиционных сегментах и крупнейших агломерациях, тогда как высокопроизводительные

цифровые индустрии остаются узкими по занятости. Это предопределяет различия в выпуске и производительности и требует перехода к анализу производственных показателей.

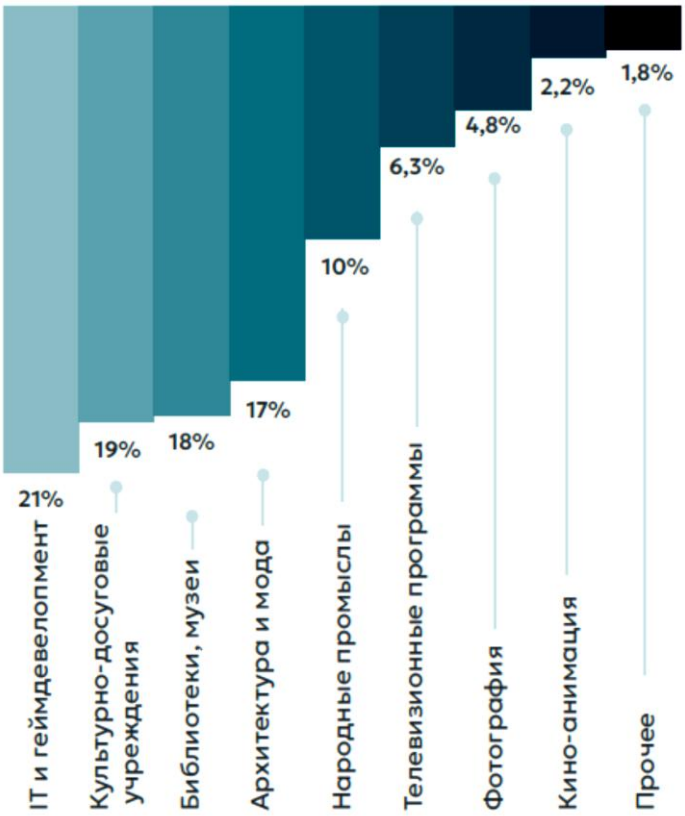


Рисунок 33 - Структура занятости в разрезе креативных индустрий Казахстана

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Показатели выпуска и производительности труда выступают результирующим уровнем анализа, аккумулируя влияние структуры субъектов, занятости, отраслевой специализации и инвестиционной модели креативных индустрий. В этой связи анализ рисунков 34-40 позволяет перейти от описания количественного роста к выявлению качества экономической динамики креативного сектора.

Микроэкономическая фрагментация, зафиксированная в структуре субъектов (рисунок 30), проявляется в низкой средней численности работников на один субъект (рисунок 34): в большинстве регионов она составляет 2–6 человек, а в Алматы – около двух. Это отражает доминирование микропредприятий и проектных форм занятости при отсутствии эффекта масштаба, специализации и устойчивого разделения труда.

Исключение составляют библиотеки и музеи, где средняя численность достигает 45 человек на один субъект; однако, будучи преимущественно государственным сектором и функционируя в административно-бюджетной логике, они ограниченно влияют на рыночную динамику роста и производительности.



Рисунок 34 - Среднее число работников на одном субъекте в разрезе регионов и креативных индустрий Казахстана, чел.

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Резкий рост объёма производства креативных индустрий – почти в 4 раза, до 1,6 трлн тенге (рисунок 35), на первый взгляд свидетельствует об интенсивном развитии сектора, однако с учётом выявленных структурных особенностей требует более строгой интерпретации.

Ключевым источником роста выпуска выступает IT-сектор, обеспечивший 896,4 млрд тенге (более половины общего объёма), что соответствует его доминированию в ВДС и высокой производительности труда. При этом рост не сопровождается расширением предпринимательской базы и занятости, указывая на капиталоёмкий и концентрированный характер производства, т.е. динамика выпуска отражает масштабируемость цифровых продуктов и концентрацию инвестиций, а не массовое вовлечение субъектов.

В отличие от этого киноиндустрия и музыкальная сфера формируют ограниченные объёмы выпуска – 13,2 и 23,9 млрд тенге, что обусловлено низкой инвестиционной насыщенностью и преобладанием микросубъектов. Иными словами, масштабы выпуска определяются не столько творческим потенциалом, сколько структурой предпринимательской базы и доступом к капиталу.

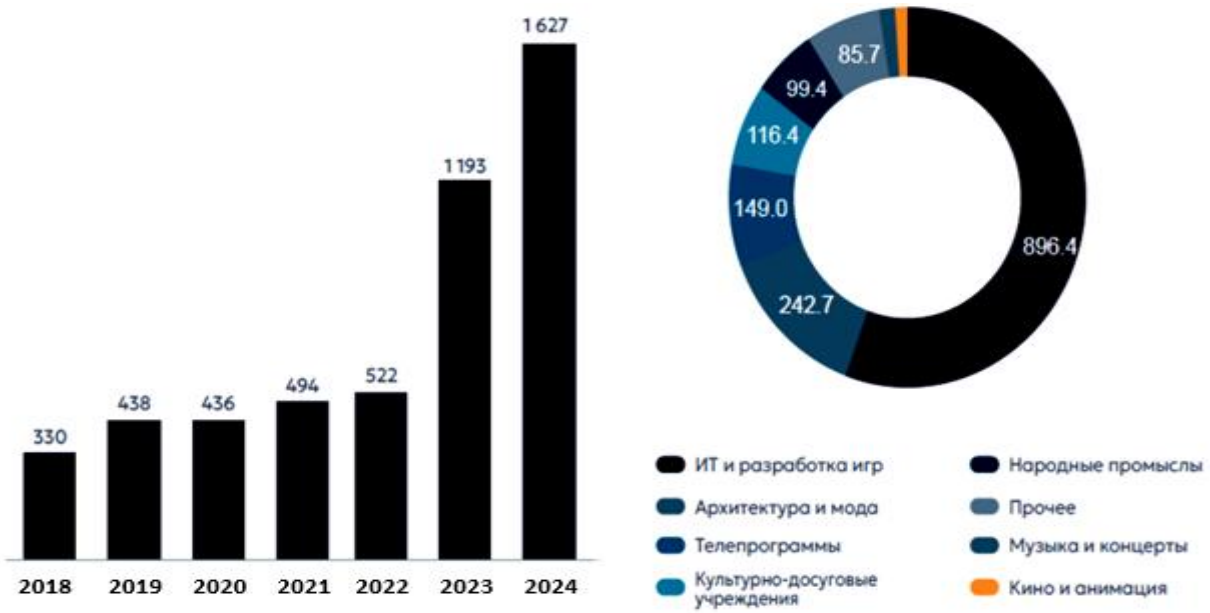


Рисунок 35 - Динамика объема производства и текущий объем в разрезе креативных индустрий Казахстана, млрд тенге

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Региональное распределение производства креативной продукции (рисунок 36) логически продолжает эту тенденцию: более 80% сосредоточено в Алматы и Астане, что воспроизводит концентрацию субъектов, занятости и инвестиций в этих городах.

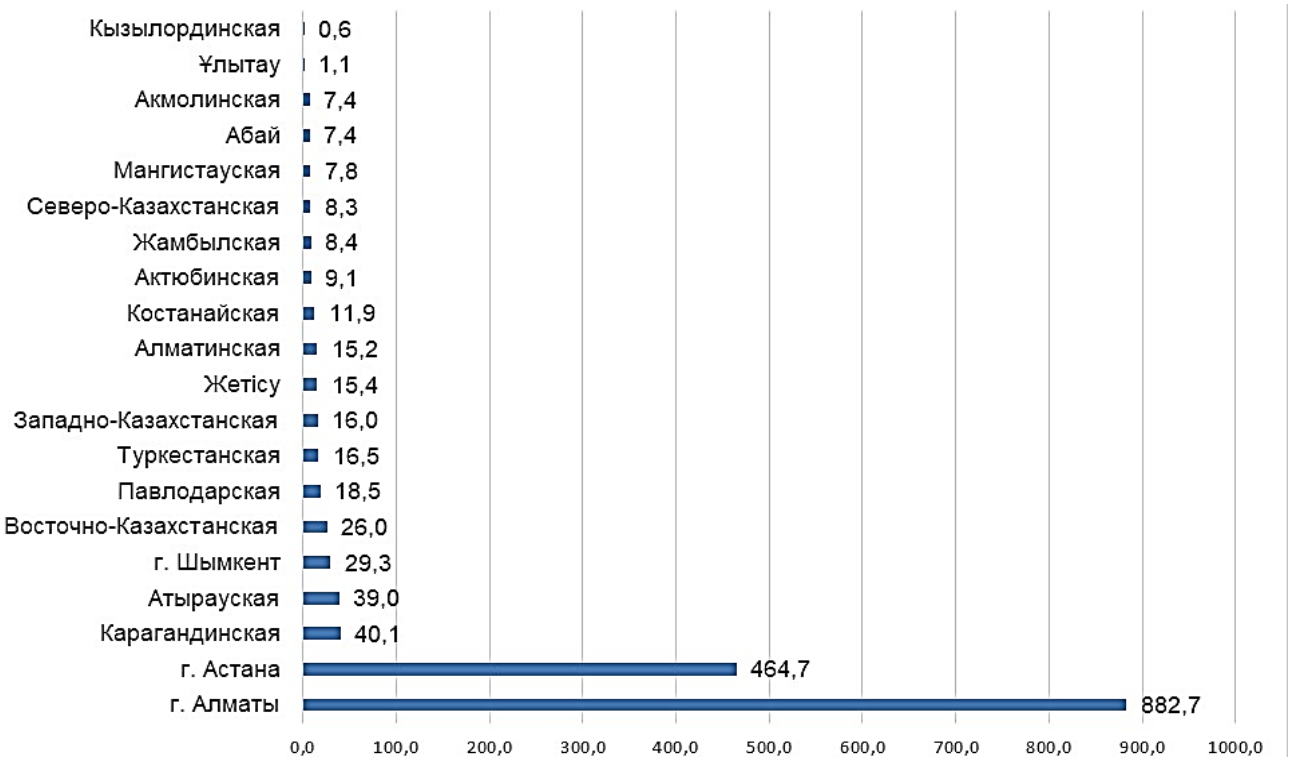


Рисунок 36 - Объем производства креативных индустрий в разрезе регионов Казахстана, млрд тенге

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Остальные регионы, несмотря на значительное число субъектов (особенно в сегменте народных промыслов), формируют лишь 279,4 млрд тенге выпуска, что указывает на разрыв между числом субъектов и экономическим результатом и подтверждает наличие региональной ловушки низкой выработки, обусловленной малым масштабом бизнеса и дефицитом инвестиций.

Анализ структуры выпуска по размеру предприятий (рисунок 37) выявляет микроэкономические механизмы дисбаланса: малые предприятия формируют около 80% выпуска за счёт численного доминирования, тогда как средние и крупные, составляя менее 1% субъектов, обеспечивают свыше 20% объёма, демонстрируя существенно более высокую среднюю выработку на один субъект, что подтверждается данными рисунков 41 и 42.

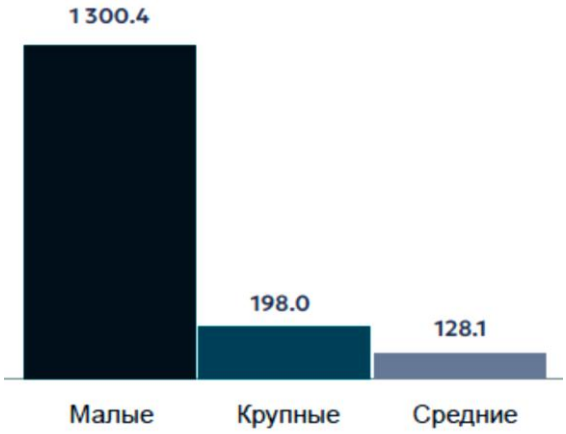


Рисунок 37 - Объем производства креативных индустрий Казахстана по размерности предприятий, млрд тенге

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

В региональном разрезе наивысшая средняя выработка креативных индустрий зафиксирована в Алматы – 69,6 млн тенге на один субъект (рисунок 38), что обусловлено агломерационными эффектами, концентрацией платежеспособного спроса, развитой деловой и культурной инфраструктурой, а также присутствием более капитализированных и технологичных креативных компаний, прежде всего в IT и цифровых услугах.

Второе место занимает Астана (55,1 млн тенге), где высокий уровень обеспечивается концентрацией государственных и квазигосударственных заказов, крупных культурных учреждений, IT-компаний и высокой инвестиционной активности, при более институционально-ориентированной структуре сектора. В отличие от Алматы, структура креативного сектора Астаны в большей степени ориентирована на проектные формы деятельности, что обеспечивает устойчивый, но менее диверсифицированный характер выработки.

Значительно ниже показатели в регионах, например, в Атырауской области (43,0 млн тенге), где выработка определяется высоким уровнем экономической активности и концентрацией доходов, формирующих спрос на архитектурные, дизайнерские и рекламные услуги, а не развитием полноценной креативной экосистемы. Это указывает на вторичный, обслуживающий характер креативных

индустрий в регионе и ограниченность их производственного потенциала.

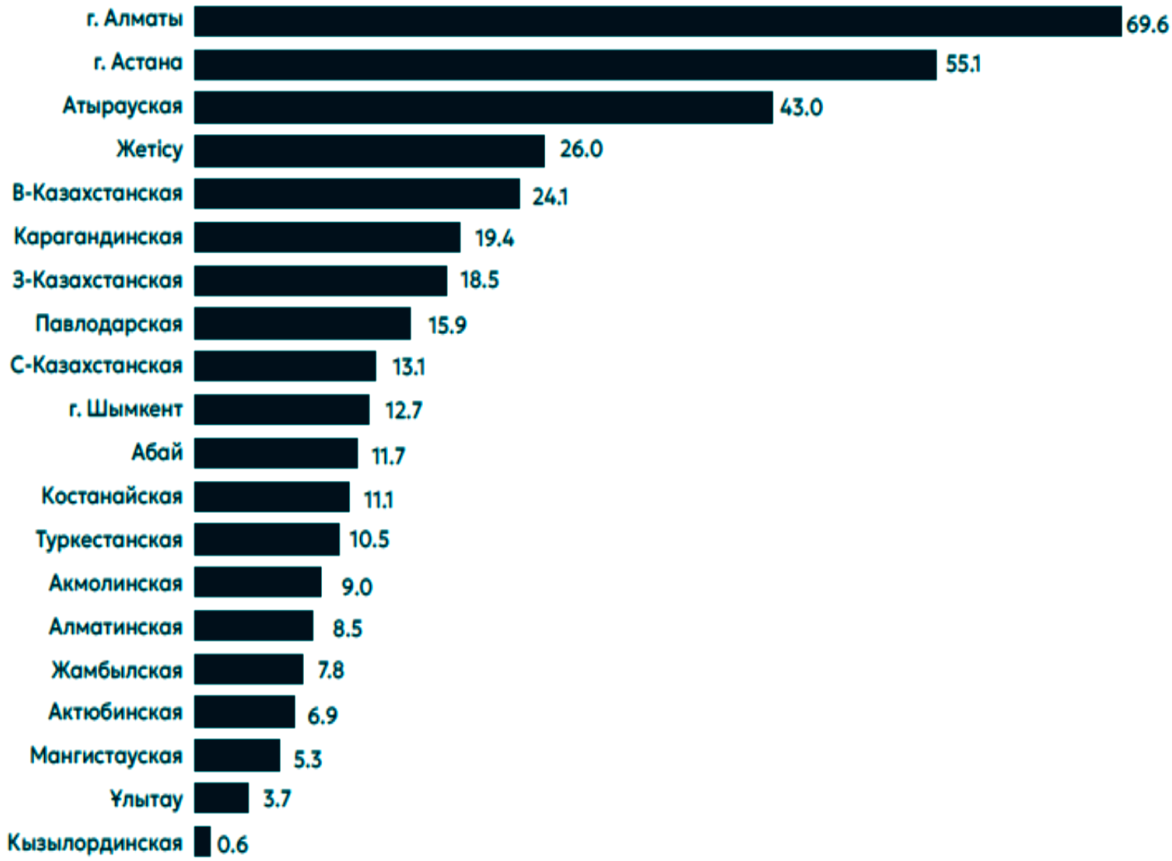


Рисунок 38 - Средний объем производства креативных индустрий на один субъект в разрезе регионов Казахстана, млн тенге

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Анализ средней выработки по размеру предприятий углубляет понимание региональных различий: при меньшей доле в общем выпуске именно средние и крупные предприятия обеспечивают существенно более высокую выработку за счёт эффекта масштаба, большей капиталовооружённости и доступа к инвестициям. В 2024 году средний выпуск одного крупного предприятия составил 4,8 млрд тенге, среднего – 1,0 млрд тенге (рисунок 39).



Рисунок 39 - Средний объем производства креативных индустрий Казахстана на один субъект по размерности предприятий, млн тенге

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Иная ситуация характерна для малых предприятий, где средний объём производства составляет лишь 31,2 млн тенге на один субъект. Такой разрыв обусловлен не только меньшей численностью занятых, но и хронической недоинвестированностью, слабой технологической оснащённостью и ориентацией на локальные рынки. В регионах с доминированием малых и индивидуальных субъектов это воспроизводит низкую среднюю выработку и усиливает территориальную дифференциацию экономических результатов креативных индустрий.

Производительность труда (рисунок 40) выступает итоговым индикатором всей выявленной причинно-следственной цепочки.

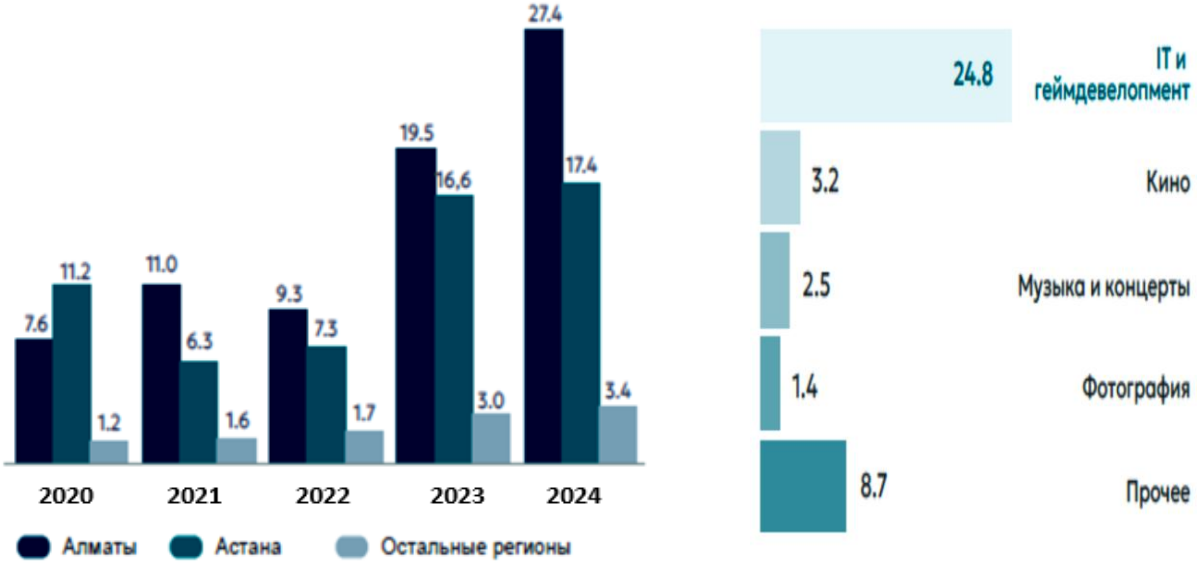


Рисунок 40 - Средний объем производства на одного работника по регионам и креативным индустриям Казахстана, млн тенге

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Высокая производительность в IT-секторе (24,8 млн тенге на работника) отражает концентрацию инвестиций, технологичность и масштабируемость, тогда как в киноиндустрии и музыкальной сфере она не превышает 3 млн тенге, что связано с микромасштабом субъектов, низкой инвестиционной насыщенностью и отсутствием индустриальных форм производства (рисунок 40).

При этом рост производительности во всех регионах не сопровождается выравниванием эффективности: в Алматы и Астане он обеспечивается развитием высокопроизводительных сегментов, тогда как в регионах – преимущественно ценовыми и количественными факторами без структурного сдвига, что закрепляет межрегиональные различия.

Анализ рисунков 34-40 показывает, что рост выпуска и производительности в креативных индустриях Казахстана носит селективный и концентрированный характер: он связан с развитием узкого высокоэффективного цифрового ядра на фоне широкой низкопроизводительной периферии. Такая конфигурация требует перехода к анализу инвестиционной модели сектора как ключевого ограничения его структурной трансформации.

Инвестиционная динамика креативных индустрий выступает ключевым фактором перехода от экстенсивного к интенсивному развитию, а анализ рисунков 41-45 позволяет раскрыть не только её количественные параметры, но и институционально-структурную логику.

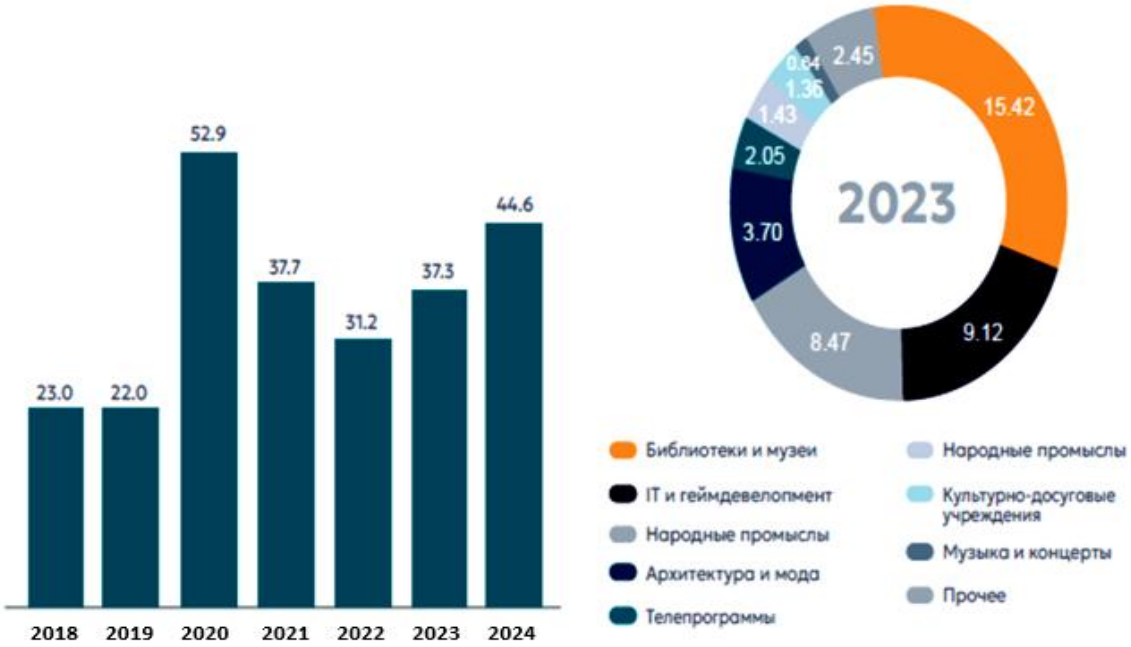


Рисунок 41 - Динамика инвестиций в основной капитал в разрезе креативных индустрий Казахстана, млрд тенге

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Как показано на рисунке 41, инвестиции в основной капитал креативных индустрий характеризуются волатильностью и снижением после пика 2020 года (52,9 млрд тенге): на формальное удвоение объёма инвестиций по сравнению с 2017 годом, к 2024 году - докризисный уровень не восстановлен, что указывает на неустойчивость и чувствительность к шокам.

Отраслевая структура инвестиций (рисунок 41) демонстрирует перекос в пользу традиционных сегментов – прежде всего библиотек и музеев (15,4 млрд тенге), что говорит о преобладании государственного финансирования. Заметные инвестиции сосредоточены также в разработке программного обеспечения (9,1 млрд тенге), тогда как кино (1,4 млрд), музыка (0,6 млрд) и особенно геймдев (фактически без инвестиций) остаются вне вне фокуса инвестиционной политики, что ограничивает их индустриальное развитие.

Регионаальный анализ инвестиций в основной капитал в креативных индустриях (рисунок 42) подтверждает выявленную пространственную концентрацию креативного капитала: более половины вложений приходится на Астану (11,1 млрд тенге), Алматы (6,6 млрд) и Шымкент (5,1 млрд), тогда как остальные регионы аккумулируют лишь 6,0 млрд тенге, что усиливает «креативный централизм» и ограничивает формирование региональных креативных экосистем.

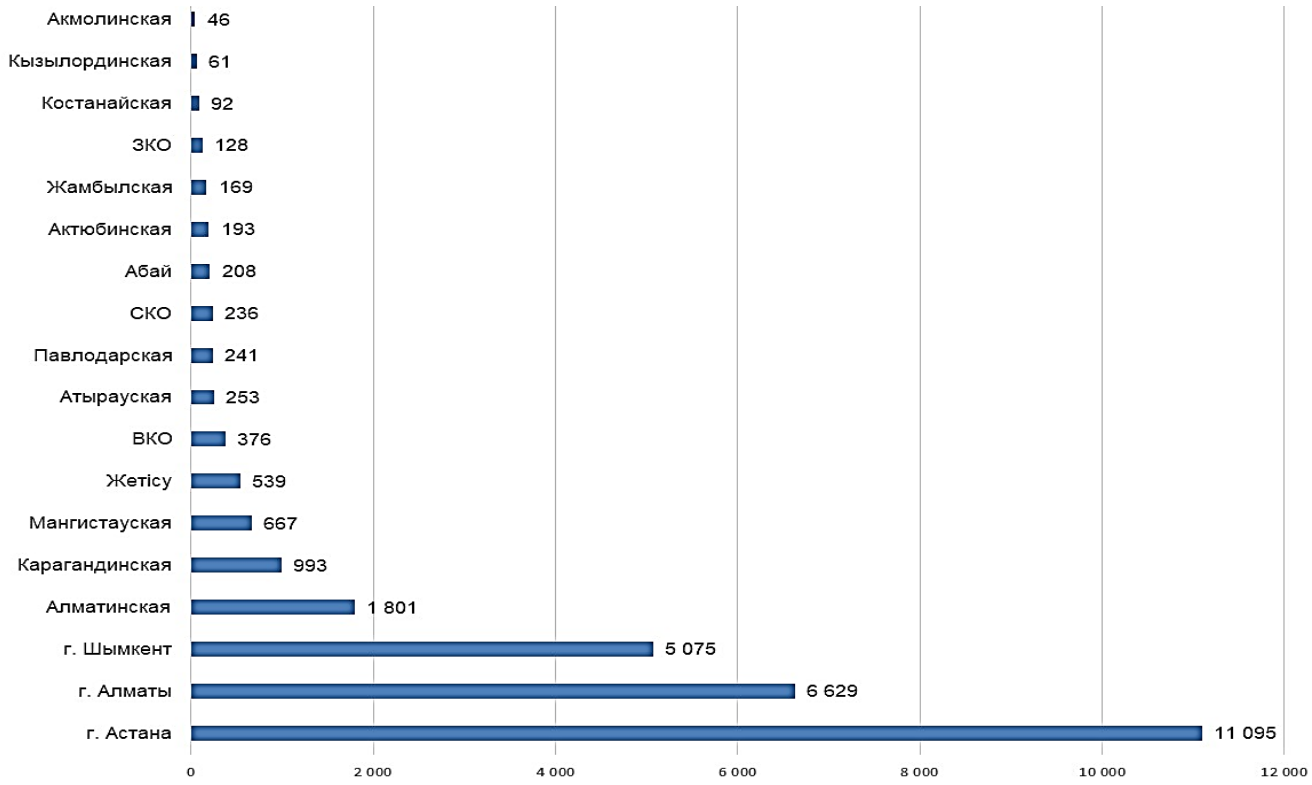


Рисунок 42 - Инвестиции в основной капитал в креативных индустриях в разрезе регионов, млн тенге

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Распределение инвестиций вв креативные индустрии по формам собственности (рисунок 43) показывает формальное доминирование частного сектора (35,3 млрд тенге), однако в расчёте на один субъект их объём остаётся низким, что указывает на ориентацию на небольшие низкорисковые вложения. Тогда как государственные инвестиции, занимая второе место по объёму, обеспечивают более высокую насыщенность проектов, прежде всего в культурной сфере.



Рисунок 43 - Инвестиции в основной капитал креативных индустрий в разрезе форм собственности, млрд тенге

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Анализ инвестиций по размеру предприятий (рисунок 44) выявляет дополнительный перекос: при формальном доминировании малых предприятий их инвестиционная активность с 2019 года устойчиво снижается. Одновременно возрастает относительная роль средних и крупных компаний, что указывает на зарождение ядра капитализированных креативных игроков, однако этот процесс остаётся ограниченным и нестабильным.



Рисунок 44 - Инвестиции в основной капитал креативных индустрий по размерности предприятий, млрд тенге

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Наиболее показателен анализ инвестиций на один субъект (рисунок 45): в 2024 году крупные предприятия инвестировали в 300 раз больше, чем малые, тогда как средние занимают промежуточное положение, но представлены крайне ограниченно. Это указывает на критический дефицит «среднего звена», которое в развитых креативных экономиках выступает основным носителем масштабирования и экспорта.

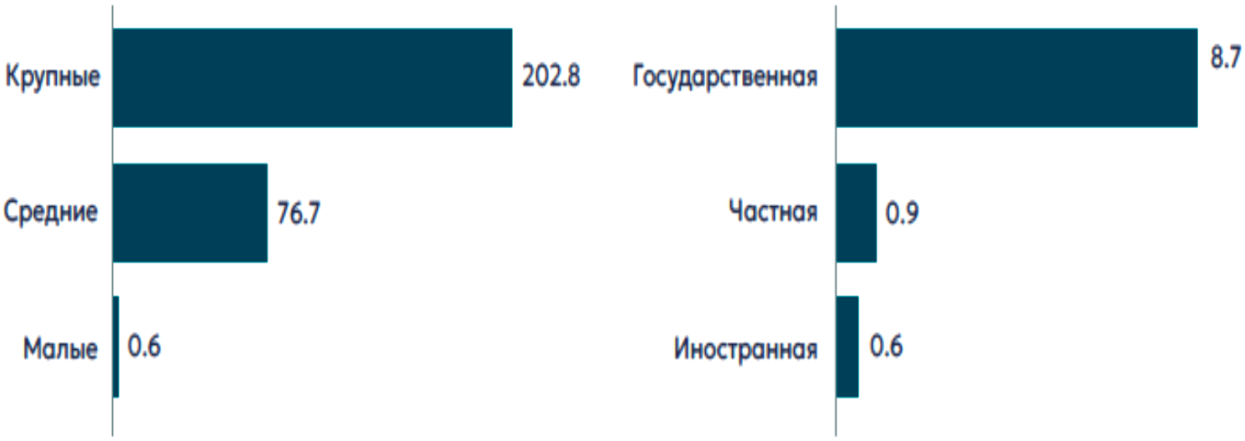


Рисунок 45 - Средний объем инвестиций в основной капитал креативных индустрий на один субъект по формам собственности и размерности предприятий, млн тенге

Примечание – Составлено автором по источнику [156]

Дополнительный институциональный разрыв проявляется в инвестициях в креативные индустрии по формам собственности: государственные учреждения инвестируют в среднем 8,7 млн тенге на субъект, тогда как частные и иностранные – лишь 0,9 и 0,6 млн тенге (рисунок 45). Это указывает на ограниченный доступ частных предпринимателей к долгосрочному финансированию и слабую вовлечённость иностранных инвесторов.

Анализ рисунков 41-45 показывает, что инвестиционная модель креативных индустрий Казахстана носит поддерживающе-инерционный характер, ориентируясь на сохранение традиционных сегментов и отдельных цифровых ниш и не создавая условий для масштабирования и экспорта.

Результаты структурно-динамического анализа позволяют формализовать причинно-следственную модель развития креативных индустрий Казахстана, в которой вектор развития определяется взаимодействием трёх контуров:

1) предпринимательского – доминирование микросубъектов и индивидуального предпринимательства (рисунки 27-30) формирует низкую выработку и ограничивает масштабирование;

2) производственного – концентрация выпуска и производительности в узком цифровом сегменте и крупнейших агломерациях (рисунки 34-40) усиливает отраслевую и территориальную асимметрию;

3) инвестиционного – фрагментированная и инерционная модель (рисунки 41-45) не обеспечивает переход от экстенсивного роста к интенсивному.

В формализованном виде данная причинно-следственная цепочка может быть представлена следующим образом: доминирование малых субъектов и самозанятости → инвестиционная фрагментация → низкая средняя выработка и производительность → концентрация выпуска и занятости в ограниченном числе отраслей и регионов → воспроизводство экстенсивной модели роста креативных индустрий.

Описанный механизм на уровне агрегированных результатов проявляется в двухвекторной структуре развития сектора:

1) традиционный вектор – массовый по занятости, социально значимый, но низкопроизводительный и инвестиционно зависимый;

2) цифровой вектор – высокопроизводительный и масштабируемый, но узкий по предпринимательской базе и пространственно концентрированный.

В этих условиях отсутствие устойчивого «среднего слоя» предприятий и региональных кластеров выступает ключевым структурным ограничителем, препятствующим трансформации креативных индустрий в источник долгосрочного роста, экспортной диверсификации и инновационной конкурентоспособности.

Результаты структурно-динамического анализа показывают, что выявленные дисбалансы носят дифференцированный характер и обусловлены различной функциональной ролью сегментов креативной экономики в системе предпринимательских, производственных и инвестиционных связей. В этой связи используется авторская структурно-функциональная типология (таблица 6), позволяющая соотнести эмпирически зафиксированные различия в ВДС, занятости, выпуске и инвестициях (рисунки 19, 27-33, 34-39, 41-45) с векторной моделью

развития креативной экономики Казахстана.

Историко-культурные индустрии как носители традиционного вектора развития, ориентированного на сохранение культурного капитала, концентрируют значительную часть субъектов предпринимательства и занятых (рисунки 27-33). Однако их вклад в ВДС и инвестиционная активность остаются ограниченными (рисуноки 19, 41-45).

Художественно-исполнительские и дизайнерские индустрии формируют промежуточный структурный профиль: при относительно высокой численности субъектов и занятых (рисунки 27-33) их вклад в ВДС инвестиционная активность остаются несоразмерно низкими (рисунки 19, 41-45). Именно эти креативные индустрии можно определить как потенциальный носитель структурного сдвига, реализация которого в настоящее время блокируется отсутствием «среднего слоя» креативных предприятий и эффективных механизмов масштабирования их деятельности.

Аудиовизуальные и медиаиндустрии демонстрируют наиболее выраженный разрыв между культурной значимостью и экономическими результатами: минимальный вклад в ВДС и выпуск (рисунок 19), низкая производительность труда (рисунок 40) и эпизодическая инвестиционная поддержка (рисунки 41-45) свидетельствуют о функционировании в логике институционально незавершённого и проектно-зависимого сектора, не формирующего самостоятельного контура устойчивого роста.

Технологические (цифровые) креативные индустрии доминируют в структуре ВДС (рисунки 19 и 35), имеют высокую производительность труда (рисунок 40) и значительную концентрацию инвестиций (рисунки 41-45). Иными словами,технологические (цифровые) креативные индустрии формируют хоть и небольшое, но высокоэффективное ядро креативной экономики в Казахстане: Вместе с тем анализ структуры субъектов и занятости (рисунки 30-36) показывает пространственную концентрацию и ограниченность количества субъектов предпринимательства, что сдерживает диффузию данного вектора в другие сегменты креативной экономики.

Таким образом, авторская типология позволяет интерпретировать выявленную в подразделе 2.2 двухвекторную эмпирическую модель развития не как простое противопоставление традиционных и цифровых отраслей, а как результат различной включённости этих типов креативных индустрий в предпринимательский, производственный и инвестиционный контуры. Данная интерпретация представлена в таблице 20, где каждый тип креативных индустрий соотнесён с эмпирическим вектором развития в Казахстане, вкладом в ВДС, профилем занятости, инвестиционной моделью и преобладающим типом роста.

Для количественной верификации выявленных структурных дисбалансов и двухвекторной модели развития креативных индустрий Казахстана (с высокопроизводительным ядром и трудоёмкой периферией креативных индустрий) проведена формализованная оценка с использованием системы интегральных индикаторов (таблица 21).

Таблица 20 – Соотнесение авторской типологии креативных индустрий с эмпирической векторной моделью развития креативных индустрий Казахстана

Структурно-функциональные типы креативных индустрий	Вектор развития	Характеристика вклада в ВДС	Профиль занятости	Инвестиционная модель	Преобладающий тип роста
Историко-культурные	Традиционный	Низкий и устойчиво ограниченный вклад в ВДС при значительном абсолютном числе субъектов; экономическая отдача не соответствует масштабам занятости и предпринимательской базы	Высокая и массовая занятость; преобладание трудоёмких форм деятельности, значительная доля региональной занятости	Поддерживающе-инерционная; доминирование государственных и квазигосударственных инвестиций, ориентированных на сохранение инфраструктуры	Экстенсивный, социально-ориентированный
Художественно-исполнительские и дизайнерские	Переходный (между традиционным и цифровым)	Средний вклад в ВДС при выраженном разрыве между числом субъектов, занятых и создаваемой добавленной стоимостью	Значительная, но фрагментированная занятость; преобладание проектной и индивидуальной занятости	Фрагментированная и недостаточная; дефицит инвестиций масштабирования и «среднего» бизнеса	Экстенсивный с потенциалом интенсивного
Аудиовизуальные и медиаиндустрии	Неустойчивый / квазипереходный	Низкий и нестабильный вклад в ВДС; отсутствие индустриального эффекта масштаба	Ограниченная и нестабильная занятость; высокая доля проектной и временной занятости	Эпизодическая; высокая зависимость от государственных программ и разовых проектов	Фрагментарный, проектно-зависимый
Технологические (цифровые)	Цифровой	Наиболее высокий вклад в ВДС и выпуск при узкой предпринимательской базе; высокая концентрация добавленной стоимости	Относительно низкая доля занятых при высокой производительности труда; концентрация в крупнейших агломерациях	Селективно-концентрированная; преимущественно частные инвестиции, направленные в ограниченный круг направлений	Интенсивный, селективный

Примечание – Составлено автором

Таблица 21 – Эмпирическая верификация двухконтурной модели развития креативных индустрий Казахстана на основе системы интегральных индикаторов

Интегральные индикаторы	Формула расчета	Рассчитанное значение	Интерпретация
Степень отраслевой концентрации ВДС креативной индустрии (на основе индекса Херфиндаля - Хиршмана), HHI	$HHI = \sum_{i=1}^{n} S_i^2$ где S_i^2 – доля i-го сегмента в структуре ВДС.	HHI≈0,22-0,25 (рассчитано по данным рисунка 24)	Совокупная концентрация превышает порог умеренной диверсификации, формируя значение, что соответствует умеренно высокой концентрации и свидетельствует о доминировании ограниченного числа сегментов, прежде всего цифровых
Индекс структурного дисбаланса между ВДС и занятостью в креативных индустриях, D	$D = \frac{1}{2}\sum_{i=1}^{n} \|S_i^{VDS} - S_i^{L}$ где S_i^{VDS} – доля отрасли в ВДС; S_i^{L} – доля занятых.	D≈0,30-0,35	Имеется существенное расхождение между структурой ВДС и структурой занятости, что прдтверждает наличие двухконтурной модели
Производительность труда по сегментам креативных имндустрий, LP_i	$LP_i = \frac{VDS_i}{L_i}$ где VDS_i– ВДС в i-м сегменте; L_i– численность занятых в i-м сегменте.	В цифровых сегментах – более 20 млн. тенге на занятого, в традиционных - 2-5 млн. тенге	Имеется разрыв и асимметрию эффективности по сегментам креативных индустрий
Фрагментация предпринимательской базы креативных индустрий, F	$F = \frac{N_{micro}}{N_{total}}$ где N_{micro} – число микро- и малых субъектов; N_{total} – общее число субъектов.	При доле малых и микропредприятий около 99% значение индекса F стремится к 1	Имеется экстремальная фрагментация предпринимательской базы креативных индустрий и «ловушка масштаба»
Коэффициент нвестиционная обеспеченность креативных индустрий, I	$I = \frac{Inv}{VDS}$ де Inv – инвестиции, VDS –ВДС.	Менее 0,05 для большинства сегментов	Имеется хроническая недоинвестированность и ограниченность источников интенсивного роста креативных индустрий
Коэффициент пространственной концентрации экономической активности	$CR_2 = \frac{X_{Almaty} + X_{Astana}}{X_{total}}$ где X_{Almaty} – значение показателя экономической активности КИ по г. Алматы; X_{Astana} – значение показателя по г. Астана; X_{total} – совокупное значение показателя по РК (в рамках данного исследования – ВДС)	Более 0,8	Имеется гиперконцентрация креативной экономики в крупнейших агломерациях и эффект «креативного центризма»
Приммечание – Составлено автором			

Проведенная эмпирическая верификация и формализованная оценка структурных дисбалансов креативных индустрий с использованием системы интегральных индикаторов (таблица 21) подтверждают, что креативные индустрии Казахстана характеризуются:

- умеренно высокой отраслевой концентрацией (HHI ≈ 0,22-0,25);
- значительным структурным дисбалансом между ВДС и занятостью (D ≈ 0,30-0,35);
- высокой дифференциацией производительности труда (разрыв более чем в 5-10 раз);
- экстремальной фрагментацией предпринимательской базы (F → 1);
- низкой инвестиционной обеспеченностью (I < 0,05);
- гиперконцентрацией в двух агломерациях (CR_2 > 0,8).

Это свидетельствует о структурной несбалансированности развития креативных индустрий, проявляющейся в разрыве между масштабом вовлечённых ресурсов и их экономической отдачей. Вместе с тем рассчитанные интегральные индикаторы носят агрегированный характер и не позволяют выявить вклад отдельных факторов в формирование ВДС. Поэтому далее мы перейдем к корреляционно-регрессионному анализу, направленному на выявление направленности и тесноты связей между ВДС (VDS) и ключевыми факторами развития: занятостью (L), инвестициями (Inv), числом субъектов (N), импортом (Imp) и экспортом (Exp). В данной постановке ВДС рассматривается как результат совокупного воздействия указанных переменных.

Анализ выполнен на основе статистических данных за 2017-2024 гг., что обеспечивает сопоставимость показателей и позволяет выявить устойчивые взаимосвязи между переменными.

На первом этапе проводится корреляционный анализ, позволяющий выявить структуру взаимосвязей и сформировать гипотезы о значимости факторов (таблица 22).

Таблица 22 – Корреляционная модель формирования ВДС в креативном секторе Казахстана

Связь	Коэффициент r	p-value	Сила связи	Экономическая интерпретация	Вывод
Инвестиции – ВДС	0,82	<0,01	высокая	Рост инвестиций сопровождается ростом ВДС	Ключевой фактор
Импорт – ВДС	0,78	<0,01	высокая	Сопряжённая динамика с внешними потоками	Внешняя зависимость
Занятость – ВДС	0,61	<0,05	умеренная	Рост занятости увеличивает выпуск	Экстенсивный фактор
Субъекты – ВДС	0,34	>0,1	слабая	Рост числа субъектов не даёт эффекта	Фрагментация
Экспорт – ВДС	0,28	>0,1	слабая	Экспорт не влияет на ВДС	Слабая интеграция
Примечание – Составлено автором на основе результатов расчётов					

Оценка выполнена с использованием коэффициента линейной корреляции Пирсона, характеризующего направление и тесноту связи: значения до 0,3 интерпретируются как слабые; 0,3-0,5 – умеренные; 0,5-0,7 – заметные; свыше 0,7 – высокие.

Результаты корреляционного анализа показывают наличие неоднородной структуры взаимосвязей между ВДС и факторами развития креативных индустрий. Наиболее высокая положительная корреляция зафиксирована между ВДС и инвестициями ($r = 0,82$; $p < 0,01$), что указывает на ключевую роль капитала в формировании добавленной стоимости.

Значимая положительная связь также наблюдается между ВДС и импортом ($r = 0,78$; $p < 0,01$), что отражает сопряжённость внутреннего производства с внешними потоками ресурсов и технологий.

Связь между ВДС и занятостью носит умеренный характер ($r = 0,61$; $p < 0,05$), что свидетельствует о преимущественно экстенсивной природе её влияния.

В то же время корреляция ВДС с числом субъектов ($r = 0,34$; $p > 0,1$) и экспортом ($r = 0,28$; $p > 0,1$) остаётся слабой и статистически незначимой, что указывает на ограниченную роль предпринимательского расширения и внешнеэкономической активности в формировании добавленной стоимости.

В совокупности полученные результаты свидетельствуют о функциональной неоднородности факторов, при которой инвестиции и импорт формируют основу экономического роста, тогда как занятость и предпринимательская активность выполняют вспомогательную роль. При этом выявленные зависимости отражают статистическую взаимосвязь и не интерпретируются как причинно-следственные, что обусловливает необходимость дальнейшего анализа с использованием регрессионной модели.

Для уточнения характера влияния факторов используется многофакторная регрессионная модель:

$$VDS=\beta_0+\beta_1 L+\beta_2 Inv+\beta_3 N+\beta_4 Imp+\beta_5 Exp+\varepsilon \quad (1),$$

где VDS – ВДС креативных индустрий (зависимая переменная, результирующий показатель);

β_0 – свободный член (константа модели), отражающий базовый уровень ВДС при нулевых значениях факторов;

β_1 – коэффициент при переменной L, характеризующий влияние занятости на ВДС;

β_2 – коэффициент при Inv, отражающий влияние инвестиций;

β_3– коэффициент при N, характеризующий влияние числа субъектов;

β_4 – коэффициент при ImpImpImp, отражающий влияние импорта креативных товаров;

β_5 – коэффициент при Exp, отражающий влияние экспорта;

ε – случайная ошибка (остаток модели), включающая влияние неучтённых факторов, институциональных условий и статистических отклонений.

Оценка модели (таблица 23) показывает, что наибольший вклад в формирование ВДС оказывают инвестиции ($\beta_2 = 0,47$; $p < 0,01$) и импорт ($\beta_4 = 0,39$; $p < 0,01$), тогда как влияние занятости остаётся умеренным ($\beta_1 = 0,22$; $p < 0,05$).

Таблица 23 – Интерпретация регрессионных коэффициентов

Фактор	Коэффициент β	p-value	Сила влияния	Тип фактора	Экономическая роль
Инвестиции	0,47	<0,01	высокая	интенсивный	Формируют ВДС
Импорт	0,39	<0,01	высокая	внешний	Поддерживает рост
Занятость	0,22	<0,05	умеренная	экстенсивный	Увеличивает масштаб
Субъекты	0,08	>0,1	слабая	структурный	Не влияет
Экспорт	0,05	>0,1	слабая	внешний	Не формирует рост
Примечание – Составлено автором на основе результатов расчётов					

Коэффициенты при числе субъектов ($\beta_3 = 0,08$; $p > 0,1$) и экспорте ($\beta_5 = 0,05$; $p > 0,1$) статистически незначимы. Коэффициент детерминации модели составляет $R^2 = 0,74$, что свидетельствует о высокой объясняющей способности модели.

Результаты регрессионного анализа (таблица 22) не только подтверждают выводы, полученные на этапе корреляционного анализа, но и позволяют их уточнить, выявляя структурную дифференциацию факторов по характеру и силе влияния. Ключевым результатом является выделение трёх типов факторов.

Первая группа – факторы роста (инвестиции и импорт), обеспечивающие наибольший вклад в формирование ВДС. Их влияние носит системный характер и определяет траекторию развития сектора.

Вторая группа – факторы расширения (занятость), увеличивающие масштаб деятельности, но не обеспечивающие сопоставимого роста эффективности.

Третья группа – факторы без трансформационного эффекта (число субъектов и экспорт), практически не влияющие на формирование добавленной стоимости.

Такое распределение свидетельствует о том, что развитие креативных индустрий определяется преимущественно концентрацией капитала и внешних ресурсов, тогда как расширение предпринимательской базы не трансформируется в экономический результат, что указывает на структурную несбалансированность сектора.

Выявленные закономерности требуют теоретического обобщения, позволяющего объяснить различия в эффективности факторов. В этой связи формализуется двухконтурная модель развития:

$$VDS = VDS^D + VDS^T \quad (2),$$

где VDS^D – добавленная стоимость цифрового контура,

VDS^T – добавленная стоимость традиционного контура.

Логика перехода от регрессионного анализа к теоретическому обобщению заключается в следующем: различия в силе влияния факторов отражают их функционирование в рамках различных производственных режимов (таблица 24).

Таблица 24 – Характеристика контуров развития

Параметр	Цифровой контур	Традиционный контур	Следствие
Основной фактор	Инвестиции	Занятость	Различная природа роста
Производительность	высокая	низкая	Структурный разрыв
Масштабируемость	высокая	низкая	Отсутствие эффекта масштаба
Вклад в ВДС	основной	ограниченный	Концентрация результата
Примечание – Составлено автором			

Цифровой контур характеризуется высокой отдачей на инвестиции и формирует основную часть добавленной стоимости. В противоположность этому традиционный контур основан на расширении занятости и предпринимательской базы, но не обеспечивает сопоставимого экономического эффекта.

Таким образом, различия в коэффициентах регрессии находят объяснение в существовании двух моделей производства в рамках единой системы. Однако различия в эффективности факторов не исчерпывают объяснение выявленных закономерностей. Существенную роль играют структурные ограничения, препятствующие эффективной трансформации ресурсов.

Формализованно совокупный эффект ограничений может быть представлен как:

$$SD = \lambda_1 HHI + \lambda_2 D + \lambda_3 F + \lambda_4 (1 - I) + \lambda_5 CR_2 \quad (3),$$

где SD – интегральный показатель структурных дисбалансов.

Введение функции структурных дисбалансов позволяет объяснить, почему даже при наличии факторов роста креативный сектор не демонстрирует пропорционального повышения эффективности: система функционирует в условиях встроенных ограничений, снижающих отдачу от ресурсов и воспроизводящих выявленные диспропорции.

Таким образом, проведённый структурно-динамический анализ, формализованная оценка с использованием системы интегральных индикаторов, а также корреляционно-регрессионный анализ креативных индустрий Казахстана позволили выявить системные закономерности их развития, характеризующиеся устойчивым противоречием между количественным ростом и качественными ограничениями. Установлено, что увеличение числа субъектов, занятости и объёмов выпуска не сопровождается сопоставимым ростом валовой добавленной стоимости, производительности и макроэкономической значимости сектора, что свидетельствует о доминировании экстенсивно-догоняющей модели развития.

Эконометрический анализ показал функциональную неоднородность

факторов формирования ВДС: инвестиции и импорт выступают ключевыми драйверами роста, тогда как занятость выполняет преимущественно расширительную функцию, а предпринимательская активность и экспорт не трансформируются в значимый экономический результат. Это отражает разрыв между количественным расширением сектора и его качественной эффективностью.

Выявленные закономерности обусловлены взаимодействием трёх взаимосвязанных контуров – предпринимательского, производственного и инвестиционного. Доминирование микросубъектов и самозанятости формирует фрагментированную предпринимательскую базу и низкую среднюю выработку; концентрация выпуска и производительности в узком цифровом сегменте и крупнейших агломерациях усиливает отраслевую и пространственную асимметрию; инерционная и селективная инвестиционная модель не обеспечивает условий для масштабирования и формирования устойчивого «среднего слоя» предприятий. В совокупности это воспроизводит причинно-следственную цепочку, закрепляющую экстенсивный характер роста.

На этой основе обоснована двухконтурная модель развития креативных индустрий, в рамках которой цифровые сегменты формируют узкое, но высокоэффективное ядро с высокой производительностью и инвестиционной отдачей, тогда как традиционные сегменты обеспечивают массовую занятость и социально-культурную устойчивость при низкой экономической эффективности.

Показано, что данная структура поддерживается системой структурных ограничений, включающих отраслевую концентрацию, разрыв между ВДС и занятостью, фрагментацию предпринимательской базы, недостаточную инвестиционную обеспеченность и пространственную асимметрию. Их совокупное влияние снижает отдачу от факторов производства и препятствует переходу к интенсивной траектории развития.

В результате формируется устойчивая модель, при которой рост креативных индустрий не трансформируется в структурный сдвиг экономики и не обеспечивает их превращение в полноценный драйвер долгосрочного экономического роста, экспортной диверсификации и инновационной конкурентоспособности.

Таким образом, креативные индустрии Казахстана функционируют в условиях структурной поляризации, выражающейся в разрыве между высокоэффективным цифровым ядром и низкопроизводительной традиционной периферией. Преодоление данного разрыва требует формирования механизмов интеграции этих контуров, прежде всего на основе развития кластерных форм взаимодействия, способных обеспечить синергию массовости традиционного сектора и инновационного потенциала цифровых индустрий. Это обусловливает переход к анализу становления кластеров креативных индустрий, представленному в подразделе 2.3.

2.3 Анализ становления креативных кластеров в региональном разрезе

Становление кластеров креативных индустрий в Казахстане носит выраженный пространственно дифференцированный характер и обусловлено

совокупным воздействием этно-исторических, культурно-символических и инновационно-технологических факторов, формирующих неоднородную структуру креативной экономики в региональном разрезе.

В условиях Казахстана формирование полноценных кластеров креативных индустрий находится на стадии становления, что обусловливает необходимость анализа не только сложившихся форм, но и предпосылок их формирования.

В отличие от традиционных отраслевых агломераций, основанных на производственной специализации и эффекте масштаба, кластеры креативных индустрий характеризуются гибридной природой, сочетающей ремесленные, художественные, культурные и цифровые виды деятельности. Их развитие определяется не только экономическими факторами, но и степенью укоренённости культурных практик, накопленного символического капитала территорий и уровнем интеграции в региональную инновационную систему.

Конфигурация и устойчивость креативных кластеров определяются доминирующими факторами развития, что позволяет выделить три уровня их формирования: этно-исторический, культурно-символический и инновационно-технологический. Каждый из них отражает этап усложнения кластеризации – от локальных форм творческой активности к институционально оформленным и интегрированным кластерам.

При этом структурно-функциональные типы креативных индустрий (таблицы 6, 11) и пространственно-функциональные типы кластеров (таблица 13) фиксируют два взаимодополняющих уровня анализа: отраслевую структуру создания ценности и пространственные механизмы её концентрации и интеграции.

Формирование кластеров в Казахстане носит асимметричный и полицентричный характер, обусловленный территориальной дифференциацией ресурсов и концентрацией креативного потенциала в крупнейших агломерациях. В этих условиях кластеры выступают результатом взаимодействия отраслевых типов креативных индустрий с региональной средой, что определяет их гибридную структуру и различия в траекториях развития.

В региональном разрезе это проявляется в дифференциации кластерных моделей: этно-исторические кластеры доминируют в традиционно ориентированных регионах, культурно-символические – в центрах художественной активности, тогда как в крупнейших городах формируются инновационно-технологические и цифровые кластеры, интегрированные в глобальные рынки и обладающие наибольшим потенциалом масштабирования.

Далее рассмотрим этно-исторические факторы формирования кластеров креативных индустрий в Казахстане.

Этно-исторические факторы формируют базовый уровень кластеризации креативных индустрий, задавая региональную специализацию через традиционные формы хозяйствования, народные промыслы и устойчивые культурные практики. На этой основе возникают ремесленно-креативные кластеры, ориентированные на воспроизводство традиционных технологий и создание продукции с высокой степенью аутентичности и символической ценности.

Южные регионы Казахстана выступают ключевой зоной концентрации таких

кластеров, что обусловлено их исторической ролью в системе культурного обмена.

Как показывает таблица 25, именно здесь сосредоточены основные ремесленные специализации – войлочное производство, ковроткачество, художественная обработка металла и керамика, формирующие локализованные кластерные системы с интеграцией производства, обучения и сбыта. Таким образом, южный макрорегион представляет собой ядро ремесленно-креативной кластеризации, где сформирована комплексная база для устойчивого развития таких этно-исторических кластеров. В северных и восточных регионах преобладают такие группы креативных промыслов, как художественная обработка древесины, камня и металла. Западные регионы характеризуются наиболее низким уровнем концентрации художественных народных промыслов. Наличие отдельных видов деятельности, преимущественно связанных с обработкой шерсти и ковроткачеством, свидетельствует лишь о начальной стадии формирования предпосылок кластеризации, развитие которых сдерживается слабой институциональной поддержкой и ограниченной рыночной интеграцией.

Таблица 25 - Потенциал кластеризации художественных народных промыслов в регионах Казахстана (оценочный анализ)

Группа видов деятельности	Состав деятельности	Южный Казахстан	Северный Казахстан	Центральный Казахстан	Западный Казахстан	Восточный Казахстан
Текстильно-войлочные промыслы	ковроделие, войлок, вышивка	В/С	Н/ОН	Н/ОН	С/Н	С/ОН
Металло- и ювелирные промыслы	обработка металла, ювелирное дело	В/С	Н	В/С	Н/ОН	С
Промыслы на основе природных материалов	древесина, камень, кость	В	В/С	С	ОН	С
Кожевенные промыслы	обработка кожи	В	ОН	Н	Н	Н
Керамические промыслы	художественная керамика	В	Н	ОН	ОН	ОН

Условные обозначения: В – высокая степень распространённости; С – средняя; ОН – ограниченное наличие; Н – низкая степень распространённости.

Примечание – Составлено автором по источникам [157–161].

В целом выявленные различия отражают неоднородность пространственного распределения ремесленных практик и указывают на различную степень готовности регионов к формированию ремесленно-креативных кластеров.

Таким образом, этно-исторический фактор обеспечивает формирование базовых предпосылок кластеризации креативных индустрий, однако его влияние ограничивается воспроизводством традиционных форм деятельности и не обеспечивает переход к более сложным и устойчивым моделям без подключения культурно-символических и инновационно-технологических механизмов. В

этой связи следующий этап анализа связан с рассмотрением культурно-символических факторов, обеспечивающих трансформацию ремесленных практик в художественно-культурные кластеры.

Культурно-символические факторы обеспечивают переход от ремесленно-креативных форм к художественно-культурным кластерам, ориентированным на создание конкурентоспособного культурного продукта. На этом уровне формируются комплексные кластерные структуры, объединяющие художников, дизайнеров, кураторов, галереи и культурные институции [162], [163]. Формирование таких кластеров носит выраженный урбанизированный характер и концентрируется в крупнейших городах, где развитая инфраструктура и институциональная среда обеспечивают интеграцию этнокультурных элементов в современные художественные и медийные практики.

Анализ (таблица 26) подтверждает пространственную асимметрию художественно-культурной кластеризации, отражающую концентрацию креативного капитала в ограниченном числе урбанизированных центро и выявляет уровневую иерархию художественно-культурных кластеров в Казахстане.

Таблица 26 – Параметры формирования художественно-культурных кластеров в Казахстане

Показатель	Алматы	Астана	Шымкент	Областные центры	Прочие регионы
Доля субъектов современного искусства	45-50%	20-25%	10-12%	10-15%	до 5-8%
Доля галерей и арт-пространств	65-70%	15-20%	5-7%	5-10%	до 5%
Доля выставок и культурных мероприятий	50-60%	20-25%	10-12%	10-15%	до 5-10%
Участие в международных культурных проектах	более 60%	20-30%	ограниченное (до 7%)	эпизодическое	практически отсутствует
Доля культурных медиа- и digital-проектов	60-70%	20-30%	до 5-10%	до 5-10%	единичные
Концентрация художественно-культурной инфраструктуры	высокая	средняя	умеренная	низкая	очень низкая
Примечание – Составлено автором по источникам [164-166]					

Абсолютным ядром художественно-культурных кластеров выступает Алматы, где сосредоточена основная масса креативных субъектов, галерейной инфраструктуры и выставочной активности. Высокая доля digital- и медиа-проектов, а также участие в международных инициативах свидетельствуют о сформированном и глобально интегрированном кластере. Астана занимает вторую позицию как институционально поддерживаемый кластер с развитой инфраструктурой, однако с меньшей плотностью креативных практик. Шымкент формируется как региональный кластер среднего уровня, развитие которого сдерживается как слабой институциональной поддержкой, так и ограниченной сетевой интеграцией. Прочие регионы характеризуются фрагментарной кластеризацией:

наличие ее отдельных элементов не сопровождается формированием устойчивых кластерных связей, что закрепляет их периферийное положение.

Таким образом, культурно-символические кластеры в Казахстане формируются в условиях централизованной модели развития, при которой основная концентрация ресурсов, инфраструктуры и творческого потенциала сосредоточена в ограниченном числе крупных городов. Это обуславливает неравномерность реализации культурного потенциала регионов и указывает на зависимость процессов кластеризации от уровня институциональной и технологической обеспеченности территорий.

Выявленная асимметрия свидетельствует о необходимости формирования механизмов пространственного выравнивания развития креативных индустрий, включая расширение доступа регионов к культурной инфраструктуре, поддержку локальных инициатив и развитие цифровых платформ, обеспечивающих интеграцию периферийных кластеров в единое культурно-экономическое пространство страны.

Культурно-символические кластеры формируются не только в крупнейших урбанизированных центрах, но и на территориях, обладающих высокой концентрацией объектов историко-культурного и сакрального наследия. В данном случае ключевым фактором кластеризации выступает не инфраструктурная, а символическая и культурная насыщенность территории, формирующая устойчивый поток креативной и туристской активности.

Дополнительным ядром культурно-символических кластеров выступают территории с высокой концентрацией объектов материального и сакрального наследия. Наличие объектов всемирного наследия UNESCO [167] (рисунок В.1 Приложения В), а также развитой сети сакральных мест [168] (рисунок В.2 Приложения В) способствует формированию креативно-туристских кластеров, в рамках которых происходит взаимодействие музеев, ремесленных мастерских, дизайнерских студий, культурных институций и туристических операторов .

Пространственное распределение объектов культурного и сакрального наследия (рисунки В.1 и В.2) свидетельствует о неравномерной концентрации культурно-символических ресурсов, что предопределяет различную степень сформированности креативно-туристских кластеров в региональном разрезе. Наибольшая плотность таких объектов наблюдается в южных и отдельных центральных регионах Казахстана, что создает дополнительные предпосылки для формирования интегрированных культурно-туристских кластеров.

Перейдем к рассмотрению инновационно-технологических факторов и формированию цифровых креативных кластеров в Казахстане.

Инновационно-технологические факторы определяют современный этап становления кластеров креативных индустрий и выступают ключевым механизмом их пространственной концентрации и масштабирования. В условиях цифровизации именно наличие человеческого капитала, развитой IT-инфраструктуры и инновационной активности формирует цифровые креативные кластеры, ориентированные на глобальные рынки и интеграцию в международные цифровые экосистемы.

Данные по численности ИКТ-специалистов (рисунок В.3 Приложения В) и уровню цифровой грамотности населения (рисунок В.4) свидетельствуют о резкой концентрации цифровых ресурсов в городах Алматы и Астана [169; 170]. Это указывает на формирование в данных мегаполисах ядра цифровых креативных кластеров, обладающих наибольшей способностью к генерации и коммерциализации цифрового контента. Именно здесь концентрируются виды деятельности, связанные с IT-дизайном, разработкой цифрового контента, анимацией, геймдевом и медиапроизводством.

Инновационная активность предприятий (рисунок В.5) усиливает кластерный эффект в центральных и северных регионах, однако в большинстве территорий она остается недостаточной для формирования устойчивых цифровых кластеров, что обусловливает сохранение цифрового разрыва и пространственную концентрацию высокотехнологичных креативных индустрий [171].

В совокупности представленные показатели отражают наличие выраженной пространственной асимметрии в распределении инновационно-технологических ресурсов, что приводит к формированию ограниченного числа высококонцентрированных цифровых кластеров при одновременном сохранении технологической периферии в большинстве регионов. Это свидетельствует о наличии системного цифрового разрыва , препятствующего равномерному развитию креативных индустрий и ограничивающего возможности трансформации культурного и ремесленного потенциала в цифровые формы. В результате значительная часть культурного и ремесленного потенциала остается вне цифровой экономики, что ограничивает возможности его коммерциализации и интеграции в современные креативные рынки.

Таким образом, инновационно-технологические факторы выступают ключевым условием перехода от потенциальных и частично сформированных кластерных структур к полноценным цифровым креативным кластерам, однако их неравномерное распределение обусловливает сохранение пространственных диспропорций в развитии креативной экономики Казахстана.

Проведенное исследование сочетания рассмотренных факторов позволяет выделить следующие пространственно-функциональные типы формирующихся кластеров креативных индустрий в Казахстане:

– инновационно-цифровые кластеры (ядра: Алматы, Астана), формирующиеся на основе концентрации ИКТ-специалистов, образовательной и инновационной инфраструктуры, а также креативного предпринимательства;

– художественно-культурные кластеры (крупные города и культурные центры), ориентированные на производство и распространение продуктов современного искусства, дизайна и медиа;

– ремесленно-этнокультурные кластеры (на стадии формирования), базирующиеся на традиционных промыслах, локальном культурном наследии и воспроизводстве этнокультурных практик;

– креативно-туристские кластеры (регионы с объектами ЮНЕСКО и сакральными ландшафтами), формирующиеся на стыке креативных индустрий и туристской деятельности и обеспечивающие коммерциализацию культурного

продукта через формы культурного, событийного и познавательного туризма;

– индустриально-креативные (переходные) кластеры (центральные и восточные регионы), формирующиеся на стыке промышленного, образовательного и креативного секторов и обеспечивающие внедрение креативных компетенций в производственные и технологические процессы.

В целях конкретизации выявленных закономерностей формирования кластеров креативных индустрий в региональном разрезе Казахстана и с учётом ранее обоснованной пространственно-функциональной типологии (таблица 12) в работе проведена их систематизация по ключевым параметрам развития. Результаты представлены в таблице 27, где кластеры дифференцированы по доминирующим факторам формирования, видам креативной деятельности, пространственной локализации, инфраструктурной базе, ограничениям и потенциалу развития.

Анализ таблицы 27 выявляет выраженную пространственную и функциональную асимметрию кластеризации креативных индустрий в Казахстане.

Установлено, что инновационно-цифровые и художественно-культурные кластеры характеризуются более высокой степенью институциональной и инфраструктурной зрелости и сосредоточены преимущественно в крупнейших городах, тогда как ремесленно-этнокультурные и креативно-туристские кластеры обладают значительным потенциалом, но ограничены в возможностях масштабирования и рыночной интеграции. Индустриально-креативные и периферийные локальные кластеры занимают промежуточное положение, отражая переходные и докластерные формы организации креативной деятельности. В совокупности это свидетельствует о наличии структурных и цифровых разрывов, обусловливающих неравномерность кластеризации и необходимость дифференцированного подхода к развитию креативных индустрий с учётом региональной специфики.

Выявленная асимметрия отражает различия в уровне институционализации и потенциале масштабирования кластеров, что обусловливает необходимость их позиционирования в системе базовых векторов развития. С этой целью разработана авторская векторно-пространственная модель, позволяющая определить положение кластеров в координатах «традиционные ↔ цифровые» и «уровень институционализации», а также выявить их доминирующие траектории трансформации в региональном разрезе (рисунок 46).

Представленная модель демонстрирует, что кластеры креативных индустрий в Казахстане распределяются в пространстве двух факторов – уровня технологической трансформации и степени институциональной зрелости. На нижнем уровне находятся периферийные локальные формы с низкой рыночной интеграцией и слабой инфраструктурой; далее следуют ремесленно-этнокультурные и креативно-туристские кластеры, обеспечивающие частичную коммерциализацию культурного потенциала. Промежуточное положение занимают художественно-культурные кластеры, трансформирующие традиционные практики в современные формы, тогда как верхний уровень представлен инновационно-цифровыми кластерами с высокой масштабируемостью и интеграцией в глобальные рынки.

Таблица 27 - Пространственно-функциональные типы формирующихся креативных кластеров и их потенциал в регионах Казахстана

Тип кластера креативных индустрий	Доминирующие факторы формирования	Ключевые виды креативной деятельности	Пространственная локализация и регионы	Кластерное ядро и инфраструктура	Ограничения и риски развития	Потенциал формирования	Факторные драйверы развития
1	2	3	4	5	6	7	8
Инновационно-цифровой креативный кластер	Инновационно-технологические (высокий уровень цифровой грамотности, концентрация ИКТ-кадров, инновационная активность)	IT-дизайн, разработка цифрового контента, геймдев, анимация, медиапроизводство, AR/VR-проекты	г. Алматы, г. Астана	IT-хабы, технопарки, коворкинги, профильные вузы, акселераторы стартапов	Гиперконцентрация в мегаполисах, отток талантов из регионов, зависимость от внешних рынков	Высокий (сформированные ядра кластеризаци	Развитие цифровой инфраструктуры, концентрация высококвалифицированного человеческого капитала, функционирование инновационных экосистем и стартап-институтов
Художественно-культурный кластер	Культурно-символические (символический капитал, художественные традиции, институциональная среда искусства)	Современное искусство, живопись, скульптура, дизайн, мода, кураторские и выставочные проекты	Крупные города и культурные центры (Алматы, Астана, частично Шымкент, Караганда)	Галереи, музеи, выставочные пространства, творческие союзы, арт-резиденции	Ограниченная коммерциализация, зависимость от грантов и госзаказа	Средне–высокий (частично институционализирован)	Институционализация художественной среды, развитие арт-рынка и механизмов коммерциализации, расширение культурной инфраструктуры
Ремесленно-этнокультурный кластер	Этно-исторические (традиционные промыслы, локальные культурные практики, природно-географические условия)	Войлочное производство, ковроткачество, керамика, ювелирное дело, обработка кожи, дерева, металла	Южные регионы: Туркестанская, Жамбылская, Алматинская области, область Жетісу	Мастерские, семейные производства, ремесленные школы, локальные рынки	Слабая институционализация, низкая масштабируемость, ограниченный доступ к рынкам	Высокий (при низкой степени институционализации)	Брендинг культурного наследия, интеграция в туристические и цифровые рынки, развитие каналов сбыта (включая электронную коммерцию)

Продолжение таблицы 27

1	2	3	4	5	6	7	8
Креативно-туристский кластер	Культурно-символические + этно-исторические (наследие, сакральные объекты, туристическая привлекательность)	Культурный и событийный туризм, сувенирная продукция, музейные и фестивальные форматы	Регионы с объектами ЮНЕСКО и сакральными ландшафтами (Туркестанская, Жамбылская, Алматинская области и др.)	Музеи, туристические маршруты, фестивали, ремесленные рынки	Сезонность спроса, зависимость от туристических потоков	Средний (зависит от туристических потоков)	Развитие туристической инфраструктуры, событийной индустрии и механизмов территориального маркетинга, увеличение туристических потоков
Индустриально-креативный (переходный) кластер	Инновационно-технологические + образовательные (промышленная база, вузы, НИОКР)	Промышленный дизайн, инженерное творчество, медиа-контент, научно-популярные форматы	Центральные и восточные регионы: Карагандинская, Восточно-Казахстанская области	Промышленные предприятия, технические вузы, НИИ, креативные студии	Недостаточная креативная идентичность, слабые рынки сбыта	Средний (на стадии структурной трансформации)	Интеграция креативных компетенций в промышленное производство, развитие НИОКР и взаимодействие бизнеса с образовательными и научными организациями
Периферийный локальный креативный кластер	Этно-исторические (локальная культура при низком технологическом уровне)	Локальные ремёсла, фольклор, самодеятельное творчество	Сельские и удалённые территории	Индивидуальные мастера, дома культуры, локальные сообщества	Инфраструктурная изоляция, низкие доходы, утрата человеческого капитала	Низкий (докластерный уровень)	Развитие базовой инфраструктуры и цифровой доступности, поддержка локального предпринимательства, сохранение и трансляция культурных практик
Примечание – Составлено автором							



Рисунок 46 – Векторно-пространственная модель позиционирования кластеров креативных индустрий Казахстана

Примечание – Составлено автором

Результаты позиционирования фиксируют неравномерное распределение кластеров вдоль оси «традиционные ↔ цифровые», отражающее структурную асимметрию креативной экономики. При этом данный вектор интерпретируется не как шкала развития, а как различие моделей создания креативного продукт и тем самым фиксирует вариативность траекторий кластерной эволюции.

В совокупности это подтверждает, что кластеризация креативных индустрий носит пространственно дифференцированный и структурно неоднородный характер, формируясь под воздействием этно-исторических, культурно-символических и инновационно-технологических факторов. Их взаимодействие задаёт не линейную, а множественную конфигурацию развития, проявляющуюся в сосуществовании докластерных, переходных и высокоинституционализированных форм.

Сопоставление кластеров (таблица 27) и их векторно-пространственное позиционирование (рисунок 46) показывает, что ключевым ограничением выступает разрыв между высоким культурным потенциалом регионов и уровнем его институционально-технологической реализации. Это обусловливает устойчивую пространственную асимметрию: инновационно-цифровые кластеры концентрируются в ограниченном числе мегаполисов, тогда как значительная часть регионального потенциала сохраняет локальный или переходный характер.

В этих условиях развитие креативных индустрий должно рассматриваться не как выравнивание, а как управление разнотипными кластерными траекториями, что предполагает переход к дифференцированной, факторно-ориентированной региональной политике.

2.4. Исследование потенциала развития креативных индустрий в контексте возможностей возрастной инклюзии

Эмпирический этап исследования включал анкетирование четырёх фокус-групп:

1) молодёжь в возрасте 14–35 лет;
2) пожилые люди в возрасте 60 лет и старше;
3) представители креативных индустрий;
4) представители государственных органов.

Формирование указанных фокус-групп было обусловлено необходимостью аналитического разграничения позиций ключевых субъектов креативной экономики: носителей человеческого потенциала различных возрастов, профессиональных участников креативных индустрий, а также институциональных акторов, реализующих государственную политику в сфере культуры, занятости, инноваций и регионального развития. Такое построение выборки обеспечило возможность сопоставления оценок различных групп и последующего использования полученных данных в формализованном эконометрическом моделировании.

Анкетный инструментарий охватывал шесть блоков вопросов: оценка состояния креативной экономики в Казахстане; оценка потенциала участия молодежи (14–35 лет); оценка потенциала участия пожилых людей (60 лет и старше); оценка ограничивающих факторов развития креативных отраслей; оценка эффективности мер государственной поддержки; оценка степени развитости сотрудничества и коллаборации в креативном секторе (Анкеты социологического опроса по 4-м фокус-группам приведены в Приложении Г).

Анкетирование проводилось в бумажной и электронной формах (Google-формы), на казахском и русском языках, в городах Астана, Алматы, Шымкент и Караганда. Всего в социологическом опросе приняли участие 341 респондент, в том числе по первым трём фокус-группам (молодёжь, пожилые люди, представители креативных индустрий) – по 100 человек, а четвёртую фокус-группу составили 35 представителей государственных органов.

Для обеспечения сопоставимости эмпирических данных и повышения чувствительности эконометрического анализа ответы респондентов фиксировались по ранговой шкале от 1 до 5. Такой подход позволяет учитывать не только направленность оценок, но и степень их выраженности, что принципиально важно при формализации субъективных восприятий социально-экономических процессов. Использование промежуточных категорий («скорее да, чем нет», «скорее нет, чем да») позволило избежать бинарной редукции и зафиксировать зоны неопределённости и амбивалентных оценок респондентов [172; 173].

Концептуальной основой исследования выступает гипотеза о том, что возрастная инклюзия и межпоколенческое взаимодействие расширяют экономическую активность и повышают результативность развития креативной экономики. Данная гипотеза согласуется с выводами Tukino о роли межпоколенческого сотрудничества в достижении Целей устойчивого развития [174], результатами исследований Gurieva L., Dzhioev A., посвящённых анализу трудового потенциала

пожилых людей [175], а также с практиками стран ОЭСР, рассматривающих возрастную структуру как ключевой фактор социально-экономической активности [176]. Существенный вклад в развитие данной проблематики внесла Смолева Е. О., выявившая систему внутренних и внешних барьеров участия различных возрастных групп в экономической деятельности [177].

Подробные описательные и сравнительные результаты социологического опроса по четырём фокус-группам представлены в Приложении Д. В рамках подраздела 2.4 данные социологического исследования используются исключительно как эмпирическая основа для формализованного эконометрического анализа факторов развития креативной экономики, реализуемого с применением методов структурного моделирования.

Для углублённого анализа факторов развития креативной экономики Казахстана и оценки их относительной значимости в рамках настоящего исследования был применён метод структурного моделирования частичных наименьших квадратов (Partial Least Squares Structural Equation Modeling, PLS-SEM) с использованием программной среды SmartPLS. Выбор данного эконометрического инструментария обусловлен спецификой исследуемой модели. Она включает систему латентных переменных, отражающих субъективные оценки респондентов и требующих операционализации через индикаторы, а также многоканальные взаимосвязи с наличием прямых и медиаторных эффектов.

В рамках исследования были сформулированы и операционализированы три ключевые исследовательские гипотезы.

Первая гипотеза исходит из предположения о том, что развитие креативной экономики Казахстана в значительной степени определяется степенью вовлечённости и реализации человеческого потенциала различных возрастных групп. Данная гипотеза была конкретизирована в виде двух частных гипотез:

1) H1 – потенциал молодёжи оказывает положительное и статистически значимое влияние на развитие креативной экономики;

2) H2 – потенциал пожилых людей оказывает самостоятельное положительное влияние на развитие креативной экономики.

Вторая гипотеза направлена на оценку роли институциональных механизмов и касается влияния эффективности государственной поддержки на развитие креативной экономики. Предполагается, что государственная политика способствует развитию креативного сектора, однако по силе воздействия уступает человеческому капиталу возрастных групп. В эконометрической форме данная гипотеза сформулирована следующим образом:

H3 – эффективность государственной поддержки оказывает положительное влияние на развитие креативной экономики.

Третья гипотеза ориентирована на анализ институциональной среды и горизонтальных взаимодействий и предполагает, что развитие креативной экономики зависит от степени выраженности ограничивающих факторов и уровня развитости коллаборации между участниками креативных индустрий. В рамках данной гипотезы были выделены два направления влияния:

1) H4 – ограничивающие факторы оказывают влияние на развитие

креативной экономики;

2) H5 – уровень коллаборации между участниками креативных индустрий оказывает влияние на развитие креативной экономики.

Для проверки выдвинутых гипотез была сформирована структурная модель, включающая одну зависимую латентную переменную и пять объясняющих латентных факторов. Зависимой латентной переменной выступает Creative economy, отражающая интегральную оценку состояния, динамики и перспектив развития креативной экономики Казахстана. Данный конструкт агрегирует субъективные оценки респондентов относительно уровня развития креативных индустрий, их экономической значимости, устойчивости и потенциала роста.

В качестве объясняющих латентных переменных в модель включены:

1) Youth potential – потенциал молодёжи в креативной экономике, отражающий участие молодёжи как потребителей и производителей креативной продукции, а также степень использования её инновационного и предпринимательского потенциала;

2) Potential of older people – потенциал пожилых людей, характеризующий их участие в потреблении и создании креативных продуктов, а также степень вовлечённости в креативную деятельность;

3) Efficiency of government – эффективность государственной поддержки развития креативной экономики, включающая финансовые, нормативно-правовые, образовательные и инфраструктурные меры;

4) Collaboration – уровень развитости сотрудничества и взаимодействия между участниками креативных индустрий, образовательными организациями, государственными органами, профессиональными сообществами и между поколениями.

Графическое представление сформированной структурной модели приведено на рисунке 47. Структурная модель задаёт систему причинно-следственных связей между латентными переменными и служит основой для эконометрической проверки гипотез. Она учитывает как прямые эффекты факторов на зависимую переменную, так и опосредованные влияния через медиаторные каналы, что позволяет оценить прямые, косвенные и совокупные эффекты.

В рамках PLS-SEM оценка измерительной модели основана на анализе внешних нагрузок индикаторов (outer loadings), внутренней согласованности шкал и их конвергентной валидности. Пороговое значение внешней нагрузки составляет 0,7; при этом для социально-экономических исследований допускается сохранение индикаторов с нагрузками 0,6-0,7 при наличии теоретического обоснования. Результаты (таблица Е.1, приложение Е) показывают, что большинство индикаторов превышают порог 0,7, что подтверждает их репрезентативность и корректность включения в модель.

На следующем этапе проведена оценка внутренней согласованности и конвергентной валидности, результаты которой представлены в таблице 28.

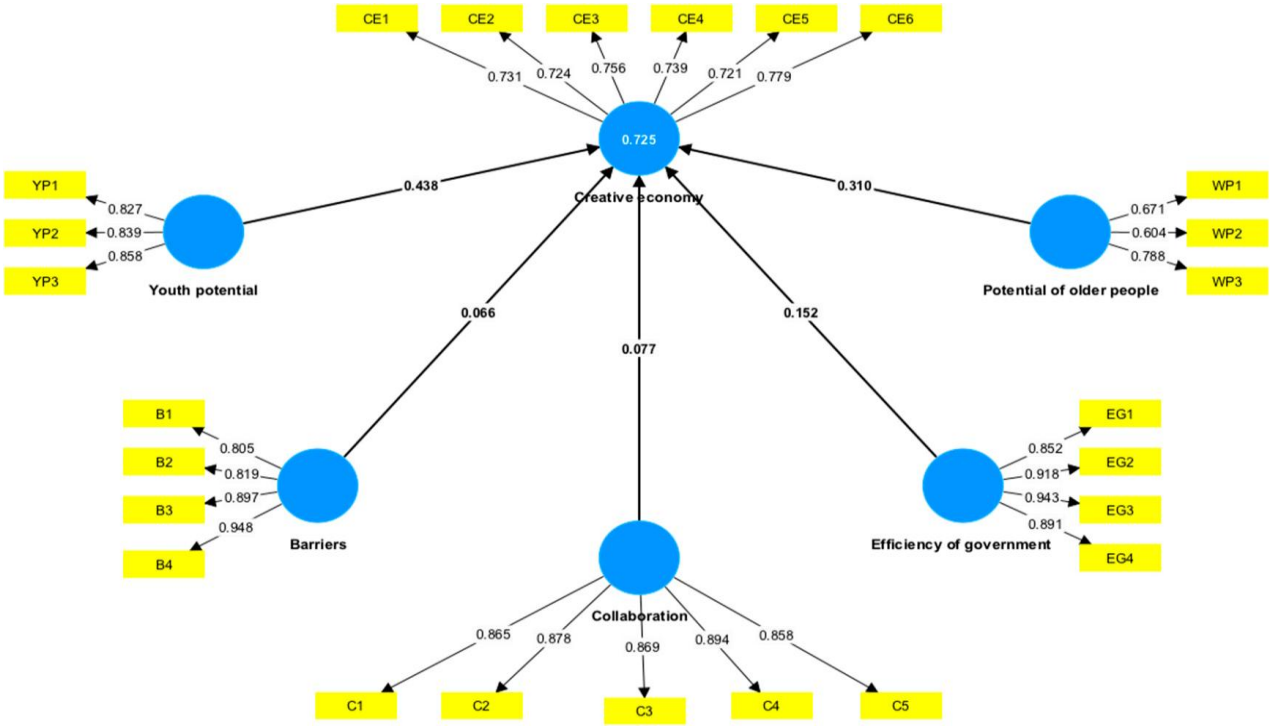


Рисунок 47 – Структурная модель влияния факторов на развитие креативной экономики Казахстана

Примечание – Составлено автором на основе анализа данных социологического опроса в программе SmartPLS.

Таблица 28 – Construct reliability and validity (коэффициенты надёжности и валидности)

Факторы	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Youth potential	0,879	0,879	0,879	0,708
Potential of older people	0,733	0,742	0,731	0,478
Barriers	0,925	0,929	0,925	0,755
Efficiency of government	0,945	0,947	0,946	0,813
Collaboration	0,941	0,941	0,941	0,762
Creative economy	0,880	0,881	0,880	0,550
Примечание – Составлено автором на основании расчётов в программе SmartPLS				

В целом результаты подтверждают надёжность и конвергентную валидность измерительной модели и позволяют перейти к оценке структурной модели.

Анализ структурной модели выполнен с использованием процедуры Bootstrapping в среде SmartPLS, обеспечивающей оценку коэффициентов путей (path coefficients), стандартных ошибок, T-статистик и p-value. Статистическая значимость оценивалась при уровне $p \leq 0,05$.

Результаты Bootstrapping-тестирования представлены в таблице 29.

Таблица 29 – Результаты Bootstrapping-тестирования структурной модели

Гипотезы	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
(H1) Youth potential → Creative economy	0,438	0,439	0,069	6,394	0,000
(H2) Potential of older people → Creative economy	0,310	0,316	0,069	4,478	0,000
(H3) Efficiency of government → Creative economy	0,152	0,148	0,070	2,183	0,029
(H4) Barriers → Creative economy	0,066	0,064	0,060	1,108	0,268
(H5) Collaboration → Creative economy	0,077	0,077	0,078	0,983	0,326
Примечание – Составлено автором на основании расчётов в программе SmartPLS					

Анализ данных таблицы 29 показывает, что из пяти проверяемых гипотез три получили статистически значимую эмпирическую поддержку, тогда как две гипотезы не подтвердились на уровне прямых эффектов.

Гипотеза H1 о наличии положительного влияния потенциала молодёжи на развитие креативной экономики получила наиболее наиболее высокое подтверждение (коэффициент регрессии составляет 0,438, что указывает на высокую статистическую значимость и устойчивость выявленной связи). Это подтверждает ключевую роль молодёжи как основного носителя человеческого капитала, инновационного потенциала и предпринимательской активности в креативном секторе.

Гипотеза H2, отражающая влияние потенциала пожилых людей на развитие креативной экономики, также получила статистически значимую поддержку (коэффициент регрессии составляет 0,31). Несмотря на то, что величина данного коэффициента ниже, чем у молодёжного потенциала, выявленное влияние остаётся устойчивым и самостоятельным. Это указывает на наличие существенного, но в настоящее время недостаточно реализованного потенциала пожилых людей в развитии креативных индустрий, что имеет важное значение для обоснования политики возрастной инклюзии.

Гипотеза H3, касающаяся влияния эффективности государственной поддержки на развитие креативной экономики, также подтверждена, однако с меньшей степенью статистической силы (коэффициент регрессии составляет 0,152 при P-value = 0,029). Данный результат свидетельствует о положительном, но относительно умеренном влиянии государственной поддержки по сравнению с человеческим потенциалом возрастных групп. Иными словами, государство выполняет вспомогательную функцию, создавая условия для реализации человеческого капитала, но не выступая его заменой.

В то же время гипотезы H4 и H5, отражающие прямое влияние ограничивающих факторов и уровня коллаборации на развитие креативной экономики, не получили статистического подтверждения (P-value превышают порог 0,05). Однако это не говорит об отсутствии проблем, связанных с институциональными барьерами и недостаточным уровнем взаимодействия в креативном секторе. Напротив, полученные результаты указывают на более сложный характер их

воздействия, который реализуется не напрямую, а опосредованно. Это послужило основанием для проведения дополнительного анализа косвенных и совокупных эффектов факторов, а также медиаторных связей.

Отсутствие статистически значимых прямых эффектов факторов Barriers и Collaboration (гипотезы H4 и H5) при одновременной высокой субъективной значимости данных факторов, зафиксированной в ходе социологического опроса, указывает на необходимость более глубокой эконометрической интерпретации полученных результатов. В этой связи на следующем этапе анализа была проведена оценка косвенных и совокупных воздействий факторов на развитие креативной экономики Казахстана в рамках методологии PLS-SEM.

В PLS-SEM косвенный эффект определяется как произведение коэффициентов по путям от объясняющей переменной к зависимой через медиаторы, а совокупный эффект – как сумма прямого и косвенных влияний, отражающая общий вклад фактора. Такой подход позволяет выявить скрытые каналы воздействия, не проявляющиеся в прямых связях.

В данной модели анализ косвенных эффектов включал оценку влияния:

– ограничивающих факторов (Barriers) на развитие креативной экономики через потенциал молодёжи и пожилых людей;

– коллаборации (Collaboration) на развитие креативной экономики через потенциал возрастных групп и эффективность государственной поддержки;

– эффективности государственной поддержки (Efficiency of government) через институциональные условия и развитие человеческого потенциала.

Оценка косвенных эффектов выполнена методом Bootstrapping в среде SmartPLS (таблица 30), что позволило определить их статистическую значимость и устойчивость для факторов Barriers и Collaboration, подтверждая предположение о непрямом характере их воздействия на развитие креативной экономики.

Таблица 30 – Косвенные эффекты факторов развития креативной экономики

Путь косвенного влияния	Indirect effect	Standard deviation	T statistics	P values
Barriers → Youth potential → Creative economy	–0,128	0,051	2,509	0,012
Barriers → Potential of older people → Creative economy	–0,094	0,043	2,186	0,029
Collaboration → Youth potential → Creative economy	0,162	0,061	2,656	0,008
Collaboration → Potential of older people → Creative economy	0,101	0,048	2,104	0,035
Collaboration → Efficiency of government → Creative economy	0,073	0,041	1,780	0,075
Примечание – Составлено автором на основании расчётов в программе SmartPLS				

Фактор Barriers демонстрирует устойчивое отрицательное косвенное влияние через снижение реализуемого потенциала как молодёжи, так и пожилых людей. Финансовые, нормативно-правовые, организационно-инфраструктурные и информационно-образовательные ограничения, не проявляя прямого статистически значимого воздействия, снижают возможности вовлечения возрастных групп в креативную деятельность, что в конечном итоге отражается на интегральной оценке развития креативной экономики.

Фактор Collaboration, напротив, характеризуется положительными и

статистически значимыми косвенными эффектами. Коллаборация усиливает влияние молодёжного и пожилого потенциала, повышая вероятность их вовлечения в производственную и предпринимательскую деятельность, а также способствует более эффективной реализации мер государственной поддержки. Условная значимость траектории Collaboration → Efficiency of government → Creative economy (P-value = 0,075) указывает на наличие дополнительного институционального канала влияния.

Для уточнения итоговой иерархии факторов развития креативной экономики были рассчитаны совокупные эффекты (Total Effects), учитывающие как прямые, так и косвенные каналы воздействия. Результаты представлены в таблице 31.

Таблица 31 – Совокупные эффекты факторов развития креативной экономики

Фактор	Direct effect	Indirect effect	Total effect
Youth potential	0,438	0,000	0,438
Potential of older people	0,310	0,000	0,310
Efficiency of government	0,152	0,073	0,225
Collaboration	0,077	0,336	0,413
Barriers	0,066	–0,222	–0,156
Примечание – Составлено автором в SmartPLS			

Анализ совокупных эффектов показывает, что фактор Collaboration становится одним из ключевых детерминантов развития креативной экономики, уступая лишь молодёжному потенциалу. Его воздействие носит преимущественно косвенный характер, реализуясь через усиление других факторов. Фактор Barriers, напротив, демонстрирует отрицательный совокупный эффект, подтверждая роль структурного ингибитора: несмотря на формально положительное прямое влияние, совокупный эффект остаётся отрицательным из-за выраженных косвенных воздействий через человеческий потенциал.

Для уточнения характера опосредованных связей проведён медиаторный анализ (таблица 32) с определением типа медиирования (partial или full).

Таблица 32 – Медиаторный анализ факторов развития креативной экономики

Независимая переменная	Медиатор	Зависимая переменная	Тип медиирования
Barriers	Youth potential	Creative economy	Full mediation
Barriers	Potential of older people	Creative economy	Full mediation
Collaboration	Youth potential	Creative economy	Full mediation
Collaboration	Potential of older people	Creative economy	Full mediation
Collaboration	Efficiency of government	Creative economy	Partial mediation
Efficiency of government	Youth / Older potential	Creative economy	Partial mediation
Примечание – Составлено автором на основе результатов PLS-SEM и Bootstrapping-анализа			

Результаты медиаторного анализа (таблица 32) показывают, что институциональные условия и формы взаимодействия не трансформируются в экономические результаты напрямую: ключевым каналом их воздействия выступает

человеческий потенциал, а эффективность государственной поддержки выполняет вспомогательную медиирующую роль.

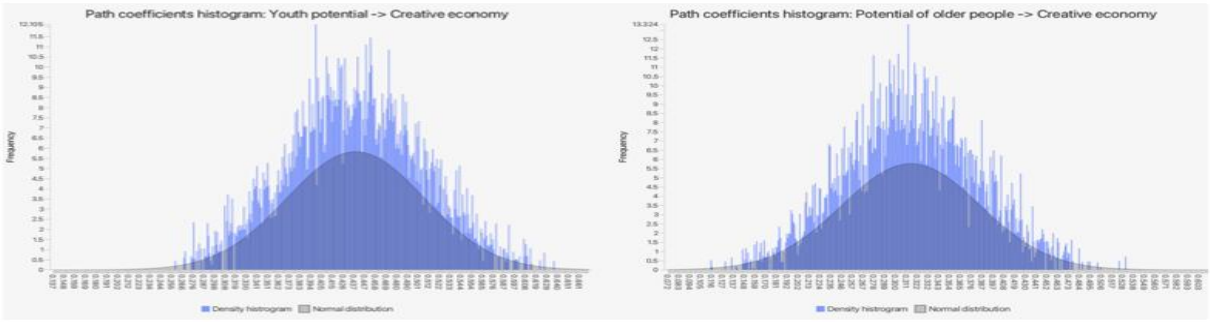
Завершающим этапом анализа стала оценка качества структурной модели с использованием коэффициента детерминации R^2, отражающего долю вариации зависимой переменной, объясняемую включёнными факторами (таблица 33).

Таблица 33 – Quality criteria

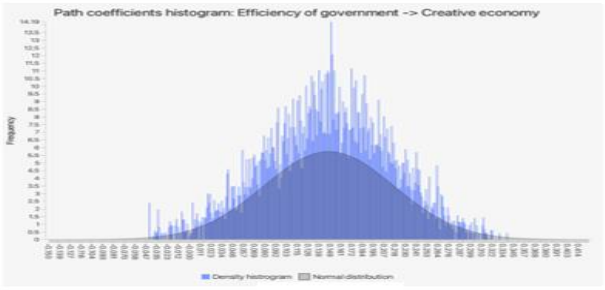
Переменные	R-square	R-square adjusted
Creative economy	0,725	0,721
Примечание – Составлено автором на основании результатов PLS-SEM		

Полученное значение коэффициента детерминации $R^2 = 0,725$ показывает, что более 72 % вариации развития креативной экономики Казахстана объясняется факторами, включёнными в модель, что для социально-экономических исследований свидетельствует о высокой объясняющей способности. Близость скорректированного значения (Adjusted $R^2 = 0,721$) подтверждает корректность спецификации и отсутствие избыточных переменных.

Дополнительная верификация на основе распределений коэффициентов (рисунок 48) свидетельствует об устойчивости выявленных положительных эффектов. Графическая верификация также согласуется с результатами Bootstrapping и подтверждает устойчивость оценок.



(a) (b)¶



(c)¶

Рисунок 48 – Распределение Path coefficients для ключевых связей структурной модели: a) Youth potential → Creative economy; b) Potential of older people → Creative economy; c) Efficiency of government → Creative economy

Примечание – Составлено автором на основании результатов PLS-SEM

Для обобщения результатов сформирована таблица 34, агрегирующая прямые, косвенные и совокупные эффекты.

Таблица 34 – Интегральная оценка влияния факторов на развитие креативной экономики (PLS-SEM)

Фактор	Прямой эффект на Creative economy	Косвенный эффект (через медиаторы)	Совокупный эффект	Эконометрическая интерпретация
Youth potential	0,438*	Усиливается через Collaboration и Efficiency of government	Наивысший	Ключевой драйвер; основной источник роста креативной экономики
Potential of older people	0,310*	Усиливается через Collaboration и Efficiency of government	Высокий	Недоиспользованный резерв развития; значим при возрастной инклюзии
Efficiency of government	0,152*	Частично опосредует Barriers и Collaboration	Средний	Институциональный усилитель человеческого потенциала
Collaboration	Нестатистически значим	Положительный через Youth potential, Potential of older people, Efficiency of government	Средний	Катализатор; усиливает эффекты активных факторов
Barriers	Нестатистически значим	Отрицательный через Youth potential и Potential of older people	Отрицательный	Структурный ингибитор; сдерживает реализацию потенциала
Примечание – Составлено автором на основании результатов PLS-SEM				

Таким образом, построенная структурная модель эмпирически демонстрирует, что развитие креативной экономики Казахстана носит человекоцентричный характер и в наибольшей степени определяется реализацией человеческого потенциала молодёжи и пожилых людей, тогда как государственная поддержка, коллаборация и институциональные ограничения выступают не самостоятельными драйверами роста, а механизмами опосредованного усиления или сдерживания данного потенциала. Это предопределяет переход к разработке и обоснованию направлений совершенствования механизмов поддержки креативных индустрий Казахстана в контуре НИС в условиях постиндустриального инклюзивного роста, что составляет содержание Раздела 3.

3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ПОДДЕРЖКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ КАЗАХСТАНА В КОНТУРЕ НИС В УСЛОВИЯХ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ИНКЛЮЗИВНОГО РОСТА

3.1. Разработка институционального механизма инклюзии креативного сектора Казахстана в контур НИС

Результаты анализа (подраздел 2.1) показывают, что развитие креативных индустрий в Республике Казахстан ограничивается не отдельными барьерами, а системой воспроизводимых институциональных дисфункций . Они проявляются на двух взаимосвязанных уровнях: в форме институциональных «ям» и «ловушек» (таблица 17), а также «провалов» (таблица 19), формируя комплексную, но несоответствующую природе креативной деятельности институциональную среду.

Ключевой проблемой является структурный разрыв между характеристиками креативной экономики (проектная занятость, нематериальные активы, гибкие формы организации) и индустриально ориентированной системой регулирования, нацеленной на стабильную занятость и формализованные структуры. Обобщение выявленных ограничений позволяет определить их как институциональную неинклюзивность, когда значительная часть субъектов креативных индустрий оказывается не признанной в официальной статистике и функционирует вне формального контура, что ограничивает доступ к финансированию и поддержке прав. Это препятствует интеграции креативных индустрий в НИС, несмотря на их высокий потенциал. В этой связи мы выделили три типа институциональных ограничений развития креативных индустрий в Казахстане: «ямы», «ловушки», «провалы». Их сравнительный анализ представлен в таблице 35, позволяя сделать ряд выводов. Во-первых, институциональные ограничения образуют взаимосвязанную систему: «ямы» формируют исходные разрывы, «ловушки» закрепляют их, а «провалы» воспроизводят на уровне политики. Во-вторых, доминирование административного регулирования и бюджетного финансирования усиливает несоответствие между логикой креативного сектора и инструментами поддержки. В-третьих, необходимы дифференцированные решения: развития институтов (для «ям»), трансформации стимулов (для «ловушек») и перенастройки государственной политики (для «провалов»).

Принципиальное значение разграничения институциональных «ям», «ловушек» и «провалов» определяется различием механизмов их формирования, что обусловливает необходимость применения дифференцированных инструментов их преодоления. В соответствии с этим далее мы рассмотрим механизмы преодоления ограничений, начиная с институциональных «ям».

Институциональные «ямы» представляют собой структурные разрывы между функциональной природой креативной деятельности и действующей системой регулирования. Они отражают функциональное рассогласование институциональной среды, при котором элементы системы существуют изолированно и проявлятся в разрывах между созданием, оформлением прав,

коммерциализацией и выходом на рынок.

Таблица 35 – Сравнительный анализ институциональных «ям», «ловушек» и «провалов» развития креативных индустрий в Казахстане

Критерии	Институциональные «ямы»	Институциональные «ловушки»	Институциональные «провалы»
Происхождение ограничения в институциональной системе Казахстана	Возникают на уровне отдельных сфер регулирования , когда имеющиеся инструменты не покрывают полный цикл «продукт – финансирование – коммерциализация – масштабирование – экспорт»	Возникают внутри сложившихся механизмов (бюджетное финансирование через МКИ РК, гранты, госзаказы), закрепляющих неэффективные модели	Формируются на уровне взаимодействия контуров и субъектов (МКИ РК, МНЭ РК, МЦРИАП РК, МФ РК, МТСЗН РК), где отсутствует согласование целей, инструментов и KPI
Механизм формирования и воспроизводства в Казахстане	Фрагментарность инструментов: разрыв между регулированием (МЮ РК), поддержкой МСП (Фонд «Даму», QazInnovations, Astana Hub и др.) и экспортом (QazTrade)	Система стимулов (сметное финансирование, грантовая логика, отчётность) делает выгодным сохранение текущих моделей: зависимость от госфинансирования	Несогласованность программ и критериев: разные требования к субъектам, несинхронизированные меры (гранты, субсидии), отсутствие единой политики
Проявление в креативных индустриях Казахстана	Разрыв «создание– монетизация» (слабая коммерциализация ИС через МЮ РК), «креатив – экспорт» (нат интеграции с QazTrade), «дизайн – производство» (слабая связка с промышленностью)	Бюджетно-сметная модель учреждений культуры; грантовая зависимость; доминирование микросубъектов без перехода в средний бизнес	Дублирование программ поддержки; жёсткие регуляторные режимы; исключение самозанятых; отсутствие интеграции КИ в индустриально-инновационную политику
Поведение субъектов креативных индустрий	Ограниченная рыночная активность из-за отсутствия каналов сбыта и масштабирования; ориентация на локальные рынки	Добровольное следование неэффективным моделям поведения: : работа «под грантъы», минимизация рисков и др.	Адаптация к искажённым сигналам: формальное участие в программах, дробление бизнеса, уход в неформальность
Системный эффект для экономики Казахстана	Недоиспользование культурного и креативного потенциала регионов; слабая экспортная ориентация	Стагнация и закрепление низкой производительности. отсутствие «среднего слоя» предприятий	Неэффективность государственной политики; отсутствие масштабирования и интеграции КИ в НИС
Роль в воспроизводстве структурных дисбалансов КИ Казахстана	Формируют исходные институциональные разрывы между этапами создания, коммерциализации и масштабирования	Закрепляют неэффективную структуру сектора через устойчивые стимулы, нет перехода от микросубъектов к масштабируемому бизнесу	Воспроизводство несогласованности государственной политики, разрыв между креативными индустриями и контурами НИС
Институциональный уровень решения	Достройка недостающих связок между контурами «продукт – финансирование – коммерциализация – масштабирование – экспорт»	Перенастройка стимулов (от сметной и грантовой логики к результат-ориентированным механизмам)	Перестройка политики: координация, единые критерии, согласование инструментов, введение KPI и ответственности
Примечание – Составлено автором			

Специфика данных разрывов в Казахстане определяется рядом факторов. Во-

первых, гибридный характер креативной деятельности (культурная, экономическая и социальная функции) не соответствует отраслевому принципу регулирования, что приводит к конфликту функций. Во-вторых, высокая доля нематериальных активов и проектная занятость требуют специализированных институтов (защита прав, снижение транзакционных издержек, доступ к рынкам), дефицит которых усиливает разрывы между созданием и коммерциализацией. В-третьих, отсутствует координация между элементами институциональной системы (регулирование, финансирование, инфраструктура, статистика), что препятствует формированию целостного механизма.

Систематизация выявленных разрывов и механизмов их преодоления (таблица 36) показывает, что их устранение связано не столько с расширением инструментов поддержки, сколько с восстановлением функциональной связности институциональной среды. На этой основе сформирован комплекс рекомендаций (таблица 37), структурированный по двум направлениям:

1) общесистемные меры – для трансформации институциональной среды;

2) секторные меры – для устранения специфических ограничений.

Вместе с тем устранение институциональных «ям» не исчерпывает проблему, поскольку часть ограничений носит устойчивый характер и воспроизводится через поведенческие механизмы, формируя институциональные «ловушки».

Институциональные «ловушки» в креативных индустриях представляют собой устойчивые конфигурации правил и стимулов, при которых неэффективные практики закрепляются как рациональные стратегии поведения. «Ловушки» воспроизводятся через закрепление неэффективных моделей регулирования, финансирования и организации деятельности. Специфика институциональных «ловушек» в Казахстане определяется тремя факторами: доминированием административных режимов, не учитывающих проектный характер креативной деятельности; ориентацией финансирования на поддержание текущего состояния; слабой институционализацией каналов коммерциализации и кооперации.

Систематизация механизмов воспроизводства институциональных «ловушек» представлена в таблице 38, а комплекс мер по их преодолению – в таблице 39. Их устранение связано с изменением структуры стимулов – переходом от моделей, ориентированных на минимизацию рисков, к моделям, стимулирующим кооперацию и коммерциализацию.

Далее целесообразно перейти к анализу институциональных «провалов», проявляющихся на уровне системы управления и регулирования. В отличие от «ям» и «ловушек», они отражают несогласованность целей, инструментов и результатов государственной политики.

Таблица 36 – Механизмы преодоления «институциональных ям» в креативных индустриях Республики Казахстан

Вид креативной деятельности	Институциональная яма	Причина формирования (институциональная)	Экономические последствия	Механизм преодоления	Конкретные инструменты	Механика воздействия	Показатели (KPI)	Ожидаемый институциональный эффект
Культурное наследие	Разрыв между охранной функцией и экономическим использованием	Жёсткий запретительный режим использования объектов	Низкая капитализация, зависимость от бюджета	Интеграция охранной и экономической функций	Лицензирование использования, событийные форматы, коммерческие сервисы	Разрешается ограниченная коммерциализация без утраты статуса объекта	Доля внебюджетных доходов; число коммерческих проектов	Рост доходов, повышение инвестиционной привлекательности
Музеи и библиотеки	Разрыв между социальной функцией и рыночной деятельностью	Бюджетно-сметная модель финансирования	Отсутствие стимулов к развитию	Введение гибридной модели функционирования	Платные услуги, цифровые продукты, образовательные программы	Часть функций переводится в рыночный режим	Доля собственных доходов; количество услуг	Финансовая устойчивость
Народные промыслы	Разрыв между традиционной деятельностью и ИС	Высокие издержки формализации	Теневая экономика	Снижение барьеров формализации	Упрощённая регистрация ИС, коллективные бренды	Упрощение доступа к правовой защите	Количество зарегистрированных субъектов	Легализация деятельности
Архитектура и мода	Разрыв между креативной природой и отраслевым регулированием	Отнесение к строительству и услугам	Исключение из поддержки	Институциональное признание КИ	Функциональная классификация	Доступ к программам поддержки	Количество субъектов поддержки	Расширение доступа
Кино и анимация	Разрыв между производством и коммерциализацией	Отсутствие связанной цепочки	Нестабильность занятости	Формирование экосистем	Кластеры, продюсерские центры	Связка стадий производства и рынка	Количество проектов полного цикла	Масштабирование индустрии
Музыка и цифровой контент	Разрыв между созданием и сбытом	Ограниченный доступ к рынкам	Низкая монетизация	Институционализация каналов сбыта	Платформы, агрегаторы	Прямой доступ к рынкам	Экспорт, доходы	Рост доходов

Примечание – Составлено автором

Таблица 37 – Разработанная система мер по устранению институциональных «ям» в креативных индустриях Казахстана

Направление	Креативные индустрии	Ключевая проблема	Предлагаемые меры	Ключевые акторы	Результат	KPI
ОБЩЕСИСТЕМНЫЕ МЕРЫ						
Интеграция функций	Все КИ	Разрыв «охрана vs монетизация»	1) Введение правового режима «ограниченной коммерциализации» с регламентацией допустимых видов деятельности (ивенты, аренда, лицензирование); 2) разработка типовых лицензионных договоров (контент, репродукции, брендирование); 3) внедрение механизма раздельного учёта доходов (бюджетные/внебюджетные) с правом реинвестирования; 4) пилотные проекты в якорных учреждениях с масштабированием	МКИ РК, МНЭ РК	Рост коммерциализации культурных активов, снижение бюджетной зависимости	Доля внебюджетных доходов (%); число лицензий; выручка от коммерческой деятельности; количество пилотов
Снижение барьеров формализации	Все КИ	Высокие транзакционные издержки	1) Внедрение ускоренной (fast-track) регистрации объектов ИС (≤10 дней); 2) создание единого цифрового кабинета автора (регистрация, депонирование, договоры); 3) разработка типовых договоров лицензирования и отчуждения прав ИС; 4) введение специального налогового/правового режима для самозанятых в КИ	МЮ РК, МЦРИАП РК	Легализация креативной деятельности, сокращение теневого сектора	Срок регистрации; число зарегистрированных объектов ИС; число пользователей цифрового кабинета; доля формализованных субъектов
Инфраструктура	Все КИ	Разрыв «создание– рынок»	1) Создание креативных кластеров с налоговыми стимулами (медиа, дизайн, геймдев); 2) создание хабов полного цикла (production–postproduction–distribution); 3) развитие цифровых платформ и маркетплейсов для дистрибуции контента; 4) софинансирование для привлечения инвестиций	МИО, институты развития	Формирование креативных экосистем, рост кооперации и числа проектов	Число кластеров, резидентов; объём инвестиций; число проектов полного цикла; количество сделок
Мониторинг	Все КИ	Низкая статистическая видимость	1) Включение всех сегментов КИ в статистические классификаторы; 2) разработка системы KPI, учитывающей фриланс, платформенную занятость и цифровые доходы; 3) внедрение системы регулярных отраслевых аналитических отчётов; 4) интеграция данных платформ и цифровых сервисов в статистику	БНС АСПиР РК	Повышение прозрачности и управляемости сектора	Наличие системы показателей; регулярность публикаций; охват субъектов (%); полнота данных

Продолжение таблицы 37

Вид креативной деятельности	Креативные индустрии	Ключевая проблема	Предлагаемые меры	Акторы	Результат	KPI
2. СЕКТОРНЫЕ МЕРЫ						
Наследие и музеи	Культурное наследие	Разрыв между охранной и экономической функциями	1) Введение квотируемых режимов коммерческого использования (≤ установленной доли времени/площади); 2) запуск линейки коммерческих продуктов (мерч, цифровые туры, образовательные сервисы); 3) аренда пространств по типовым тарифам и договорам; 4) лицензирование изображений, коллекций и музейных брендов	МКИ РК, МИО	Рост внебюджетных доходов, капитализация культурных активов, диверсификация финансирования	Доля внебюджетных доходов (%); доход от лицензирования; количество коммерческих продуктов; число мероприятий
Народные промыслы	Ремесленные практики	Несовместимость традиционной деятельности с механизмами ИС	1) Внедрение географических указаний и коллективных товарных знаков; 2) разработка упрощённого пакета регистрации (шаблоны, ускоренные процедуры); 3) создание цифрового реестра мастеров с верификацией и фиксацией авторства; 4) интеграция в e-commerce платформы и маркетплейсы	МЮ РК	Легализация деятельности, рост добавленной стоимости продукции	Число зарегистрированных GI/знаков; числомастеров в реестре; оборот онлайн-продаж; доля формализованных субъектов
Кино и анимация	Аудиовизуальные индустрии	Фрагментация производственных цепочек	1) Создание продюсерских центров с девелопментом и slate-финансированием; 2) внедрение rebate и кэшбэков для стимулирования производства; 3) соглашения с цифровыми платформами дистрибуции; 4) поддержка проектов полного цикла (production–distribution)	МЦРИАП РК	Рост коммерциализации, увеличение экспортного потенциала	Число проектов полного цикла; число релизов; экспортная выручка; число дистрибуционных контрактов
Музыка и digital	Музыкальная индустрия и цифровой контент	Ограниченные каналы сбыта и монетизации	1) Создание национального агрегатора контента для выхода на международные DSP; 2) заключение договоров с глобальными стриминговыми платформами; 3) развитие экспортных инструментов (шоукейсы, витрины); 4) внедрение систем защиты прав	МЦРИАП РК	Рост доходов, расширение рынков сбыта	Стриминговые доходы; доля зарубежной аудитории; количество контента, экспортных кейсов
Реклама и маркетинг	Креативные услуги	Фрагментация рынка и слабая защита креативных идей	1) Введение стандартов договорной защиты креативных идей; 2) разработка типовых контрактов на креативные решения; 3) создание реестра креативных агентств; 4) внедрение механизмов фиксации авторства	МЮ РК	Рост защищённости креативного продукта, снижение споров	Число зарегистрированных кейсов; доля контрактных проектов; число споров по ИС
Ювелирное дело	Декоративное искусство	Недооценка креативной ценности	Поддержка дизайнерских брендов; защита дизайна; экспортные каналы; брендинг	МНЭ РК	Рост добавленной стоимости	Экспорт; число брендов; цена продукции

Продолжение таблицы 37

1	2	3	4	5	6	7
Телевидение	Медиа	Ограниченная цифровая интеграция	OTT-платформы; оригинальный контент; новые модели монетизации; интеграция с digital	МЦРИАП РК	Рост аудитории и доходов	Доля digital-аудитории; доходы от платформ
Геймдев	Игровая индустрия	Неразвитая инфраструктура разработки продуктов и выходу на мировые рынки	1) Создание центров разработки (game hubs) с доступом к технологиям и экспертизе; 2) финансирование (гранты, венчурные инвестиции); 3) поддержка издательских функций (publishing, маркетинг); 4) интеграция в международные платформы дистрибуции	МЦРИАП РК	Рост числа разработок, выход на глобальные рынки	Число студий; число выпущенных игр; объём инвестиций; экспортная выручка
Креативное образование	Подготовка кадров для КИ	Разрыв между системой образования и запросами КИ	1) Внедрение проектно-ориентированных образовательных программ; 2) интеграция индустриальных партнёров (стажировки, реальные проекты); 3) программы по предпринимательству в КИ; 4) создание креативных лабораторий	МНВО РК	Рост качества подготовки кадров, снижение разрыва с рынком	Доля выпускников, работающих по профилю; число индустриальных проектов; трудоустройство
Музеи и библиотеки	Культурные институции	Противоречие между общественной функцией и потенциалом коммерциализации	Гибридная модель финансирования; платные сервисы; цифровизация фондов; развитие образовательных продуктов	МКИ РК, МИО	Финансовая устойчивость учреждений	Доля собственных доходов; число платных услуг; пользователи цифровых сервисов
Культурно-досуговые учреждения	Культурная деятельность	Несоответствие моделей управления проектной деятельности	Проектное финансирование; гибкие модели управления; событийные форматы; партнёрства с бизнесом	МКИ РК, МИО	Рост эффективности и разнообразия услуг	Число проектов; посещаемость; доля внебюджетных средств
IT и геймдев	Цифровые КИ	Несоответствие проектной занятости требованиям регулирования	Легализация фриланса; цифровые контракты; спецрежимы; платформенная занятость	МЦРИАП РК	Легализация рынка	Число зарегистрированных субъектов
Event-индустрия	Конференции и выставки	Недооценка креативной составляющей	Поддержка форматов; брендинг событий; экспорт мероприятий; интеграция в КИ-политику	МНЭ РК, МИО	Рост отрасли	Число мероприятий; экспорт

Примечание – Составлено автором

Таблица 38 –Механизмы преодоления институциональных «ловушек» в креативных индустриях Казахстана

Креативные индустрии	Институциональная ловушка	Механизм воспроизводства	Экономические последствия	Механизм преодоления	Инструменты	Механика воздействия	KPI	Результат
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Культурное наследие	Доминирование рестриктивных режимов охраны и административного контроля	Жёсткая регламентация использования объектов, приоритет запретительных норм, отсутствие дифференциации режимов	Недоиспользование объектов, низкая инвестиционная привлекательность, зависимость от бюджета	Переход к дифференцированным режимам использования с сохранением охранного статуса	Лицензирование использования; регламентированная коммерциализация; событийные форматы; цифровые продукты	Частичное снятие ограничений при сохранении охраны → вовлечение объектов в экономический оборот	Доля внебюджетных доходов (%); число коммерческих проектов; доход от лицензирования	Рост капитализации объектов и инвестиционной активности
Библиотеки, музеи	Бюджетно-сметная модель финансирования и жёсткая регламентация деятельности	Финансирование «на содержание», отсутствие связи с результатами и спросом	Отсутствие стимулов к развитию, ограниченная диверсификация услуг	Переход к смешанной (гибридной) модели финансирования и результатной логике	Платные услуги; цифровые сервисы; образовательные программы; KPI учреждений	Формирование зависимости части доходов от активности → стимулирование развития услуг	Доля собственных доходов (%); количество платных услуг; число пользователей цифровых сервисов	Финансовая устойчивость и расширение функционала учреждений
Народные промыслы	Высокие транзакционные издержки правовой охраны и низкая мотивация к формализации	Сложность регистрации прав, отсутствие коллективных форм защиты, слабая правовая грамотность	Теневая деятельность, низкая добавленная стоимость, ограниченный доступ к рынкам	Снижение барьеров формализации и развитие коллективных механизмов защиты	Географические указания; коллективные бренды; упрощённая регистрация; цифровые реестры мастеров	Удешевление и упрощение процедур → рост формализации и защиты прав	Число зарегистрированных GI/знаков; доля формализованных субъектов; оборот онлайн-продаж	Легализация деятельности и рост добавленной стоимости
Культурно-досуговые учреждения	Закрепление статуса бюджетных учреждений и административных регламентов	Жёсткая организационная структура, сметное финансирование, отсутствие гибкости	Ограниченная адаптация к спросу, низкая инновационность	Переход к проектной и гибкой модели управления	Проектное финансирование; автономизация; партнёрства с частным сектором; событийные форматы	Финансирование проектов вместо содержания → рост гибкости и разнообразия деятельности	Число реализованных проектов; доля внебюджетных доходов; посещаемость	Повышение эффективности и разнообразия культурных продуктов

Продолжение таблицы 38

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Музыка	Сосредоточенность регулирования на защите прав без развития экосистемы	Фокус на охране ИС при отсутствии инфраструктуры дистрибуции и продвижения	Низкая монетизация, ограниченный экспорт	Переход к экосистемной модели регулирования (создание + дистрибуция + рынок)	Национальные агрегаторы; интеграция с DSP; экспортные программы; продвижение	Создание каналов сбыта и продвижения → трансформация прав в доход	Стриминг-доходы; доля зарубежной аудитории; экспорт	Рост коммерциализации и международного присутствия
Ювелирное дело	Доминирование таможенного и сырьевого регулирования	Оценка продукции по стоимости материалов, а не дизайна	Низкая добавленная стоимость, слабая брендовость	Переход к признанию дизайнерской (креативной) составляющей	Поддержка дизайнерских брендов; защита промышленного дизайна; экспортные программы	Смещение акцента с сырья на дизайн → рост стоимости продукта	Экспорт; средняя цена изделия; число брендов	Рост добавленной стоимости и конкурентоспособности
Кино и анимация	Проектный характер финансирования без механизмов устойчивого роста	Финансирование разрозненных проектов без долгосрочной координации	Нестабильность занятости, отсутствие масштабирования	Формирование устойчивой индустриальной экосистемы	Продюсерские центры; slate-финансирование; rebate; кластеры	Связка проектов в портфели → снижение рисков и повышение устойчивости	Количество проектов полного цикла; экспортная выручка; число релизов	Стабилизация и рост индустрии
Телевизионные программы	Жёсткое лицензирование, доминирование традиционных моделей вещания	Линейное вещание, регуляторные ограничения	Снижение инновационности, отток аудитории	Переход к цифровым и гибридным моделям распространения	OTT-платформы; цифровые сервисы; новые модели монетизации	Перенос контента в цифровую среду → расширение аудитории и доходов	Доля digital-контента; доходы от цифровых платформ	Рост инновационности и доходов
Конференции и выставки	Институциональное отнесение к сервисным услугам	Игнорирование креативной составляющей деятельности	Недооценка, ограниченный доступ к поддержке	Интеграция в систему креативных индустрий	Программы поддержки; брендинг событий; международные платформы	Признание креативной ценности → расширение доступа к ресурсам	Число мероприятий; экспорт услуг	Рост отрасли и её институционального статуса
IT и геймдевелопмент	Встраивание в IT и индустриальные режимы без учёта креативной специфики	Применение стандартных требований к занятости и бизнесу	Частичная неформальность, ограничение роста	Адаптация регулирования к проектной и гибкой занятости	Специальные режимы; цифровые контракты; платформенная занятость	Снижение регуляторного несоответствия → легализация и развитие	Число зарегистрированных субъектов; доходы; экспорт	Легализация и рост цифрового креативного сектора
Примечание – Составлено автором								

Таблица 39 – Рекомендации по преодолению институциональных «ловушек» в креативных индустриях Казахстана

Направление	Креативные индустрии	Институциональная ловушка	Рекомендации	Акторы	Ожидаемый результат	KPI
Регулирование использования культурных объектов	Культурное наследие	Доминирование рестриктивных режимов охраны	Введение режимов «ограниченной коммерциализации»; разработка типовых лицензий; пилотные проекты использования объектов	МКИ РК, МИО	Вовлечение объектов в оборот	Доля внебюджетных доходов (%); число проектов; доход от лицензирования
Финансовая модель учреждений	Музеи, библиотеки	Бюджетно-сметная зависимость	Внедрение смешанного финансирования; развитие платных сервисов; введение KPI; разрешение реинвестирования доходов	МКИ РК, МИО	Рост финансовой устойчивости	Доля собственных доходов (%); число платных услуг; пользователи сервисов
Формализация деятельности	Народные промыслы	Высокие транзакционные издержки	Упрощённая регистрация прав; цифровой реестра мастеров; поддержка онлайн-продаж	МЮ РК	Легализация деятельности	Число зарегистрированных субъектов; онлайнпродажи
Организационные модели	Культурно-досуговые учреждения	Жёсткая административная модель	Переход к проектному финансированию; развитие партнёрств с бизнесом; внедрение гибких моделей управления	МКИ РК, МИО	Рост активности и гибкости	Число проектов; доля внебюджетных доходов; посещаемость
Коммерциализация контента	Музыка	Ограниченная монетизации	Создание национального агрегатора; экспортные программы; продвижение контента	МЦРИАП РК	Рост доходов и экспорта	Стриминг-доходы; доля зарубежной аудитории; экспорт
Регулирование отрасли	Ювелирное дело	Сырьевая логика регулирования	Поддержка дизайнерских брендов; защита дизайна; развитие экспортных каналов	МНЭ РК	Рост добавленной стоимости	Экспорт; число брендов; средняя цена продукции
Индустриальная модель	Кино и анимация	Нестабильное проектное финансирование	Введение slate-финансирования; расширение rebate; создание продюсерских центров; развитие кластеров	МЦРИАП РК	Рост индустрии	Число проектов; экспортная выручка; релизы
Трансформация медиа	Телевизионные программы	Устаревшая модель вещания	Развитие OTT-платформ; поддержка цифрового контента; внедрение гибридных моделей монетизации	МЦРИАП РК	Рост цифровой аудитории	Доля digital-контента; доходы
Институциональный статус	Конференции и выставки	Отнесение к сервисному сектору	Включение в политику КИ; программы поддержки, международные мероприятия	МНЭ РК, МИО	Рост отрасли	Число мероприятий; экспорт услуг
Регуляторная адаптация	IT и геймдевелопмент	Несоответствие регулирования проектной занятости	Введение специальных режимов; развитие цифровых контрактов; поддержка платформенной занятости	МЦРИАП РК	Легализация и рост сектора	Число субъектов; доходы; экспорт
Примечание – Составлено автором						

Институциональные «провалы» представляют собой системные дефекты институциональной архитектуры, при которых применяемые инструменты регулирования либо не обеспечивают достижение целей, либо порождают дополнительные искажения. Они обусловлены ошибками настройки политики: несогласованностью акторов, асимметрией информации, некорректной селекцией получателей, несоответствием инструментов природе деятельности и отсутствием релевантных метрик результата. Системный характер данных провалов предопределяет необходимость их преодоления через корректировку институциональной архитектуры – повышение согласованности политики и адаптацию инструментов к специфике креативной деятельности.

Результаты проведённого анализа позволили не только идентифицировать институциональные провалы развития креативных индустрий Казахстана, но и обосновать ключевые направления их устранения, представленные в таблице 40.

1. Координационный провал – отсутствие единого центра ответственности и разрыв цепочки «разработка–коммерциализация–масштабирование». В Казахстане креативные индустрии регулируются несколькими ведомствами без единого центра ответственности, в результате чего инструменты поддержки не образуют связанной цепочки «разработка–коммерциализация–масштабирование», и проекты выпадают из системы на переходных стадиях. В целях устранения данного провала необходимо формирование единого координационного центра политики креативных индустрий, закрепление ответственности, создание межведомственного координационного механизма, внедрение принципа «единого окна», а также унификация критериев отбора и синхронизация программ поддержки между ведомствами.

2. Регуляторный провал – доминирование контрольных режимов, ограничивающих экономическое использование креативных активов. Регулирование креативных индустрий построено по контрольной логике отраслевых режимов, из-за чего экономическое использование культурных и креативных активов ограничено, а стимулы к предпринимательству ослаблены. Для его преодоления требуется переход к стимулирующей модели регулирования, включая внедрение режимов регулируемой коммерциализации, дерегуляцию отдельных сегментов, развитие регуляторных «песочниц» и цифровизацию разрешительных процедур, а также пересмотр ограничений на использование объектов интеллектуальной собственности и креативных продуктов в коммерческой деятельности.

3. Селективный провал – исключение фрилансеров и проектных команд из системы государственной поддержки вследствие применения формализованных критериев отбора. Система господдержки ориентирована на формализованные бизнес-структуры, тогда как креативная деятельность носит проектный и фриланс-характер, что приводит к системному исключению значительной части участников из институционального контура. Для устранения данного провала необходимо расширение контура субъектов креативной экономики за счёт признания фрилансеров и самозанятых, адаптации критериев доступа к мерам поддержки, упрощения процедур отчётности, внедрения альтернативных механизмов подтверждения деятельности (портфолио, цифровые следы, контракты).

Таблица 40 – Механизмы устранения институциональных «провалов» в креативных индустриях Казахстана

Тип институционального провала	Механизм воспроизводства	Механизм устранения	Конкретные инструменты	Механизим воздействия (как работает)	Ожидаемый результат
Координационный	Дублирование функций и полномочий между ведомствами	Формирование единого центра координации политики КИ и согласование инструментов	Закрепление координации за МКИ РК; межведомственный совет (МКИ РК, МЦРИАП РК, МНЭ РК); единое окно для субъектов КИ; синхронизация программ Фонд «Даму» и QazInnovations; унификация критериев отбора	Устраняется дублирование программ; цепочка поддержки (грант → финансирование → экспорт); снижаются издержки доступа	Согласованность политики; рост проектов с полным циклом
Регуляторный	Доминирование контроля над стимулированием	Переход от контрольной к стимулирующей модели регулирования	Введение режимов «регулируемой коммерциализации»; упрощение требований в ювелирной отрасли (МФ РК); цифровые лицензии и договоры (МЮ РК); регуляторные «песочницы»	Снижение барьеров входа; легальная коммерциализация креативных активов; расширение бизнес-модели	Активизация бизнеса; снижение неформальности
Селективный	Узкие критерии признания субъектов КИ	Расширение институционального контура субъектов КИ	Доступ самозанятых, фриланса к продуктам Фонда «Даму»; адаптация критериев QazInnovations; альтернативные критерии; упрощённе отчётности	Рост охвата поддержки; рост доступа к программам и формализация деятельности	Рост инклюзивности; расширение базы КИ
Инновационный	Разрыв между КИ и НИС	Интеграция КИ в кластеры и инновационные цепочки	Охват креативных проектов в программах Astana Hub; кросс-секторальные гранты, проекты с промышленными кластерами; экспортные программы	Устойчивые связи между КИ и промышленностью; трансфер знаний и технологий	Рост инновационной активности; новые рынки
Финансово-институциональный	Несоответствие финансовых инструментов специфике КИ	Адаптация финансовых механизмов к нематериальной природе КИ	Введение софинансирования через НУХ «Байтерек»; расширение продуктов Фонда «Даму»; IP как залог; мост «грант → инвестиции»	Снижается барьер финансирования; возможность масштабирования; формируется инвестиционный цикл	Рост инвестиционной привлекательности и масштабируемости
Стратегический	Отсутствие долгосрочной политики	Формирование долгосрочной стратегии развития КИ	Разработка стратегии КИ (МКИ РК + МНЭ РК); KPI; нац. план; программно-целевое управление	Предсказуемость политики; долгосрочные ориентиры	Рост д инвестиций и человеческого капитала
Статистико-аналитический	Неполный статистический учёт КИ	Формирование адекватной статистики и мониторинга	Расширение классификаторов БНС АСПиР РК; учёт фриланса, платформ, цифрового контента; регулярные отчёты; аналитика КИ	Рост точности данных и качества принятия решений	Рост управляемости и качества политики
Примечание – Составлено автором					

4. Инновационный провал – отсутствие интеграции креативных индустрий в инновационные кластеры и программы. Креативные индустрии не встроены в существующие инновационные кластеры и программы, вследствие чего их потенциал в части дизайна, контента и пользовательских решений не трансформируется в инновационные продукты.

Для его преодоления необходимо включение креативных индустрий в инструменты инновационной политики, развитие кросс-секторальных проектов, кластеризация и формирование устойчивых связей между креативным, промышленным и цифровым секторами, а также расширение участия креативных проектов в программах технологического развития и акселерации.

5. Финансово-институциональный провал – несоответствие финансовых инструментов, ориентированных на залоговое обеспечение и стабильный денежный поток, природе креативной деятельности, основанной на нематериальных активах, неопределённой выручке, что фактически закрывает креативным индустриям доступ к финансированию.

В этой связи требуется адаптация финансовых механизмов, включая развитие венчурного финансирования, использование интеллектуальной собственности в качестве залога, расширение инструментов софинансирования и гарантий.

6. Стратегический провал – отсутствие закреплённой долгосрочной политики развития и поддкржки сектора.

Его устранение связано с разработкой и принятием долгосрочной стратегии развития креативных индустрий, а также согласование её с индустриально-инновационной политикой государства.

7. Статистико-аналитический провал – неполный учёт креативной экономики и искажение её параметров. Значительная часть креативной деятельности (цифровой контент, платформенная занятость, фриланс) не отражается в статистике, что приводит к систематическому занижению роли сектора и ошибкам в государственной политике.

Для преодоления данного провала необходимо формирование адекватной системы статистического учёта, включающей расширение классификаторов, учёт новых форм занятости, интеграцию данных цифровых платформ и развитие регулярной аналитики, а также внедрение системы показателей, отражающих специфику креативной экономики.

В совокупности указанные провалы формируют систему искажённых институциональных сигналов, при которой рассогласование целей, инструментов и критериев доступа приводит к разрыву цепочки «создание–коммерциализация–масштабирование» и ограничивает интеграцию креативных индустрий в НИС. При этом ключевая проблема креативных индустрий в Казахстане заключается не в отсутствии инструментов поддержки, а в их несогласованности по логике жизненного цикла проектов.

В целом, преодоление институциональных «провалов» в креативных индустриях Казахстана связано с переходом к согласованной модели государственной политики, в которой обеспечивается единство целей, инструментов и механизмов реализации. Реализация предложенных мер позволяет устранить

фрагментацию управления, снизить регуляторные барьеры, расширить круг субъектов и обеспечить доступ к финансированию, формируя непрерывную цепочку «создание–коммерциализация–масштабирование» для устойчивой интеграции креативных индустрий в НИС.

Предложенный в работе подход, основанный на разграничении уровней институциональных ограничений и соответствующих механизмов их преодоления, позволяет перейти от фрагментарной логики государственной поддержки к модели целостной институциональной трансформации, формируя условия для расширению участия субъектов креативной экономики в НИС и в постиндустриальном инклюзивлм росте экономики Казахстана.

3.2. Модернизация финансово-экономического механизма поддержки инклюзивного развития креативных индустрий в Казахстане

Финансово-экономический механизм поддержки креативных индустрий в Казахстане характеризуется высокой инструментальной насыщенностью при отсутствии целостной институционально-экономической логики их применения, что снижает эффективность распределения ресурсов и ограничивает инклюзию сектора. Несмотря на широкий набор инструментов (гранты, субсидии, льготное кредитование, микрофинансирование, венчурные и ангельские инвестиции, налоговые преференции, краудфандинг, меценатство), они функционируют фрагментарно и не формируют устойчивого воспроизводственного контура. Это усугубляется экономической неоднородностью сектора и неравномерным доступом субъектов к финансированию .

Финансовая поддержка в значительной степени опирается на универсальные механизмы МСБ, ориентированные на стабильные денежные потоки, материальные активы и залог. В условиях проектной природы креативной деятельности и доминирования интеллектуальной собственности такая модель приводит к системному исключению значительной части субъектов из доступа к финансированию.

Наиболее остро данный разрыв проявляется в банковском кредитовании: финансовые институты Казахстана рассматривают креативные проекты как высокорисковые, что делает кредиты фактически недоступными. Даже льготные программы [178] и инструменты поддержки молодежи и пожилых (микрокредитование 21–35 лет [179–181]) не учитывают специфику креативных бизнес-моделей. Требования к залогу, стажу деятельности и стабильным доходам формируют барьеры входа, особенно на ранних стадиях.

Гранты и субсидии являются более релевантным инструментом, что подтверждается международной практикой (Arts Council England [182], Creative Europe, La French Tech), однако в Казахстане они ограничены по масштабу и слабо интегрированы с задачами кластерного развития и экспорта.

Альтернативные источники финансирования (краудфандинг, венчурные и ангельские инвестиции, меценатство) находятся на ранней стадии развития, что связано с низкой инвестиционной культурой и недостаточной подготовкой

проектов [183, 184]. Деятельность отдельных фондов («CinemArt», Фонд поддержки креативной индустрии [185]) носит точечный характер и не формирует системного эффекта.

Недостаточно используется и потенциал средств, аккумулируемых через обязательства недропользователей и механизмы НИОКР [186]: несмотря на интеграцию АКФ «ПИТ» в Astana Hub, данные ресурсы преимущественно направляются в технологический сектор, тогда как развитие креативных кластеров остаётся вне приоритета [187].

В совокупности это свидетельствует о наличии устойчивых провалов финансово-экономического механизма поддержки, которые воспроизводят институциональные ограничения (подраздел 3.1) и ограничивают инклюзию креативных индустрий в НИС. Они проявляются в ограниченном доступе к финансированию, исключении проектных форм занятости и недоиспользовании потенциала различных групп участников.

Авторская классификация провалов финансово-экономического механизма поддержки креативных индустрий в Казахстане представленная в таблице 41.

В отличие от традиционных отраслей, где доминируют материальные активы и стабильные денежные потоки, креативные индустрии характеризуются проектной логикой, нематериальной природой стоимости и высокой степенью неопределённости, что требует адаптированных финансовых механизмов. Выявленные провалы взаимосвязаны и взаимно усиливают друг друга: ограниченный доступ к кредитам и инвестициям сочетается с селективностью мер поддержки, несистемностью грантовых инструментов и слабой экспортной ориентацией, что в совокупности формирует замкнутый контур ограничений развития сектора. Преодоление данных провалов требует не расширения набора инструментов, а их адаптации и согласования в рамках единой логики поддержки, ориентированной на жизненный цикл креативных проектов – от создания до коммерциализации и выхода на внешние рынки.

Для углублённой интерпретации выявленных провалов финансово-экономического механизма поддержки креативных индустрий целесообразно обратиться к международному опыту стран и наднациональных объединений, где креативные индустрии институционально интегрированы в национальные и региональные инновационные системы. Сравнительный анализ практик США [188-190], Канады [191-193] и ЕС [194-196], позволяет выявить принципиальные различия в логике формирования финансово-экономических механизмов по сравнению с казахстанской моделью (таблица 42). В отличие от Казахстана, где провалы носят воспроизводящийся характер, в рассматриваемых странах сформированы устойчивые механизмы, учитывающие специфику креативной экономики.

Международный опыт показывает, что устойчивое развитие креативных индустрий обеспечивается не отдельными мерами, а согласованным инструментарием, учитывающим нематериальную природу активов, проектную логику доходов и кластерную организацию сектора. Ключевое значение имеет адаптация инструментов к высокой неопределённости и обеспечение непрерывности финансирования.

Таблица 41 –Провалы финансово-экономического механизма поддержки креативных индустрий в Казахстане

Тип финансово-экономического провала	Проявление	Институциональная причина (связь с подразделом 3.1)	Экономический эффект
Кредитный (недоступность заемных средств)	Недоступность банковского кредитования для креативных проектов (отказ в залоге ИС, требования стабильных доходов)	Практики банков второго уровня (Halyk Bank, Kaspi Bank и др.) ориентированы на материальные активы и предсказуемые денежные потоки	Ограничение запуска и масштабирования креативных проектов
Селективный (ограниченный доступ субъектов)	Исключение фрилансеров, самозанятых и проектных команд из программ поддержки	Критерии программ Фонда «Даму» (регистрация ИП, стаж, обороты) не учитывают проектную занятость	Институциональная невидимость значительной части креативного сектора
Грантовый (фрагментарность и нестабильность поддержки)	Разрозненный характер грантовой поддержки (отдельные конкурсы МКИ РК без устойчивых программ)	Отсутствие системной и долгосрочной грантовой политики в сфере креативных индустрий	Низкая устойчивость проектов и зависимость от разовых инициатив
Финансово-институциональный (разрыв между стадиями создания и коммерциализации)	Разрыв между стадиями создания и коммерциализации креативных продуктов (грантовые проекты МКИ РК не переходят в рыночное финансирование и масштабирование)	Отсутствие согласованности между инструментами МКИ РК, программами Фонда «Даму» и возможностями экосистемы Astana Hub; отсутствие механизмов перехода от грантов к инвестициям	Снижение доли коммерциализированных проектов, ограничение роста и масштабирования креативных индустрий
Инвестиционный (недостаток частного капитала)	Слабое развитие венчурных и частных инвестиций в креативные проекты	Концентрация экосистемы Astana Hub на IT-стартапах, недооценка креативных бизнес-моделей инвесторами	Недостаток частного капитала и ограничение масштабирования проектов
Кластерный (слабая интеграция в инновационные и региональные экосистемы)	Ограниченная интеграция креативных индустрий в региональные инновационные и производственные экосистемы	Механизмы через Astana Hub и региональные технопарки слабо включают КИ; ограниченное использование средств НИОКР и недропользователей	Упущенные мультипликативные эффекты и слабые межсекторные связи
Экспортный (ограниченный выход на внешние рынки)	Недостаточная поддержка выхода креативных продуктов из РК на внешние рынки	Ограниченная адаптация инструментов QazTrade и экспортной политики к специфике КИ	Низкая международная капитализация креативных продуктов из РК
Налогово-стимулирующий (недостаток косвенных стимулов)	Отсутствие налоговых стимулов (льгот, rebate-механизмов) для производства креативного контента и инвестиций в креативные проекты	Налоговая система ориентирована на традиционные отрасли; отсутствует учет нематериальных активов и проектной модели доходов КИ	Снижение инвестиционной привлекательности КИ, ограничение притока частного капитала и локализации креативных производств
Примечание – Составлено автором			

Таблица 42 – Эффективный инструментарий поддержки креативных индустрий в международной практике (в разрезе типов провалов финансово-экономического механизма поддержки креативных индустрий, выявленных в Казахстане)

Тип провала финансово-экономческого механизма поддержки КИ в РК	Европейский союз	Соединённые Штаты Америки	Канада
Селективный (ограниченный доступ субъектов)	Государственные грантовые программы для широкого круга участников , финансирование творческих инициатив через национальные культурные фонды	Государственные гранты в сфере искусства (NEA), частные фонды и платформы коллективного финансирования, позволяющие участвовать независимым авторам и проектным командам	Государственные гранты для авторов и организаций (Canada Council), программы поддержки продюсеров и независимых проектов (Canada Media Fund)
Грантовый (фрагментарность и нестабильность поддержки)	Системные программы (Creative Europe) с регулярным финансированием и конкурсными линиями	Сочетание государственных грантов (NEA) и частных фондов с устойчивыми программами поддержки	Долгосрочные грантовые программы (Canada Council) и отраслевые фонды (CMF)
Финансово-институциональный (разрыв между стадиями)	Связанная система инструментов: гранты → гарантии по кредитам → инвестиции, обеспечивающая переход от создания продукта к его выводу на рынок	Финансирование на основе контрактов и будущих доходов (авансы, продажи прав, договоры с дистрибьюторами), обеспечивающее непрерывность финансирования проекта	Возвратное финансирование проектов (средства возвращаются из доходов проекта), позволяющее перейти от создания к коммерциализации
Кредитный (недоступность заемных средств)	Государственные гарантии по кредитам (через Европейский инвестиционный фонд), снижающие риски банков и расширяющие доступ к финансированию	Кредитование под будущие доходы и заключённые контракты (например, в кино- и медиаиндустрии), а не только под залог имущества	Государственные банки и фонды (BDC), предоставляющие кредиты с учётом специфики креативных проектов
Инвестиционный (недостаток частного капитала)	Инвестиционные фонды с участием ЕС, механизмы совместного инвестирования (государство + частный капитал)	Развитый рынок венчурных и частных инвестиций, включая инвестиции в медиа, цифровой контент и креативные стартапы	Государственно-частные инвестиционные фонды, направленные на поддержку контента и креативных проектов
Кластерный (слабая интеграция в экосистемы)	Финансирование креативных кластеров через региональные фонды, программы развития, интеграция в инновационную политику	Формирование кластеров за счёт концентрации частного капитала (киноиндустрия, игровые студии, медиахабы)	Государственные программы поддержки региональных креативных кластеров и инфраструктуры
Экспортный (ограниченный выход на внешние рынки)	Финансирование продвижения и распространения креативной продукции за рубежом (программы Creative Europe, поддержка дистрибуции)	Финансирование глобального распространения контента через частные компании, платформы и инвестиции в дистрибуцию	Государственные программы поддержки экспорта креативной продукции (Creative Export Strategy), финансирование продвижения на внешние рынки
Налогово-стимулирующий (недостаток косвенных стимулов)	Налоговые льготы и компенсации затрат на производство креативного контента (в отдельных странах ЕС)	Налоговые льготы для кино- и медиапроизводства, стимулирующие инвестиции и размещение проектов	Федеральные и региональные налоговые льготы для производства аудиовизуального контента

Примечание – Составлено автором по источникам [188-196]

Проведённый бенчмаркинг позволяет рассматривать данные инструменты как эталонные решения для совершенствования национальной системы. При этом преодоление провалов в Казахстане требует не механического заимствования, а институциональной адаптации и встраивания инструментов в целостную систему, обеспечивающую согласование стадий финансирования и учёт специфики сектора.

Представленная в таблице 42 систематизация отличается тем, что сопоставление международных практик осуществляется не по типам инструментов, а в разрезе выявленных провалов финансово-экономического механизма. Это позволяет определить функциональную роль каждого инструмента в снижении соответствующих рисков и формирует методологическую основу их адаптации.

С учётом выявленных особенностей осуществлена разработка направлений адаптации инструментария поддержки креативных индустрий, выявленного на основе бенчмаркинга, к финансово-экономическому механизму поддержки в Республике Казахстан, что предсталено в таблице 43.

Дальнейшее развитие исследования связано с проектированием финансово-экономических инструментов, дифференцированных по структурно-функциональным типам креативных индустрий Казахстана. Экономическая неоднородность сектора исключает возможность применения унифицированных механизмов поддержки без потери эффективности.

В отличие от традиционных отраслей, креативные индустрии характеризуются высокой вариативностью бизнес-моделей, преобладанием нематериальных активов и проектной логикой формирования доходов. В этих условиях эффективность поддержки определяется не объёмом ресурсов, а степенью соответствия инструментов экономической природе создаваемой стоимости.

Методологической основой выступает авторская классификация структурно-функциональных типов креативных индустрий, используемая в предыдущих главах и отражающая различия в механизмах формирования стоимости, её масштабируемости и уровне коммерциализации. Это позволяет перейти от отраслевого к функциональному принципу проектирования инструментов.С учётом выявленных провалов финансово-экономического механизма и результатов бенчмаркинга возникает необходимость перехода от универсальных мер к типологически дифференцированному проектированию инструментов, адаптированных к национальной институциональной среде. Существенная часть выявленных ограничений носит инклюзионный характер и связана с ограниченным доступом фрилансеров, самозанятых и проектных команд к финансовым ресурсам.

Соответственно, модернизация инструментов должна быть направлена на расширение институционального охвата и соотнесение форм финансирования с экономической моделью создания стоимости, стадиями жизненного цикла креативного продукта и структурно-функциональными характеристиками индустрий.

Таблица 43 – Адаптация инструментария поддержки креативных индустрий, выявленного на основе бенчмаркинга, к финансово-экономическому механизму поддержки в Республике Казахстан

Тип провала	Международный механизм	Экономическое ограничение в РК	Механизм адаптации (как работает)	Институциональная реализация в РК
Селективный (ограниченный доступ субъектов)	Гранты с открытым доступом для индивидуальных авторов и проектных команд	Формальные критерии (ИП, стаж, обороты), исключающие неформальные и проектные формы занятости	Введение проектно-ориентированных грантов без требований к форме занятости; финансирование через конкурс проектов, а не субъектов	МКИ РК, грантовые операторы, отдельные программы для фрилансеров и креативных команд
Грантовый (фрагментарность и нестабильность поддержки)	Системные грантовые программы с регулярным финансированием	Разрозненные конкурсы, отсутствие долгосрочных программ	Введение постоянных грантовых линий с этапной поддержкой проектов (разработка → производство → продвижение)	МКИ РК; формирование устойчивых грантовых программ
Финансово-институциональный (разрыв между стадиями)	Связка инструментов: грант → возвратное финансирование → инвестиции	Отсутствие инструментов перехода от создания к рынку; гранты не конвертируются в рыночное финансирование	Введение возвратного финансирования (частичный возврат из доходов проекта), механизмов софинансирования коммерциализации (matching funds)	Специализированный фонд креативных индустрий или блок в «Даму»/Astana Hub
Кредитный (недоступность заемных средств)	Государственные гарантии по кредитам для креативных проектов	Банковская модель, основанная на залоге и стабильном денежном потоке	Создание гарантийного фонда, покрывающего часть риска (например, 50–70% кредита), что позволяет банкам кредитовать без материального залога	Фонд «Даму» + банки второго уровня; отдельная линия для креативных индустрий
Инвестиционный (недостаток частного капитала)	Государственно-частные инвестиционные фонды, соинвестирование	Отсутствие специализированных инвесторов, высокая воспринимаемая рискованность	Создание co-investment фондов, где государство входит в капитал на ранней стадии и разделяет риск с частным инвестором	Astana Hub, МНЭ РК, частные фонды; создание специализированного CCI-фонда
Кластерный (слабая интеграция в экосистемы)	Финансирование кластеров (инфраструктура + проекты)	Отсутствие устойчивого финансирования креативных хабов и экосистем	Двухконтурное финансирование: (1) инфраструктура (хабы), (2) проекты внутри кластеров (гранты/софинансирование)	МИО, МКИ РК; включение КИ в региональные программы развития
Экспортный (ограниченный выход на внешние рынки)	Финансирование продвижения, дистрибуции и выхода на рынки	Общие экспортные программы не учитывают специфику креативной продукции	Введение инструментов финансирования дистрибуции (перевод, маркетинг, участие в рынках, фестивалях), экспортных грантов	QazTrade + МКИ РК; отдельное направление по креативным индустриям
Налогово-стимулирующий (недостаток косвенных стимулов)	Налоговые льготы для производства контента и инвестиций	Отсутствие стимулов для инвестирования в креативные проекты	Введение налоговых вычетов/возврата части затрат (rebate) на производство креативного контента, льгот для инвесторов	МНЭ РК, налоговые органы; пилотные режимы для аудиовизуального сектора

Примечание – Составлено автором по источникам [188-196]

В рамках исследования предлагается матричная модель, интегрирующая три аналитических измерения:

– экономическую природу создаваемой стоимости;

– ключевые финансовые ограничения, характерные для Казахстана;

– инструменты их преодоления, сформированные на основе бенчмаркинга и адаптации международного опыта.

Таким образом, формируется целостная методологическая конструкция, в которой авторская типология креативных индустрий, выявленные провалы и международный опыт объединяются в единую модель проектирования адаптированного инструментария поддержки.

Результатом является формирование дифференцированного набора инструментов, обеспечивающего соответствие финансовых механизмов экономической природе креативной стоимости, снижение инвестиционных и кредитных ограничений и устойчивую коммерциализацию креативных продуктов (таблица 44).

В отличие от предыдущих этапов анализа, таблица 44 интегрирует разработанный инструментарий в единую логически согласованную систему с учётом структурно-функциональных типов креативных индустрий Казахстана. Ключевая особенность модели – обеспечение функциональной связности инструментов на всех стадиях жизненного цикла креативного продукта: от генерации идеи до коммерциализации и выхода на внешние рынки. При этом инструменты, сформированные на основе бенчмаркинга и адаптированные к национальным условиям, дифференцируются в зависимости от типа креативной деятельности.

Таким образом, сформирована интегрированная модель финансово-экономического механизма поддержки креативных индустрий в Казахстане, основанная на авторской типологии, выявленных провалах и результатах бенчмаркинга. В отличие от существующих подходов, модель обеспечивает типологически дифференцированное проектирование инструментов, их согласование по стадиям жизненного цикла и адаптацию к национальной институциональной среде, что способствует расширению инклюзии, повышению доступности ресурсов и устойчивой коммерциализации креативных индустрий.

Таблица 44 – Матрица адаптации финансово-экономических инструментов развития структурно-функциональных типов креативных индустрий в Республике Казахстан (на основе бенчмаркинга международного опыта)

Структурно-функциональный тип креативных индустрий	Экономическая природа создаваемой стоимости	Ключевые финансовые ограничения в РК	Адаптированные финансово-экономические инструменты для внедрения в РК (на основе бенчмаркинга)	Механизм реализации в РК	Ожидаемый экономический эффект
1	2	3	4	5	6
Историко-культурные креативные индустрии (культурное наследие, традиционные ремёсла, народные промыслы, музейная и библиотечная деятельность)	Преобладание общественных и квазиобщественных благ; символический капитал; низкая рыночная окупаемость	Зависимость от бюджетного финансирования; отсутствие устойчивых источников дохода; низкая инвестиционная привлекательность	Долгосрочное программно-целевое бюджетное финансирование (3–5 лет); Гранты с покрытием операционных и капитальных затрат; Налоговые вычеты и льготы для меценатов и спонсоров; Эндаумент-фонды учреждений культуры; Субсидии на сохранение и реставрацию объектов культурного наследия	МКИ РК – формирование и финансирование целевых программ и грантов; МИО – софинансирование и содержание инфраструктуры; Специализированные фонды культуры – администрирование грантов и развитие эндаумент-механизмов; Частные меценаты и бизнес – финансирование через налоговые стимулы	Сохранение культурного капитала; снижение риска утраты объектов наследия; повышение устойчивости культурной инфраструктуры
Художественно-исполнительские и дизайнерские креативные индустрии (сценические искусства, культурно-досуговая деятельность, музыка, фотография, архитектура, дизайн, мода, ювелирное дело)	Уникальный авторский продукт; ограниченная масштабируемость; высокая зависимость от спроса	Нестабильность доходов; отсутствие залоговой базы; исключение из банковского кредитования; ограниченный доступ к инвестициям	Проектно-ориентированные гранты с конкурсным отбором; Микрофинансирование с субсидированием процентной ставки; Гарантийные инструменты для кредитования без залога; Контрактное финансирование (предзаказы, госзакупки творческих услуг); Платформенные механизмы монетизации (маркетплейсы, цифровые сервисы)	МКИ РК – разработка и администрирование проектно-ориентированных грантов; Фонд «Даму» – предоставление гарантий и субсидирование процентных ставок по микрокредитам; Креативные хабы и центры – отбор проектов, сопровождение и инфраструктурная поддержка; Частные платформы и заказчики – формирование спроса через контракты и предзаказы	Рост самозанятости; увеличение числа коммерциализированных проектов; повышение устойчивости доходов

Продолжение таблицы 44

1	2	3	4	5	6
Аудиовизуальные и медиаиндустрии (кино и анимация, телевидение, медиаконтент)	Тиражируемый контент; высокая капиталоёмкость производства; значительный экспортный потенциал	Высокие первоначальные инвестиции; риск коммерческого провала; ограниченный доступ к долгосрочному финансированию	Механизм возврата части производственных затрат (cash rebate 20–30%); Проектное финансирование под подтверждённые контракты и дистрибуцию; Возвратные субсидии с участием государства в доходах проекта; Экспортные гранты и субсидии на продвижение контента; Страхование производственных и коммерческих рисков	МКИ РК – внедрение rebate-программ и финансирование производства контента; Отраслевые операторы (фонды кино и медиа) – администрирование проектного финансирования; QazTrade – поддержка экспорта и продвижения контента на внешние рынки; Частные продакшн-компании – софинансирование и коммерциализация проектов	Рост обьёмов производства; увеличение экспорта контента; привлечение иностранных продакшнов
Технологические (цифровые) креативные индустрии (IT, геймдевелопмент, интерактивные медиа, цифровые платформы)	Масштабируемые цифровые продукты; высокая роль интеллектуальных активов; глобальная ориентация	Высокий риск ранних стадий; дефицит венчурного финансирования; длинный цикл окупаемости	Венчурное и ангельское финансирование на ранних стадиях; Конвертируемые займы (convertible notes); Гранты ранней стадии (seed funding); Налоговые стимулы для стартапов (льготы на прибыль и фонд оплаты труда); Акселерационные и инкубационные программы с менторской поддержкой	Astana Hub – акселерация проектов, инфраструктурная поддержка; МНЭ РК – формирование налоговых стимулов и инвестиционной политики; Венчурные и частные инвестиционные фонды – финансирование на ранних и ростовых стадиях; Государственные институты развития – участие в механизмах соинвестирования	Рост числа стартапов; ускорение масштабирования; интеграция в глобальные рынки
Кластерно-интегрированные формы креативных индустрий	Экосистемная генерация стоимости; мультипликативные эффекты; межсекторная кооперация	Недостаток инфраструктурного финансирования; фрагментарность экосистем; слабая координация	Двухконтурное финансирование (инфраструктурные инвестиции + поддержка проектов-резидентов); Механизмы ГЧП для создания кластерной инфраструктуры; Субсидирование управляющих компаний кластеров; Специализированные фонды развития кластеров; Софинансирование проектов участников кластеров	МИО – финансирование и развитие кластерной инфраструктуры; МКИ РК – интеграция креативных индустрий в госпрограммы развития; Институты развития – реализация механизмов ГЧП; Управляющие компании кластеров – координация проектов и привлечение резидентов; Частный бизнес – участие в софинансировании и формировании экосистем	Формирование устойчивых экосистем; рост региональной экономики; усиление кооперационных связей
Примечание – Составлено автором					

3.3. Интеграционная модель развития креативных индустрий и кластеров в контуре НИС Казахстана на основе возрастной инклюзии

В данной части исследовании предлагается интеграционная модель, основанная на сочетании жизненного цикла креативного капитала, возрастной структуры экономической активности и кластерной организации сектора. Результаты подраздела 2.4 формируют эмпирическую и методологическую основу данной модели. Ключевой вывод заключается в человекоцентричном характере креативной экономики: потенциал молодёжи и пожилых оказывает самостоятельное и статистически значимое влияние, при доминировании молодёжного фактора и недоиспользовании потенциала старших возрастов [197-201]. При этом институциональные и финансово-экономические механизмы не обеспечивают эффекта сами по себе и функционируют лишь при наличии условий воспроизводства и использования человеческого капитала. Возрастная структура выступает внутренним фактором развития, что обосновывает переход к целостной модели, в которой креативные индустрии и кластеры рассматриваются как среда взаимодействия человеческого потенциала, экономических стимулов и межпоколенческих связей. В этой связи раздел 3.3 направлен на разработку модели жизненного цикла креативного капитала как совокупности компетенций, знаний, навыков и культурного опыта, трансформируемых в экономическую стоимость в конексте механизмов возрастной инклюзии, обеспечивающих непрерывность его вовлечения в процессы создания, трансформации и коммерциализации креативной стоимости.

Предлагаемая модель жизненного цикла креативного капитала отражает последовательность его формирования, использования и трансформации в Казахстане (таблица 45).

Жизненный цикл креативного капитала в Казахстане носит несбалансированный характер. На этапе формирования сохраняются проблемы качества и практической направленности образования, ограничивающие реализацию потенциала. На стадии вовлечения преобладают неформальные формы занятости, обеспечивающие вход в отрасль, но сопровождающиеся нестабильностью доходов и слабой защитой прав.

Ключевые ограничения концентрируются на этапе масштабирования: узость внутреннего рынка, дефицит финансирования и низкая капитализация бизнеса сдерживают рост и выход на внешние рынки, что подтверждается результатами авторского социологического исследования. На стадиях трансляции и реинтеграции накопленный опыт используется недостаточно, а креативный капитал частично утрачивается вследствие низкой вовлечённости старших возрастных групп. Таким образом, основная проблема заключается не в дефиците креативного капитала, а в разрывах между стадиями его жизненного цикла, что требует формирования механизмов его непрерывного сопровождения и использования.

Практическая значимость модели раскрывается через её возрастную конкретизацию, поскольку этапы жизненного цикла соотносятся с различными возрастными группами и формами экономической активности.

Таблица 45 – Модель жизненного цикла креативного капитала (с учетом институциональной специфики Республики Казахстан)

Этап жизненного цикла	Экономическое содержание этапа	Институциональная специфика креативного капитала в Казахстане		
		Общая характеристика условий	Преобладающие формы экономической активности	Основные риски утраты капитала
Формирование	Накопление базовых креативных, цифровых и культурных компетенций; формирование когнитивного и культурного капитала	Подготовка кадров в системе, ориентированной преимущественно на теоретическое обучение; концентрация качественных образовательных и культурных ресурсов в крупных городах (Астана, Алматы); ограниченная связка «образование – креативные индустрии»	Вузы и колледжи, онлайн-курсы, культурные учреждения, первые творческие проекты	Региональная асимметрия доступа к качественному образованию, слабая практикоориентированность, ранняя утрата мотивации к профессионализации
Вовлечение	Включение в креативную деятельность и первичная экономическая реализация результатов	Вовлечение преимущественно через самозанятость и неформальные практики; зависимость от грантов и краткосрочных программ, ограниченная институциональная поддержка старта	Фриланс, самозанятость, участие в грантах, акселераторах, креативных хабах, проектная занятость	Нестабильность доходов, неформализация занятости, слабая защита интеллектуальной собственности, высокие барьеры легализации деятельности
Масштабирование	Коммерциализация и рост производительности, выход на новые рынки	Ограниченность внутреннего спроса; доминирование МСБ с низкой капитализацией; слабая развитость венчурного финансирования; значимая роль квазигосударственных программ поддержки	Малый и средний бизнес, цифровые платформы, участие в гос- и квазигоспрограммах, попытки экспорта	Дефицит долгосрочного финансирования, зависимость от господдержки, барьеры выхода на внешние рынки, «потолок роста» внутри страны
Трансляция и трансформация	Передача опыта, институционализация знаний, изменение форм участия в экономике	Ограниченная институционализация экспертного сообщества; слабая интеграция практиков в разработку политики; эпизодический спрос на менторство и экспертные услуги	Образовательная деятельность, менторство, участие в экспертных и консультационных проектах	Недовостребованность экспертизы, институциональное вытеснение, разрыв между практикой и системой принятия решений
Реинтеграция	Повторное вовлечение капитала в новые формы экономической активности	Реинтеграция затруднена из-за ограниченного числа устойчивых экосистемвне крупных городов; слабая капитализация накопленного опыта; низкая связанность региональных инициатив	Консалтинг, локальные и межсекторные проекты, участие в региональных креативных инициативах	Деактивация креативного капитала, миграция в другие сектора или страны, социально-экономическая изоляция, особенно в регионах

Примечание – Составлено автором

Результаты подраздела 2.4, основанные на социологическом исследовании, подтверждают, что потенциал молодёжи и пожилых реализуется по различным, взаимодополняющим каналам. В этом контексте возрастная инклюзия рассматривается как рациональное распределение ролей между возрастными группами в соответствии с их компетенциями и формами участия в экономике (рисунок 46). Возрастная спецификация жизненного цикла креативного капитала позволяет выявить функциональную дифференциацию вклада: молодёжь формирует основу роста за счёт высокой вовлечённости и ориентации на креативную деятельность, тогда как лица «серебряного возраста» характеризуются более низким уровнем участия.

Таблица 46 – Возрастная спецификация этапов жизненного цикла креативного капитала в Республике Казахстан (по данным проведенного социологического исследования)

Этап жизненного цикла креативного капитала	Доминирующая возрастная группа	Экономическая роль возрастной группы	Основные формы вовлечения	Экономический эффект
Формирование	Молодёжь (14–35 лет)	Генерация нового креативного и цифрового потенциала	Образование, цифровое творчество, культурные практики	Расширение базы креативной занятости; по данным опроса, молодёжь демонстрирует довольно высокую вовлечённость и готовность развиваться в креативной сфере
Вовлечение	Молодёжь (18–39 лет)	Первичная экономическая реализация компетенций	Фриланс, самозанятость, стартапы, участие в креативных кластерах	Рост экономической активности; по данным опроса, существенная часть молодёжи уже имеет опыт или намерение работать в креативных индустриях
Масштабирование	Экономически активное население (30–50 лет)	Коммерциализация и рост производительности	МСП, цифровые платформы, экспорт	Рост добавленной стоимости; по данным опроса предпринимателей, ключевым ограничением выступает недостаток финансирования и слабая кластеризация
Трансляция и трансформация	«Серебряный возраст» (55+)	Передача опыта и снижение институциональных разрывов	Менторство, обучение, экспертная деятельность	Снижение потерь капитала; по данным опроса, вовлечённость пожилых в креативную деятельность остаётся низкой
Реинтеграция	«Серебряный возраст» (60+)	Вторичное вовлечение капитала	Консалтинг, локальные инициативы, межпоколенческие проекты	Продление экономической активности; по данным опроса, наблюдается невысокая готовность пожилых к повторному включению в креативную экономику
Примечание – Составлено автором				

Отсутствие механизмов возрастной координации приводит к двойным потерям – недореализации потенциала молодёжи и преждевременной деактивации креативного капитала старших возрастных групп, что снижает совокупный эффект институциональных факторов.

Данные таблицы 46 подтверждают, эффективная реализация жизненного цикла креативного капитала требует формирования институциональной среды, обеспечивающей функциональное сопряжение участия различных возрастных групп. В этих условиях ключевую роль начинают играть креативные кластеры как формы организации, интегрирующие этапы жизненного цикла и возрастные группы в единую воспроизводимую систему.

Креативные кластеры в контуре НИС Казахстана выступают пространственно-организационными платформами, обеспечивающими институциональное «замыкание» жизненного цикла креативного капитала. В отличие от отраслевого и индивидуального уровней, кластерная форма снижает разрывы между формированием, реализацией и трансляцией креативных компетенций. Интеграция жизненного цикла креативного капитала и возрастных групп в различных типах кластеров представлена в таблице 47.

Креативные кластеры выступают институциональным «мостом» между возрастными группами и этапами жизненного цикла креативного капитала. В условиях Казахстана экономический эффект возрастной инклюзии достигается через функциональное распределение ролей внутри кластеров, что обеспечивает рост производительности, увеличение добавленной стоимости и снижение потерь человеческого капитала.

Анализ, представленный в таблице 47, показывает, что кластерная интеграция обеспечивает сопряжение возрастных групп и устраняет разрывы между этапами жизненного цикла. Вклад молодёжи и лиц «серебряного возраста» носит взаимодополняющий характер: молодёжь выступает драйвером инноваций и предпринимательства, тогда как старшие группы обеспечивают передачу опыта, институциональную устойчивость и снижение рисков. При этом обе группы формируют не только предложение, но и спрос на креативную продукцию, что отражает двустороннюю природу креативной экономики.

Выявленные закономерности имеют не только аналитическое, но и прикладное значение, что обусловливает необходимость их институционализации в рамках целенаправленной государственной политики. Реализация потенциала кластеров и механизмов возрастной инклюзии требует формирования согласованной системы инструментов, обеспечивающих интеграцию жизненного цикла креативного капитала, кластерной логики и межпоколенческого взаимодействия.

В этой связи предлагается авторская дорожная карта, отражающая интеграцию институциональных, финансово-экономических и механизмов возрастной инклюзии в развитии креативных индустрий в контуре НИС РК (таблица 48).

Структура Дорожной карты соотнесена с результатами эконометрического моделирования. Приоритеты направлений определяются силой их влияния. Наибольший вклад даёт потенциал молодёжи (0,438), поэтому ключевой акцент логично смещается на раннее развитие и вовлечение человеческого капитала. Потенциал старших возрастных групп (0,310) связан с использованием накопленного опыта и знаний, что позволяет дополнительно усиливать общий результат. Государственная поддержка (0,152) носит скорее обеспечивающий характер: она создаёт условия для развития, но сама по себе не формирует рост.

Таблица 47– Интеграция жизненного цикла креативного капитала и возрастных групп в пространственно-функциональных типах формирующихся креативных кластеров в Казахстане

Тип креативного кластера	Ключевые этапы жизненного цикла креативного капитала	Роль молодёжи	Роль «серебряного возраста»	Основной интеграционный эффект
Инновационно-цифровой креативный кластер	Формирование – вовлечение – масштабирование	Генерация цифровых идей, стартап-активность, участие в качестве потребителей цифровых креативных продуктов	Экспертная оценка, наставничество, трансляция опыта, участие в качестве потребителей цифровых креативных продуктов	Ускорение коммерциализации и снижение рисков стартапов в условиях формирующейся инновационной экосистемы
Индустриально-креативный (переходный) кластер	Вовлечение – масштабирование – трансляция	Проектная и инженерно-креативная деятельность, участие в качестве потребителей креативной продукции и услуг	Передача производственного и управленческого опыта, участие в качестве потребителей креативной продукции и услуг	Рост производительности и инновационной диффузии в традиционных отраслях
Художественно-культурный кластер	Формирование – трансляция – реинтеграция	Создание новых форм и художественных практик, активное потребление культурной продукции	Кураторство, сохранение и интерпретация культурного капитала, потребление культурных продуктов и услуг	Устойчивость культурного производства и развитие креативной инфраструктуры
Креативно-туристский кластер	Вовлечение – масштабирование – реинтеграция	Сервисные и событийные форматы, участие в качестве потребителей туристских и культурных услуг	Экспертное сопровождение, формирование локальной идентичности, участие в качестве потребителей туристских и культурных услуг	Рост региональных мультипликативных эффектов и туристической привлекательности
Ремесленно-этнокультурный кластер	Трансляция – реинтеграция	Освоение и модернизация традиций, потребление этнокультурной продукции	Передача ремесленных навыков и технологий, потребление традиционных и культурных продуктов	Сохранение и обновление локального креативного капитала
Периферийный локальный креативный кластер	Реинтеграция – вовлечение	Формирование новых форм самозанятости, потребление локальных креативных продуктов	Социально-экономическая стабилизация, участие в качестве потребителей локальных креативных продуктов и услуг	Снижение депопуляции и социальной изоляции в регионах Казахстана

Примечание – Составлено автором

Таблица 48 – Дорожная карта реализации интеграционной модели развития и поддержки креативных индустрий и кластеров в контуре НИС Республики Казахстан на основе возрастной инклюзии

Направления (этапы жизненного цикла креативного капитала)	Задачи	Целевые индикаторы	Инструменты реализации	Ответственные исполнители и институциональная архитектура реализации
1	2	3	4	5
ЧАСТЬ I. ВОВЛЕЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ МОЛОДЁЖИ				
Формирование креативного капитала, интегрированного в кластерную и инновационную систему (НИС), с ориентацией на коммерциализацию и цифровую экономику	Интеграция образования с креативными кластерами и НИОКР Формирование предпринимательских и коммерциализационных компетенций Ранняя вовлечённость в проектную и стартап-деятельность Развитие цифровых и платформенных навыков Формирование траектории «образование → креативная экономика»	Доля молодёжи, прошедшей подготовку в КИ, %; доля выпускников, вовлечённых в КИ в течение 1 года, %; число проектов «стартап как диплом»; доля образовательных программ с участием кластеров, %	Институциональные: ДУЭ, проектное обучение, интеграция с НИОКР, стартап как диплом; Финансовые: образовательные гранты, стартап-ваучеры, гранты на прототипирование; Инфраструктурные: университетские хабы, технопарки, кластерные лаборатории; Цифровые: платформы обучения	Политика: МНВО РК; МП РК; МКИ РК; операторы реализации (вузы, колледжи, образовательные платформы, Astana Hub); инфраструктурные операторы (креативные кластеры, технопарки, университетские хабы); цифровая инфраструктура (МЦРИАП РК, операторы образовательных платформ); региональный уровень (МИО); контроль и оценка (независимые аккредитационные агентства, аналитические центр
Институциональное включение молодёжи в экономическую деятельность креативных индустрий с обеспечением формализации занятости	Снижение барьеров входа; формализация самозанятости и предпринимательства; развитие стартап- и платформенной занятости; поддержка первых коммерческих проектов; стимулирование участия в кластерных экосистемах; развитие региональной вовлечённости	Число молодых субъектов КИ; доля самозанятых, %; уровень формализации занятости, %; доля платформенной занятости, %	Финансовые: гранты, микрокредиты, субсидии; Институциональные: «Бастау Бизнес», налоговые режимы, упрощённая регистрация; Инфраструктурные: хабы, коворкинги, кластеры; Цифровые: маркетплейсы, фриланс-платформы	Политика: МНЭ РК; МТСЗН РК; операторы реализации (НПП «Атамекен», центры занятости, бизнес-инкубаторы, акселераторы); финансовые операторы (банки второго уровня, микрофинансовые организации); цифровая инфраструктура (операторы маркетплейсов и платформ самозанятости); региональный уровень (МИО); контроль и оценка (МНЭ РК, аналитические центры)

Продолжение таблицы 48

1	2	3	4	5
Обеспечение перехода от начальной предпринимательской активности к устойчивому росту и коммерциализации креативных проектов	Расширение доступа к финансовым ресурсам (венчур, гранты) Поддержка роста и масштабирования бизнеса Развитие экспортно-ориентированных проектов Защита и коммерциализация интеллектуальной собственности Интеграция в кластерные цепочки добавленной стоимости	Объём инвестиций (млн тг); доля коммерциализированных проектов, %; рост выручки, %	Финансовые: венчур (МФЦА), софинансирование, субсидирование ставок; Институциональные: акселерация, IP-поддержка; Кластерная дифференциация: цифровые – венчур, культурные – гранты	Политика: МФ РК; МНЭ РК; операторы реализации (МФЦА, Astana Hub, QazInnovations, акселераторыи бизнес-инкубаторы); финансовые институты (венчурные фонды, банки второго уровня, институты развития); инфраструктурные операторы (креативные кластеры, технопарки); региональный уровень (МИО); контроль и оценка (МФ РК, инвестиционные комитеты, аналитические центры)
Интеграция молодёжных креативных проектов в глобальные и национальные рынки	Развитие экспортного потенциала креативной продукции Расширение каналов продвижения (включая цифровые платформы) Поддержка выхода на международные рынки Формирование устойчивых экспортных пот	Объём экспорта (млн $); число экспортных проектов; доля проектов с экспортом, %	Финансовые: экспортные субсидии, страхование; Институциональные: KazakhExport; Цифровые: маркетплейсы; Инфраструктурные: выставки, экспортные хабы	Политика: МТИ РК; операторы реализации (KazakhExport, Kazakh Invest); финансовые операторы (экспортно-кредитные агентства, банки); цифровая инфраструктура (международные маркетплейсы и экспортные платформы); инфраструктурные операторы (выставочные и экспортные центры); контроль и оценка (МТИ РК, аналитические структуры)
ЧАСТЬ II. ВОВЛЕЧЕНИЕ ЛИЦ «СЕРЕБРЯНОГО ВОЗРАСТА»				
Адаптация и обновление креативного капитала лиц «серебряного возраста» с целью его включения в креативную экономику	Обновление профессиональных и цифровых компетенций Институционализация экспертного статуса (сертификация) Подготовка к участию в наставничестве и управлении проектами Формирование каналов включения в кластеры	Доля 55+, прошедших переподготовку, %; уровень цифровой грамотности, %; число сертифицированных э Кспертов	Институциональные: переподготовка, сертификация; Финансовые: ваучеры; Цифровые: обучение; Инфраструктурные: центры при кластерах	Политика: МТСЗН РК; МНВО РК; МКИ РК; операторы реализации (центры переподготовки, образовательные организации, цифровые платформы); инфраструктурные операторы (креативные кластеры, центры обучения при кластерах); цифровая инфраструктура (операторылатформ); региональный уровень (МИО); контроль и оценка (МТСЗН РК, центры)

Продолжение таблицы 48

1	2	3	4	5
Экономическое включение лиц «серебряного возраста» в креативные индустрии с использованием гибких форм занятости	Создание условий для гибкой и частичной занятости Снижение барьеров участия в экономике Вовлечение в кластерные и проектные формы деятельности Формирование устойчивых источников дохода	Уровень занятости 55+, %; доля 55+ в КИ, %; число участников программ	Финансовые: субсидии занятости; Институциональные: программы 50+, гибкая занятость; Инфраструктурные: кластеры; Отбор: приоритет наставническим ролям	Политика: МТСЗН РК; МНЭ РК; операторы реализации (центры занятости, НПП «Атамекен», социальные службы); финансовые операторы (микрофинансовые организации, БВУ); инфраструктурные операторы (креативные кластеры); региональный уровень (МИО); контроль и оценка (МТСЗН РК)
Институционализация передачи знаний и опыта в креативных индустриях через межпоколенческое взаимодействие	Развитие менторских и наставнических механизмов Включение в образовательные и проектные процессы Формирование межпоколенческих команд Трансляция культурного и профессионального капитала	Число менторских программ; доля проектов с участием 55+, %; число межпоколенческих проектов	Институциональные: менторство; Финансовые: гранты на наставничество; Цифровые: экспертные платформы; Инфраструктурные: резиденции	Политика: МКИ РК; операторы реализации (креативные кластеры, образовательные организации, культурные учреждения); социальные операторы (НПО, профессиональные ассоциации); цифровая инфраструктура (платформы менторства и экспертных сообществ); региональный уровень (МИО); контроль и оценка (МКИ РК, общественные организации)
Повторное включение креативного капитала лиц «серебряного возраста» в экономическую деятельность на основе кооперации и локальных кластеров	Поддержка повторного вовлечения в экономику Развитие кооперативных и локальных форм занятости Стимулирование участия в региональных кластерах Обеспечение устойчивой экономической активности	Доля повторно вовлечённых, %; средний доход участников; число кооперативов	Финансовые: микрофинансирование; Институциональные: кооперативы; Инфраструктурные: локальные кластеры; Риски: стимулирование участия	Политика: МТСЗН РК; операторы реализации (центры занятости, социальные службы); финансовые операторы (микрофинансовые организации); инфраструктурные операторы (локальные креативные кластеры, кооперативы); региональный уровень (МИо); контроль и оценка (МТЗН РК)

Продолжение таблицы 48

1	2	3	4	5
ЧАСТЬ III. МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В КРЕАТИВНЫХ КЛАСТЕРАХ				
Формирование устойчивой системы межпоколенческого взаимодействия в креативных кластерах на основе функционального разделения ролей и совместного создания добавленной стоимости	Формирование устойчивых межпоколенческих команд (молодёжь + 55+); институционализация модели «генерация – экспертиза – коммерциализация»; развитие co-creation практик; включение 55+ в стратегическое управление и менторство; снижение разрывов в передаче знаний	Доля межпоколенческих проектов, %; число устойчивых проектных команд; доля проектов с участием 55+ на этапе масштабирования, %; уровень вовлечённости 55+ в кластерах, %	Институциональные: программы «ментор + стартап», контракты наставничества, межпоколенческие акселераторы; Финансовые: гранты для смешанных команд, софинансирование проектов с участием 55+; Инфраструктурные: креативные резиденции, кластерные площадки, лаборатории совместного производства; Цифровые: платформы поиска партнёров и команд	Политика: МКИ РК; МНЭ РК; операторы реализации (креативные кластеры, управляющие компании кластеров, Astana Hub); социальные операторы (НПО, профессиональные ассоциации); цифровая инфраструктура (платформы взаимодействия и менторства); региональный уровень (МИО); контроль и оценка (МКИ РК, аналитические центры)
Интеграция всех этапов жизненного цикла креативного капитала в рамках креативных кластеров с обеспечением непрерывности «формирование – вовлечение – масштабирование – трансляция – реинтеграция»	Сшивка этапов ЖЦКК в рамках кластеров; развитие специализированных кластеров (цифровые, культурные, ремесленные, периферийные); обеспечение перехода участников между этапами; формирование кластерных цепочек добавленной стоимости	Число функционирующих кластеров; доля участников, прошедших полный цикл ЖЦКК, %; уровень занятости в кластерах, %; рост добавленной стоимости в кластерах	Инфраструктурные: кластерные хабы, технопарки, креативные зоны; Институциональные: кластерные управляющие компании, ГЧП, регуляторные режимы; Финансовые: кластерные субсидии, налоговые льготы; Организационные: программы кластерного развития	Политика: МНЭ РК; операторы реализации (управляющие компании кластеров, технопарки, креативные хабы); инфраструктурные операторы (ГЧП-проекты, индустриальные зоны); региональный уровень (МИО); контроль и оценка (МНЭ РК, региональные отчётные системы)

Продолжение таблицы 48

1	2	3	4	5
Обеспечение ускоренного роста и коммерциализации межпоколенческих креативных проектов через специализированные механизмы поддержки	Развитие акселерации для смешанных команд; поддержка проектов на стадии масштабирования; интеграция в рынки; усиление бизнес-компетенций	Число проектов, прошедших акселерацию; доля коммерциализированных проектов, %; рост выручки; доля проектов с выходом на рынок	Финансовые: гранты на масштабирование, венчурное финансирование, гарантии; Институциональные: акселераторы, трекинг, сопровождение; Инфраструктурные: бизнес-инкубаторы, кластерные центры | Приоритет масштабируемым и экспортным проектам; обязательное участие 55+ в управлении или экспертизе	Политика: МФ РК; МНЭ РК; Операторы: МФЦА, Astana Hub, QazInnovations, бизнес-акселераторы; Финансы: венчурные фонды, БВУ, институты развития; Инфраструктура: технопарки, кластерные центры; Контроль: МФ РК, независимые инвестиционные комитеты
Создание единой цифровой инфраструктуры, обеспечивающей интеграцию участников, проектов и рынков в креативной экономике	Формирование цифровой платформы полного цикла (обучение – проекты – финансирование – менторство – продажи); обеспечение взаимодействия участников; цифровизация кластеров	Число пользователей платформы; число проектов; объём цифровых продаж; доля онлайн-взаимодействий, %	Цифровые: единая платформа (маркетплейс, биржа проектов, система менторства); Институциональные: интеграция с госреестрами; Финансовые: цифровые инструменты поддержки; Аналитические: big data и аналитика	Политика: МЦРИАП РК, операторы реализации (национальные IT-платформы, частные технологические компании); инфраструктурные операторы (дата-центры, цифровые сервисы); региональный уровень (МИО); контроль и оценка (МЦРИАП РК, операторы платформ)
Включение креативных индустрий в НИС с обеспечением диффузии инноваций и роста нематериальной экономики	Связка кластеров с университетами и R&D; внедрение креативных решений в промышленность; развитие дизайн- и креативных решений; формирование инновационных продуктов	Доля проектов с НИОКР, %; число совместных проектов с университетами; доля креативных решений в промышленности	Институциональные: сотрудничество с университетами; Финансовые: R&D субсидии, налоговые вычеты; Инфраструктурные: инновационные центры; Организационные: лаборатории	Политика: МНВО РК; МП РК операторы реализации (вузы, научно-исследовательские центры, QazInnovations); инфраструктурные операторы (научные парки, лаборатории); региональный уровень (МИО); контроль и оценка (МНВО РК)

Продолжение таблицы 48

1	2	3	4	5
Обеспечение управляемости, прозрачности и результативности реализации модели	Введение KPI; цифровой мониторинг; оценка эффективности; корректировка политики	ROI; KPI; занятость; вклад в ВВП	Управленческие: система KPI; цифровой dashboard; регулярная отчётность; аудит	Политика: МНЭ РК; МФ РК; МЦРИАП РК ; операторы реализации (национальные операторы цифровых платформ, Политика: МФЦА, Astana Hub); региональный уровень (МИО, управляющие компании кластеров); цифровая инфраструктура (национальные системы мониторинга, dashboard, базы данных); контроль и оценка (Счётный комитет, органы государственного аудита, независимые аналитические центры, НПО)
Примечание – Составлено автором				

Значительную роль играют косвенные эффекты. Высокий эффект коллаборации (0,413) показывает, что кооперация и кластерные связи выступают важными усилителями. В то же время институциональные барьеры оказывают сдерживающее воздействие (- 0,156), что требует их последовательного снижения.

В результате проведённого исследованияв данном подразделе и разработанной дорожной карты можно сформулировать следующие ключевые выводы:

1) Предложенная Дорожная карта реализации интеграционной модели развития и поддержки креативных индустрий и кластеров в контуре НИС позволяет преодолеть фрагментарность государственной поддержки креативных индустрий за счёт интеграции инструментов на всех этапах жизненного цикла креативного капитала.

2) Введение механизмов возрастной инклюзии обеспечивает более полное использование человеческого капитала, снижает структурные потери и формирует устойчивую систему воспроизводства знаний и компетенций.

3) Кластерный подход выступает ключевым инструментом координации, обеспечивая «сшивку» образования, бизнеса, инновационной системы и рынка в единую экосистему.

4) Интеграция в контур НИС усиливает инновационный потенциал креативных индустрий, способствует развитию НИОКР и росту нематериальной добавленной стоимости.

Таким образом, в рамках исследования разработана интеграционная модель развития креативных индустрий в контуре НИС Республики Казахстан, основанная на взаимосвязи жизненного цикла креативного капитала, возрастной структуры экономической активности и кластерной организации сектора. В отличие от существующих подходов, модель рассматривает возрастную инклюзию не как социальный инструмент, а как экономический механизм, обеспечивающий непрерывность жизненного цикла креативного капитала и повышение эффективности его использования. Разработанная дорожная карта обеспечивает практическую реализацию модели за счёт интеграции кластерных, финансово-экономических и институциональных механизмов с учётом стадий жизненного цикла креативного капитала. В целом предложенный подход формирует основу перехода от разрозненных мер поддержки к системному управлению развитием креативной экономики.

Заключение

Таким образом, проведенное исследование позволило сформулировать следующие выводы.

1. Креативная экономика формируется в условиях доминирования экономики знаний как интеграция индустриальной и постиндустриальной логики развития, при этом её ключевыми детерминантами выступают творчески-созидательная ценность и инклюзивность, обеспечивающие персонализацию производства и расширение участия различных социальных групп. Генезис концепции креативной экономики связан с развитием теорий человеческого капитала, инновационного роста и пространственного развития, что отражает эволюцию научных представлений о роли знаний, технологий, культуры и креативности в экономической динамике.

2. Креативные индустрии формируются как совокупность видов экономической деятельности, основанных на использовании индивидуальной креативности, навыков и таланта, обладающих потенциалом создания добавленной стоимости, рабочих мест и интеллектуальной собственности, что отражает их роль в современной экономике как специфического сегмента производства нематериальных благ. Сущностные характеристики креативных индустрий связаны с доминированием нематериальных факторов производства, ориентацией на создание культурной и символической ценности, а также сочетанием экономических и социокультурных функций, что отличает их от традиционных отраслей.

Сформулировано авторское определение креативных индустрий как совокупности видов экономической деятельности, основанных на использовании человеческого, креативного и символического капитала, результатом которых является создание, воспроизводство и коммерциализация продуктов и услуг с преобладающей нематериальной добавленной стоимостью, обладающих культурной, социальной и экономической значимостью и интегрированных в инновационные и рыночные процессы.

Креативные индустрии характеризуются внутренней неоднородностью, обусловленной различиями в механизмах создания стоимости, структуре креативного капитала и институциональных условиях функционирования, что определяет необходимость их типологической дифференциации. Разработанная типология креативных индустрий включает культурно-исторические, художественно-исполнительские, медиа- и контентные, а также технологические виды деятельности, различающиеся по механизмам создания ценности и формам интеграции в экономику.

3. Национальная инновационная система в условиях постиндустриального развития выступает институциональной средой генерации, распространения и коммерциализации знаний, обеспечивающей интеграцию экономических, научно-образовательных и социокультурных акторов.

Разработана авторская модель механизма формирования инклюзивного постиндустриального роста через комплементарность и конвергенцию креативных индустрий в национальной инновационной системе. Логика модели основана на

последовательной трансформации: характеристики креативных индустрий (цифровизация и платформенность, персонализация и атомизация производства, креативный и символический капитал, гибкость занятости, сетевой характер взаимодействия, территориальная укоренённость, нематериальная природа стоимости и межсекторность), реализуясь в среде НИС, трансформируются в конвергентные процессы, которые, в свою очередь, приводят к формированию дифференцированных инклюзивных эффектов. При этом в современной экономике прослеживается устойчивая закономерность: по мере роста степени креативности производства усиливаются тенденции его инклюзивности, что позволяет рассматривать развитие креативных индустрий как фактор расширения участия различных субъектов и социальных групп в экономической деятельности.

4. Кластерный подход в постиндустриальной экономике выступает механизмом пространственной интеграции креативных индустрий в НИС, обеспечивая концентрацию ресурсов, знаний и институциональных взаимодействий на уровне территориально локализованных сетей.

В работе обоснован двухуровневый подход к типологизации креативных индустрий, включающий структурно-функциональную типологию, отражающую отраслевую структуру и источники создания ценности, и пространственно-функциональную типологию кластеров, характеризующую формы их территориальной организации и роль в НИС. В соответствии с предложенным подходом выделены следующие пространственно-функциональные типы кластеров креативных индустрий: периферийные локальные, ремесленно-этнокультурные, креативно-туристские, художественно-культурные, индустриально-креативные, инновационно-цифровые, различающиеся по уровню институционализации, характеру взаимодействий и выполняемым функциям в инновационной системе – от воспроизводства культурного капитала до генерации, трансфера и масштабирования инноваций.

5. Мировой опыт показывает, что креативные индустрии в условиях постиндустриального перехода трансформируются из периферийного культурного сегмента в устойчивый драйвер экономического роста, занятости и структурной диверсификации, формируя до 6-12% ВВП и около 5-9% занятости в развитых странах. Глобальная структура креативных индустрий характеризуется отраслевой неоднородностью, при которой доминирующее положение занимают медиаконтентные, цифровые и программные сегменты, тогда как историко-культурные отрасли выполняют преимущественно функции территориальной идентичности и экономики впечатлений. Развитие сопровождается ростом международной торговли, при этом наблюдается опережающая динамика экспорта креативных услуг по сравнению с товарами, что отражает переход к нематериальным и цифровым формам деятельности.

В мировой практике сформированы устойчивые модели (англо-саксонская, европейская, азиатская), различающиеся по роли государства, институциональным механизмам и степени интеграции в НИС. Установлено, креативные индустрии обладают выраженным инклюзивным потенциалом, обеспечивая вовлечение молодёжи, женщин и нестабильно занятых групп за счёт гибких форм

занятости и снижения барьеров входа. SWOT-анализ мировой креативной экономики выявил драйверы (цифровизация, рост роли знаний, адаптивность), барьеры (институциональная фрагментарность, неравномерность развития), возможности (кластеризация, платформенные формы, инклюзия) и риски (глобальная конкуренция, цифровое неравенство, монополизация платформ). Высокая вариативность страновых практик и зависимость эффективности креативных индустрий от институциональной среды обусловливают необходимость разработки адаптивных моделей их развития и кластеризации в национальных условиях, в том числе в Республике Казахстан.

6. Институциональное обеспечение креативной экономики Казахстана формировалось эволюционно, но по-прежнему сохраняет фрагментарный и несогласованный характер. Несмотря на формальное признание креативных индустрий как самостоятельного сектора экономики, действующая система регулирования не обеспечивает их системного и комплексного развития. Модель институционального обеспечения креативной экономики в Казахстане характеризуется многоконтурностью (правовой, интеллектуально-собственнический, культурно-отраслевой, научно-инновационный, предпринимательский, финансово-экономический и стратегический), но при этом отсутствует их системная координация, обусловливаяя функциональную разобщённость и низкую эффективность развития креативного сектора. Нормативная база, включая критерии отнесения субъектов и перечни видов деятельности, характеризуется ограниченным охватом и не учитывает ряд значимых сегментов (издательская деятельность, аудиовизуальная дистрибуция, реклама, цифровой контент), что требует её расширения. Ключевой проблемой является отсутствие сквозного институционального обеспечения полного жизненненного цикла креативного продукта – от создания до коммерциализации, масштабирования и экспорта, что ограничивает вклад креативных индустрий экономический рост и их интеграцию в НИС. Установлено, что в условиях франментарности нормативно-праввового обеспечения креативной экономики Казахстана в системе регулирования формируются и воспроизводятся устойчивые институциональные «ямы» и «ловушки», обусловленные несоответствием правовых, финансовых и управленческих механизмов специфике креативной деятельности, а именно – связанные с доминированием административно-бюджетных подходов, слабой интеграцией механизмов интеллектуальной собственности с коммерциализацией и неадаптированностью инструментов поддержки к гибким и цифровым форматам занятости. С учетом всех этих выявленных дисфункций обоснована необходимость перехода к целостной системной модели институционального обеспечения креативного сектора, нацеленного на учет его специфики, расширение границ, адаптацию инструментов поддержки и усиление интеграции в НИС.

7. Формализованная через перечень ОКЭД институциональная конфигурация креативных индустрий (43 вида деятельности, 12 групп) выполняет не только нормативную, но и аналитическую функцию, позволяя перейти от отраслевого описания к выявлению структурных пропорций, межсекторных дисбалансов и траекторий развития сектора.

Креативные индустрии Казахстана показывают устойчивый рост: ВДС за 2020–2024 гг. увеличилась более чем вдвое. Однако их доля в ВВП остаётся около 1%, что указывает на экстенсивный, догоняющий характер развития. В сравнении с другими странами (3–5% и выше) это отражает нереализованный потенциал и слабую интеграцию в глобальные рынки.

Структура сектора неоднородна: формируется двухконтурная модель с доминированием IT (около 38%) и широким традиционным сегментом с высокой занятостью, но низкой продуктивностью. Контентные индустрии (кино, музыка, медиа) дают ограниченный вклад, что связано с низкой коммерциализацией и дефицитом инвестиций.

Внешняя торговля остаётся дефицитной (−1,26 млрд долл. в 2024 г.): импорт преобладает, экспорт носит эпизодический характер и не формирует устойчивых преимуществ.

Число субъектов выросло в 2,7 раза, но за счёт индивидуальных предпринимателей (до 71%), что указывает на отсутствие масштабирования. При этом высокая предпринимательская активность не конвертируется в ВДС, подтверждая фрагментацию.

Регионально сектор сильно концентрирован: около половины субъектов и свыше 80% выпуска сосредоточены в Алматы и Астане. Аналогичный разрыв наблюдается и в занятости: традиционные сегменты аккумулируют большинство работников при низкой эффективности, тогда как цифровые формируют основную добавленную стоимость.

Рост выпуска (до 1,6 трлн тенге) обеспечивается преимущественно IT-сектором. В целом структура остаётся «мелкой»: около 99% − малые предприятия, отсутствует устойчивый средний слой, что ограничивает накопление капитала и выход на внешние рынки.

Показатели производительности труда подтверждают структурную поляризацию: высокие значения в цифровом сегменте сочетаются с низкой эффективностью в традиционных индустриях.

Инвестиционная модель характеризуется волатильностью, фрагментацией и смещением в сторону традиционных сегментов при недостаточной поддержке высокопотенциальных направлений. Выявлен инвестиционный разрыв: вложения на один субъект в крупных предприятиях в разы превышают показатели малых, что отражает неравномерность доступа к капиталу.

Сформирована причинно-следственная модель: доминирование микросубъектов → инвестиционная фрагментация → низкая производительность → концентрация выпуска → воспроизводство экстенсивной модели роста.

Обоснована двухвекторная модель развития креативных индустрий в Казахстане: традиционный вектор (массовый, низкопроизводительный); цифровой вектор (высокопроизводительный, но узкий). отсутствие «среднего слоя» и межсекторных связей между сегментами выступает ключевым структурным ограничителем трансформации креативных индустрий в источник экономического роста и экспортной диверсификации.

8. Становление кластеров креативных индустрий в Казахстане носит

пространственно дифференцированный и структурно неоднородный характер, обусловленный взаимодействием этно-исторических, культурно-символических и инновационно-технологических факторов, формирующих различные траектории кластеризации. Установлено, что этно-исторические факторы формируют базовые предпосылки кластеризации, культурно-символические обеспечивают трансформацию традиционных практик в рыночные формы, а инновационно-технологические определяют возможности масштабирования и интеграции в цифровую экономику.

Выявлена выраженная пространственная асимметрия развития кластеров: инновационно-цифровые и художественно-культурные кластеры сосредоточены в крупнейших городах и обладают более высокой институциональной зрелостью, тогда как ремесленно-этнокультурные и креативно-туристские кластеры характеризуются высоким ресурсным потенциалом при ограниченной масштабируемости.

Обоснованы пространственно-функциональные типы формирующихся креативных кластеров и разработана авторская векторно-пространственная модель их позиционирования, позволяющая интерпретировать региональные различия как различие траекторий кластерной эволюции. Установлено наличие системного разрыва между высоким культурным и ремесленным потенциалом регионов и уровнем его институциональной и технологической реализации, что обусловливает концентрацию развитых кластеров в мегаполисах и сохранение значительного нереализованного потенциала в регионах.

9. Проведённое социологическое исследование, охватившее молодёжь, старшие возрастные группы, представителей креативного сектора и государственных структур, показало выраженные различия в уровне экономической активности и вовлечённости в зависимости от возраста. Это подтверждает, что возрастной фактор играет существенную роль в развитии креативной экономики. Для обработки данных применялся метод PLS-SEM, который продемонстрировал приемлемую надёжность и валидность модели.

Результаты эконометрической оценки указывают на доминирующее влияние потенциала молодёжи ($\beta = 0{,}438$), тогда как вклад старших возрастных групп также остаётся значимым ($\beta = 0{,}310$), но реализуется не в полной мере. Эффект государственной поддержки оказался заметно слабее ($\beta = 0{,}152$), что позволяет рассматривать её скорее как вспомогательный, а не определяющий фактор.

Прямого влияния барьеров и коллаборации выявлено не было, однако их роль проявляется опосредованно. Институциональные ограничения снижают возможность реализации человеческого потенциала, тогда как взаимодействие и кооперация, напротив, усиливают его эффект. Зафиксирован эффект подавления (suppression effect), а также полное медиирование влияния факторов Barriers и Collaboration через человеческий капитал. Влияние государственной поддержки, в свою очередь, носит частично опосредованный характер.

Анализ совокупных эффектов позволяет говорить о многоуровневой структуре факторов. Ключевую роль в развитии сектора играет человеческий капитал: молодёжь формирует основу роста, тогда как потенциал старших поколений

остаётся значительным, но используется недостаточно. Государственная поддержка выполняет функцию институционального сопровождения, создавая условия для реализации этого потенциала. Барьеры и коллаборация действуют косвенно, соответственно ограничивая или усиливая итоговый эффект.

В целом полученные результаты указывают на необходимость смещения акцентов государственной политики: от прямых мер поддержки − к снижению институциональных ограничений и расширению инклюзивного участия (возрастного, предпринимательского, территориального и инновационного), что позволит повысить отдачу от имеющегося потенциала.

10. Разработанный институциональный механизм инклюзии креативного сектора Казахстанав контур НИС включает:

- преодоление институциональных «ям», характерных для казахстанской модели развития, за счёт восстановления связности стадий «создание – коммерциализация – масштабирование» и формирования непрерывного цикла развития креативных проектов;

- устранение институциональных «ловушек», обусловленных доминированием административно-распределительных и грантовых практик, посредством трансформации системы стимулов в сторону коммерциализации, кооперации и выхода на рынки;

- преодоление институциональных «провалов», проявляющихся в рассогласованности инструментов и уровней регулирования в Казахстане, через их координацию и выстраивание единой логики государственной поддержки;

- интеграцию кластерных, финансово-экономических и институциональных инструментов с учётом казахстанской структуры сектора, обеспечивающих расширение доступа субъектов к ресурсам и снижение транзакционных издержек;

- формирование непрерывной институциональной среды, адаптированной к специфике креативной экономики Казахстана (проектность, нематериальные активы, гибкая занятость), и обеспечивающей включение в инновационные и рыночные процессы;

11. Финансово-экономический механизм поддержки креативных индустрий в Республике Казахстане носит фрагментарный характер и не обеспечивает связности стадий «создание – коммерциализация – масштабирование», что ограничивает инклюзию сектора в контур НИС.

Выявлены системные провалы (кредитный, селективный, грантовый, инвестиционный, кластерный, экспортный, налогово-стимулирующий), формирующие замкнутый контур ограничений и воспроизводящие институциональные дисфункции. При этом ключевой проблемой является не дефицит инструментов, а их несогласованность с проектной природой креативной деятельности и нематериальным характером создаваемой стоимости. В этой связии необходим переход от универсальных мер поддержки к типологически дифференцированному и институционально согласованному механизму, учитывающему жизненный цикл креативных продуктов и структуру сектора.

Разработана модель финансово-экономического механизма, основанная на интеграции грантовых, кредитных, инвестиционных и налоговых инструментов,

обеспечивающая непрерывность финансирования и снижение барьеров доступа для различных категорий субъектов. Предложена матричная система адаптации инструментов по структурно-функциональным типам креативных индустрий, позволяющая повысить эффективность поддержки, расширить инклюзию и обеспечить устойчивую коммерциализацию креативных продуктов.

12. Разработана интеграционная модель развития креативных индустрий и кластеров в контуре национальной инновационной системы Республики Казахстан на основе механизмов возрастной инклюзии, обеспечивающая согласование жизненного цикла креативного капитала, кластерной организации и институциональной среды. В рамках её практической реализации сформирована дорожная карта, отражающая поэтапное развитие креативных индустрий и структурированная в соответствии со стадиями формирования, вовлечения, масштабирования, трансляции и реинтеграции.

На этапе формирования приоритетом выступает развитие человеческого капитала и снижение барьеров входа; на этапе вовлечения – интеграция субъектов в экономическую деятельность и кластерные структуры; на этапе масштабирования – расширение доступа к финансированию, рынкам и инструментам роста; на этапе трансляции – развитие экспортных каналов и распространение креативного продукта; на этапе реинтеграции – воспроизводство знаний, компетенций и повторное включение в экономические процессы. На всех этапах обеспечивается согласованное применение институциональных, финансово-экономических, кластерных и инклюзивных механизмов.

Особенностью дорожной карты является её функциональная увязка с результатами эконометрического моделирования: развитие человеческого капитала выступает источником роста, институциональные и финансовые механизмы формируют условия, кластерные инструменты обеспечивают усиление и масштабирование эффектов, а снижение барьеров предотвращает потери потенциала. Это позволяет рассматривать предложенную модель и дорожную карту как системный инструмент управления развитием креативной экономики Казахстана, обеспечивающий переход от фрагментарных мер поддержки к комплексному и согласованному развитию сектора.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана от 1 сентября 2023 года «Экономический курс Справедливого Казахстана» - https://akorda.kz/ru/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-ekonomicheskiy-kurs-spravedlivogo-kazahstana-18588

2 Solow R.A. Contribution to the Theory of Economic Growth / R.A. Solow // Quarterly Journal of Economics. – 1956. – № 70. – P. 65–94.

3 Ullman E.L. Regional development and the geography of concentration / E.L. Ullman // Papers and proceedings of the Regional Science Association. – 1958. – № 4. – P. 179–198.

4 Jacobs J. The Death and Life of Great American Cities / J. Jacobs. – N.Y: Random House, 1961. – 458 p.

5 Andersson A.E. Creativity and Regional Development / A.E. Andersson // Papers of the Regional Science Association. – 1985. – Vol. 56. – No. 1. – P. 5–20.

6 Barro R.J. Economic Growth in a Cross Section of Countries / R.J. Barro // Quarterly Journal of Economics. – 1991. – № 106(2). – P. 407–443.

7 Mellander C. The Creative Class or Human Capital? Explaining Regional Development in Sweden [Electronic resource] / C. Mellander, R. Florida // CESIS. – 2007. – Paper No. 79. – 34 p. – Access mode: http://www.ausicom.com/filelib/PDF/ResearchLibrary/Creative%20class%20in%20Sweden.pdf

8 Mansfield E. Innovation, Technology and the Economy: Selected Essays of Edwin Mansfield [Electronic resource] / E. Mansfield. – Aldershot, UK; Brookfield, Vt., US: E. Elgar, 1995. – 696 p. – Access mode: https://www.e-elgar.com/shop/gbp/innovation-technology-and-the-economy-9781858980355.html

9 Throsby D. Economics and Culture / D. Throsby. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 228 Richards p.

10 Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее: перевод с англ. / Р. Флорида. – М.: Классика – XXI, 2007. – 421 с.

11 DCMS. Creative Industries Mapping Document. – London, 2001. [Electronic resource]. – Access mode: https://static.a-n. c0.uk/wp-c0ntent/upl0ads/2016/12/DCMS-Creative-Industries-Mapping-D0cu-ment-2001.pdf

12 Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Д. Хезмондалш. – М.: Высшей школы экономики, 2014. – 456 с.

13 Тросби Д. Экономика и культура / Д. Тросби; пер. с англ. И. Кушнаревой. – М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2013. – 256 с.

14 Garnham N. Concepts of culture: public policy and the cultural industries (Originally published as a pamphlet by the Greater London Council) / N. Garnham // Reprinted in Cultural Studies. – 2000. – № 1 (1). – P. 23–37.

15 O'Connor J. Creative industries: a new direction? [Electronic resource] / J. O'Connor // International Journal of cultural policy. – 2009. – Vol. 15, Issue 4. – 387–402 p. – DOI: 10.1080/10286630903049920. – Access mode: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000208083900003

16 Fleischmann K. Creative industries and regional economic development: can

a creative industries hub spark new ways to grow a regional economy? [Electronic resource] / K. Fleischmann, R. Welters, R. Daniel // Australasian Journal of regional studies. – 2017. – Vol. 23, Issue 2. – 217–242 p. – Access mode: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000417430500004

17 Gabe T. The Creative Class and the crisis [Electronic resource] / T. Gabe, R. Florida, C. Mellander // Cambridge Journal of regions economy and society. – 2013. – Vol. 6, Issue 1. – 37–53 p. DOI: 10.1093/cjres/rss012. – Access mode: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000315554200003

18 Kong L. From cultural industries to creative industries and back? Towards clarifying theory and rethinking policy / L. Kong // Inter-Asia cultural studies. – 2014. – Vol. 15, Issue 4. – 593–607 p. – DOI: 10.1080/14649373.2014.977555. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000346197100007

19 Хестанов Р.З. Креативные индустрии – модели развития / Р.З. Хестанов // Социологическое обозрение. – 2018. – Т. 17. – № 3. – С. 173–196. – DOI: 10.17323/1728–192X-2018–3-173–196

20 Зеленцова Е.В. Творческие индустрии: теории и практики / Е.В. Зеленцова, Н.В. Гладких. – М.: Классика-XXI, 2010. – 240 с.

21 Матецкая М.В. Творческие индустрии сквозь призму культурной политики: сборник научных трудов / отв. ред. А.Я. Рубинштейн, В.Ю. Музычук. – М.: ИЭ РАН, 2013. – 398 с.

22 Kazakhstan's Crafts and Creative Economy: Proceedings of an International Symposium. – Washington, 2020. – 104 p.

23 Лэндри Ч. Креативный город: перевод с англ / Ч. Лэндри. – М.: Классика-XXI, 2006. – 399 с.

24 Бонет Л. Креативные города и культурные индустрии: концептуальные парадоксы, конкурентные факторы и правительственные стратегии / Л. Бонет // Творческие индустрии и креативная экономика как пространство исследовательской и проектной деятельности: материалы международной конференции / ред. Н. Гладких. – М.: Классика-XXI, 2012. – С. 23–27.

25 Kong L. Transnational mobilities and the making of creative cities / L. Kong // Theory Culture & Society. – 2014. – Vol. 31, Issue 7. – 273–289 p. – DOI: 10.1177/0263276414549329 – https://www.webofscience.com/wos/woscc /full-record/WOS:000346015900017

26 Jurene S. Creative cities and clusters [Electronic resource] / S. Jurene, V. Jureniene // Transformations In Business & Economics. – 2017. – Vol. 16, Issue 2. – 214–234 p. – Access mode: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000402941200013

27 Boix R. Micro-geographies of creative industries clusters in Europe: From hot spots to assemblages [Electronic resource] / R. Boix, J.Luis Hervas-Oliver, B. De Miguel-Molina // Papers in regional science. – 2015. – Vol. 94, Issue 4. DOI: 10.1111/pirs.12094. – Access mode: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000365760900004

28 Gong H. Exploring the clustering of creative industries [Electronic resource]

/ H. Gong, R. Hassink // European Planning Studies. – 2017. – Vol. 25, Issue 4. – 583–600 p. – DOI: 10.1080/09654313.2017.1289154. – Access mode: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000395250100002

29 Zhao H. The trickle-down effects of creative work involvement: The joint moderating effects of proactive personality and leader creativity expectations [Electronic resource] / H. Zhao, L. Guo// Personality And Individual Differences. – 2019. – Vol. 142. – 218–225 p. – DOI: 10.1016/j.paid.2018.05.042. – Access mode: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000463125300032

30 Alacovska A. Informal creative labour practices: A relational work perspective [Electronic resource] / A. Alacovska // Human Relations. – 2018. – Vol. 71, Issue 12. – 1563–1589 p. – DOI: 10.1177/0018726718754991. – Access mode: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000449033000001

31 Finkel R. Diversifying the creative: Creative work, creative industries, creative identities [Electronic resource] / R. Finkel, D. Jones, K. Sang, D. Russell // Organization. – 2017. – Vol. 24, Issue 3. – 281–288 p. – DOI: 10.1177/1350508417690167. – Access mode: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000401241000001

32 Howkins J. The Creative Economy: How people make money from ideas / J. Howkins. – London: AllenLane, Penguin, 2002. – 288 p.

33 Marta-Christina S. Urban development and creative communities [Electronic resource] / S. Marta-Christina, M. Ivanovici // Business transformation through innovation and knowledge management: an academic perspective. – 2010. – Vol 3. – 1834–1840 p. – Access mode: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000330684100031

34 Шарковская Н.В. Индустрия досуга как социально-культурный феномен / Н.В. Шарковская // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2020. – № 2(94). – С. 126–134. – DOI: 10.24411/1997–0803–2020–10213

35 The Inclusive Growth and Development Report 2017 // World Economic Forum. [Electronic resource]. – Access mode: https:// www.weforum.org/reports/the-inclusive-growth-and-development-report-2017.

36 CAFOD. Discussion paper: What is «inclusive growth»? [Electronic resource]. – Access mode: https://cafod.org. uk/content/download/17224/133626/file/Inclusive

37 Alfredsson E. The Inclusive Green Economy [Electronic resource] / E. Alfredsson, A. Wijkman. – MISTRA, Prestudy, 2014, April. – Access mode: http://www.mistra.org/download/18.2f9de4b14592a1589d172e2/1473225485133/ Mistra_Prestudy_TheInclusiveGreenEconomy_April2014+%281 %29.pdf

38 Kelly M. Strategies for financing the inclusive economy [Electronic resource] / M. Kelly, V. Duncan, S. Dubb. Democracy Collaborative – Washington, 2016. – Access mode: https://democracycollaborative.org/sites/default /files/downloads/FinancingTheInclusiveEconomy.pdf

39 Ельшин Л.А. Стимулирование экономической динамики региона в рамках реализации концепции инклюзивно-креативного роста / Л.А. Ельшин, М.Р.

Гафаров // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – № 11. – С. 4201–4214. – DOI: 10.18334/ce.15.11.113737

40 Van Eck N.J. A comparison of two techniques for bibliometric mapping: Multidimensional scaling and VOS / N.J. Van Eck et al. // Journal of the American Society for Information Science and Technology. – 2010. – 61. – № 12. – P. 2405–2416.

41 Van Eck N.J. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping / N.J. Van Eck, L. Waltman //scientometrics. – 2010. – Vol. 84. – № 2. – P. 523–538

42 Мамедов О.Ю. Экономика инклюзивной цивилизации / О.Ю. Мамедов // Terra economicus. – 2017. – Т. 15. – № 3. – С. 6–18.

43 Хусаинова Ж.С., Асанова М.К., Бектлеева Д.Е., Абауова Г.М., Канкулов М.К. Концептуальные параметры креативной экономики и ее категориальная канва // Вестник Карагандинского университета. Серия Экономика. - 2022. - № 3(107). - С.279-294. - https://economy-vestnik.ksu.kz/index.php/economy-vestnik/article/view/774/692 - https://doi.org/10.31489/2022ec3/281-296

44 Khussainova Zh.S., Assanova M.K., Bektleyeva D.E., Abauova G.M., Kankulov M.K. Conceptual approaches to the formation and development of creative industries in an inclusive economy // Вестник Карагандинского университета. Серия Экономика. - 2023. - № 1(109). - С.75-88. - https://economy-vestnik.ksu.kz/apart/2023-109-1/09.pdf - https://doi.org/10.31489/2023ec1/75-88

45 Классификации культурных/креативных индустрий. - https://www.intermedia.ru/uploads/ef4d7b.png

46 Creative Economy: Peport 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making. – United Nations UNCTAD, 2008. – 357 p. https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf

47 UNCTAD. Creative Economy Report 2010: A Feasible Development Option. – New York; Geneva: United Nations, 2010. – 421 p. http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf

48 https://www.intermedia.ru/uploads/ef4d7b.png

49 https://creativecardiff.org.uk/

50 Приказ Министра культуры и информации Республики Казахстан от 20 октября 2025 года № 572-Н «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрий» - https://adilet.zan.kz/rus/docs/G25JC000572

51 Приказ Министра культуры и информации Республики Казахстан от 20 октября 2025 года № 572-Н «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрий» - https://adilet.zan.kz/rus/docs/G25JC000572

52 Schlesinger Philip The creative economy: invention of a global orthodoxy // Innovation: The European Journal of Social Science Research. – 2017. - 30:1. – Pp. 73-90. - DOI: 10.1080/13511610.2016.1201651

53 Arcos-Pumarola J., Paquin A.G., Sitges M.H. The use of intangible heritage and creative industries as a tourism asset in the UNESCO creative cities network // Heliyon, Vol. 9, Issue 1, 2023, e13106, ISSN 2405-8440,

https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13106.

54 Pine II, B., Gilmore, J. The experience economy: past, present and future // Handbook on the experience economy. - Edward Elgar, 2013/01/01. – 269 p. - Doi 10.4337/9781781004227.00007.
https://www.researchgate.net/publication/260917972_The_experience_economy_past_present_and_future

55 The Arts and Entertainment: Situating Leisure in the Creative Economy // A Handbook of Leisure Studies, January 2006, DOI:10.1057/9780230625181_21

56 Lee Y, Peng C, Lee T, Zhao Z. Sustainable Development Assessment of Cultural and Creative Industries in Casino Cities: A Case Study of Macao.// Sustainability. 2022; 14(8):4749. https://doi.org/10.3390/su14084749

57 Guiso L., Sapienza P., & Zingales L. 2006. "Does Culture Affect Economic Outcomes?" Journal of Economic Perspectives, 20 (2): 23-48.DOI: 10.1257/jep.20.2.23. https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.20.2.23

58 Lampel J., Germain O. Creative industries as hubs of new organizational and business practices // Journal of Business Research, 2016, Volume 69, Issue 7, Pages 2327-2333, ISSN 0148-2963, https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.001. (https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296315004245)

59 Munro E. Building soft skills in the creative economy: Creative intermediaries, business support and the ‘soft skills gap”. // Poetics, 2017, Volume 64, Pages 14-25, ISSN 0304-422X, https://doi.org/10.1016/j.poetic.2017.07.002. (https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X16301991)

60 Dalle Nogare, C., Murzyn-Kupisz, M. Do museums foster innovation through engagement with the cultural and creative industries?. Journal of Cultural Economics 45, 671–704 (2021). https://doi.org/10.1007/s10824-021-09418-3

61 Хусаинова Ж.С., Асанова М.К., Канкулов М.К. Типологизация видов креативных индустрий // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: Сборник материалов VII Международной науч.-практ. конф. ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» (Донецк, 6-7 июня, 2023 г.). – Донецк: ДОНАУИГС, 2023. – С. 83-88. -https://donampa.ru/images/2023/09/sekcii/s1.pdf

62 Асанова М.К., Абауова Г.М., Канкулов М.К. Факторы типовой направленности креативных индустрий // Проблемы устойчивого развития регионов Республики Беларусь и сопредельных стран : сб. статей XII Междунар. науч.-практ. конф./ под ред. Н. В. Маковской. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2024. – С. 51-54. - https://707.su/RAI5

63 Шумпетер Й. Теория экономического развития. - М. : Прогресс, 1982.

64 Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. - М. : Экономика, 1995.

65 Фримен К. Технология, политика и экономическая деятельность: уроки Японии. - Лондон : Pinter Publishers, 1987.

66 Лундвалл Б.-О. Национальные системы инноваций: к теории инноваций и интерактивного обучения. - Лондон : Pinter Publishers, 1992.

67 Нельсон Р. Национальные инновационные системы: сравнительный

анализ. - Нью-Йорк : Oxford University Press, 1993.

68 Пател П., Павитт К. Национальные инновационные системы: почему они важны? // Economics of Innovation and New Technology. - 1994.

69 Меткалф С. Эволюционная теория и экономическая политика. - Лондон, 1995.

70 Кук Ф. Региональные инновационные системы. - Лондон, 2001.

71 Ашейм Б. Дифференцированные базы знаний и региональные инновационные системы. - 2007

72 Иванова Н. Национальные инновационные системы: теория и практика. - М., 2001.

73 Голиченко О.Г. Национальная инновационная система: проблемы формирования и развития. - М., 2006.

74 Edquist C. (ed.). Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations (Routledge rev. ed.). - London : Routledge, 2005.

75 Lundvall B.-Å. National innovation systems: analytical concept and development tool // Industry and Innovation. - 2007. - Vol. 14, No. 1. - P. 95-119. - DOI: 10.1080/13662710601130863.

76 OECD. OECD Reviews of Innovation Policy: Kazakhstan 2017. - Paris : OECD Publishing, 2017. - DOI: 10.1787/9789264270008-en

77 Mazzucato M. The Entrepreneurial State: Debunking Public vs. Private Sector Myths. - London : Penguin Books, 2018. ISBN 9780141986104.

78 OECD. Innovation for Development Impact. - Paris : OECD Publishing, 2020. (OECD Development Co-operation Directorate report)

79 Asheim B. T., Coenen L., Moodysson J., Vang J. Constructing knowledge-based regional advantage: implications for regional innovation policy // International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management. - 2007. - Vol. 7, No. 2-3-4-5. - P. 140-155. DOI: 10.1504/IJEIM.2007.012879.

80 Asheim B. T., Boschma R., Cooke P. Constructing regional advantage: platform policies based on related variety and differentiated knowledge bases // Regional Studies. - 2011. - Vol. 45, No. 7. - P. 893–904. DOI: 10.1080/00343404.2011.596701.

81 Cooke P. Regional innovation systems, clusters and the knowledge economy // Industrial and Corporate Change. - 2001. - Vol. 10, No. 4. - P. 945-974. DOI: 10.1093/icc/10.4.945

82 OECD. Culture and local development: Maximising the impact / Organisation for Economic Co-operation and Development. – Paris : OECD Publishing, 2019. – 168 p.

83 ILO. Working conditions in a global perspective: Findings from the ILO's global survey of working conditions / International Labour Organization. – Geneva : ILO, 2021. – 112 p.

84 Хусаинова Ж.С., Асанова М.К., Бектлеева Д.Е., Абауова Г.М., Канкулов М.К. Методологические подходы к функционированию креативных кластеров в развитой рыночной среде // Экономика и предпринимательство. – 2023. - № 4 (153). - С. 508-515. - https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53989107 - https://doi.org/10.34925/EIP.2023.153.4.097

85 Михальцов С.А. Генезис понятия индустриального района и его современная интерпретация // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 4. URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=14061

86 Смородинская Н. В., Катуков Д. Д. Когда и почему региональные кластеры становятся базовым звеном современной экономики // Балтийский регион. 2019. Т. 11, № 3. С. 61–91. doi: 10.5922/2079-8555-2019-3-4. - https://ineconomy.org/docs/2019/Smorodinskaya_Katukov_BR_2019.pdf

87 Онипко Т. Кластеры в исследованиях американской научной школы теорий конкурентоспособности // Вестник КЭУ: экономика, философия, педагогика, юриспруденция. – 2017. - № 3. – С. 36-43. - https://articlekz.com/article/27774

88 Porter Michael E. The competitive advantage of nations. - N.Y.: The Free Press A division of Macmillan, 1990. - 855 p.

89 Enright, M. J. Survey on the Characterization of Regional Clusters: Initial Results. - Working Paper, Institute of Economic Policy and Business Strategy: Competitiveness Program, University of Hong Kong, Sun Hung Kai, 2000. -21 p.

90 Rosenfeld S.A. Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development // European Planning Studies. - 1997. - № 5. - P. 3-23.

91 Портер М. Конкуренция. - М. : Издат. дом "Вильямс", 2005. - 608 с. https://d.eruditor.one/file/505299/

92 Cortright J. Making sense of clusters: regional competitiveness and economic development // The Brookings Institution Metropolitan Policy Program. - 2006. - 58 p.

93 Creative clusters: key concepts [Электронный ресурс] / Evans Simon - http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/?page_ id=1599

94 Бабкин А.В., Байков Е.А. Коллаборация промышленных и творческих кластеров в экономике: сущность, формы, особенности // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2018. Т. 11, № 4. С. 141–164. DOI: 10.18721/JE.11411
https://economy.spbstu.ru/userfiles/files/articles/2018/4/11_babkin.pdf

95 Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – Пер.с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с. – С.22 http://library.lgaki.info:404/2017/%D0%A4%D0%BB%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B4%D0%B0%20%D0%A4..pdf

96 Бокша М. П. Креативная экономика : учебное пособие / М. П. Бокша, Д. Ц. Будаева. – Улан-Удэ: Изд-во Бурятского госуниверситета, 2020. – с. ISBN 978-5-9793-1472-3 https://dokumen.pub/9785979314723.html

97 Ketels C.H. Cluster policy: A guide to the state of the debate // Knowledge and the economy / P. Meusburger, J. Glückler, M. el Meskioui (eds.). Dordrecht, 2013. P. 24-269.

98 Ладыгина А. А. Креативные кластеры как ресурс брендинга на примере Санкт-Петербурга и Екатеринбурга. – 2018. - https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/60517/1/978-5-7996-2407-1_02_18.pdf

99 Романец И.И., Данилиди К.Г. Развитие креативной экономики в повестке устойчивого роста // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Том 12. № 4А. С. 453-464. DOI: 10.34670/AR.2022.22.21.010

100 Бабаева Р. Творческие профили стран: как развиваются креативные индустрии в мире // РБК- тренды - https://trends.rbc.ru/trends/social/62de9c1c9a7947f5e818e9f8

101 Creative Economy Outlook 2022: Overview. The International Year of Creative Economy for Sustainable Development: Pathway to resilient creative industries. - United Nations–2022. – 158 p. - https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf

102 United Nations Conference On Trade And Development (UNCTAD) Creative Economy: Outlook 2024. - United Nations, 2024. - https://drive.google.com/file/d/11KZTn_2aBNYCveAf8d4_ZYRHTO6uYdRJ/view

103 На культуру и творчество приходится 3,1 процента глобального ВВП // Новости ООН. – 2025. – 22 апреля. – Режим доступа: https://news.un.org/ru/story/2025/04/1463471 (дата обращения: 08.01.2026)

104 Развитие креативной экономики. – М.: Институт статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ, 2023. - https://www.hse.ru/data/2023/03/31/2022289906/Trendletter_5_2023_Creative%20economy.pdf

105 United Nations Conference On Trade And Development (UNCTAD) Creative Economy: Outlook 2024. - United Nations, 2024. - https://drive.google.com/file/d/11KZTn_2aBNYCveAf8d4_ZYRHTO6uYdRJ/view

106 Новосельская В. В. Креативные индустрии в инновационном развитии территорий: особенности функционирования // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2017. № 4 (78). С. 164–174. https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-v-innovatsionnom-razvitii-territoriy-osobennosti-funktsionirovaniya/viewer

107 Титов С.А., Кокорина А.О., Быков П.А., Горбачев Е.С., Шарипов Ф.Ф. Креативные технопарки в постиндустриальной трансформации экономики Китая // Пространственная экономика. 2019. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-tehnoparki-v-postindustrialnoy-transformatsii-ekonomiki-kitaya

108 He J. Creative Industry Districts: An Analysis of Dynamics, Networks and Implications on Creative Clusters in Shanghai. Springer International Publishing, 2014. 198 p. DOI: 10.1007/978-3-319-01976-5.

109 Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 ноября 2021 года № 860 «Об утверждении Концепции развития креативных индустрий на 2021–2025 годы». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860

110 Альжанова Ф.Г. Креативная экономика: синергия культуры, бизнеса и технологий (мировая практика и Казахстан) / Ф.Г. Альжанова, Ф.М. Днишев. – Вена, Австрия: Ассоциация перспективных исследований и высшего образования «Восток-Запад», 2015. – 276 с.

111 Королева А.А. Анализ развития креативных индустрий в Казахстане / А.А. Королева, А.О. Норец, И.А. Селютин // Экономика Центральной Азии. – 2021. – Т. 5. – № 2. – С. 185–192. – DOI: 10.18334/asia.5.2.41494.

112 Пилипенко Е.Н. Креативная экономика: некоторые аспекты теории и

казахстанской практики [Электронный ресурс] / Е.Н. Пилипенко, Ы. Жумагали // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия Экономика и управление. – 2020. – № 1 (32). – С. 23–29. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-nekotorye-aspekty-teorii-i-kazahstanskoy-praktiki

113 Kazakhstan's Crafts and Creative Economy: Proceedings of an International Symposium. – Washington, 2020. – 104 p.

114 Норт Д. Институты, институциональные изменения и экономическая деятельность / пер. с англ. – М. : Изд-во, 2008. – 288 с.

115 Rodrik D. One Economics, Many Recipes: Globalization, Institutions, and Economic Growth / D. Rodrik. – Princeton : Princeton Univ. Press, 2007. – 300 p.

116 Гражданский кодекс Республики Казахстан (Общая часть) от 27 декабря 1994 года. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/K940001000_

117 Закон Республики Казахстан от 10 июня 1996 года № 6 «Об авторском праве и смежных правах». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z960000006_

118 Гражданский кодекс Республики Казахстан (Особенная часть) от 1 июля 1999 года № 409-I. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/K990000409_

119 Патентный закон Республики Казахстан от 16 июля 1999 года № 427. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z990000427_

120 Концепция развития ремесленничества в Республике Казахстан, утверждённая постановлением Правительства Республики Казахстан от 11 июля 2000 года № 1051. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/P000001051_

121 Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-II «О рекламе». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z030000508_

122 Закон Республики Казахстан от 15 декабря 2006 года № 207 «О культуре». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z060000207_

123 Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учёте и финансовой отчётности» от 28 февраля 2007 года № 234-III. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z070000234_

124 Приказ и.о. Министра культуры и информации Республики Казахстан от 25 мая 2007 года № 152 «Об утверждении Правил формирования, сохранения и использования библиотечных фондов». - https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30109085

125 Бюджетный кодекс Республики Казахстан от 4 декабря 2008 года № 95-IV. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/K080000095_

126 Закон Республики Казахстан от 18 февраля 2011 года № 407-IV «О науке». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1100000407

127 Постановление Правительства Республики Казахстан от 11 октября 2013 года № 1092 «Об утверждении Концепции формирования перспективных национальных кластеров Республики Казахстан до 2020 года». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1300001092

128 Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1400000235

129 Закон Республики Казахстан «О разрешениях и уведомлениях» от 16 мая

2014 года № 202-V. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1400000202

130 Концепция культурной политики Республики Казахстан, утверждённая Указом Президента Республики Казахстан от 4 ноября 2014 года № 939. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/U1400000939

131 Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 26 января 2015 года № 21 «Об утверждении Правил оказания платных видов деятельности по реализации товаров (работ, услуг) государственными библиотеками, государственными музеями и музеями-заповедниками, созданными в организационно-правовой форме государственного учреждения, и расходования ими денег от реализации товаров (работ, услуг)». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1500010331

132 Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375

133 Гражданский процессуальный кодекс Республики Казахстан от 31 октября 2015 года № 377-V. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000377

134 Закон Республики Казахстан «О коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности» от 31 октября 2015 года № 381-V. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000381

135 Закон Республики Казахстан «О благотворительности» от 16 ноября 2015 года № 402-V ЗРК. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000402

136 Закон Республики Казахстан «Об информатизации» от 24 ноября 2015 года № 418-V. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000418

137 Постановление Правительства Республики Казахстан от 31 декабря 2015 года № 1193 «О некоторых вопросах оплаты труда работников организаций, содержащихся за счёт средств государственного бюджета». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1500001193

138 Закон Республики Казахстан «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» от 14 января 2016 года № 444-V ЗРК. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1600000444

139 Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» от 25 декабря 2017 года № 120-VI. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1700000120

140 Кодекс Республики Казахстан «О таможенном регулировании в Республике Казахстан» от 26 декабря 2017 года № 123-VI

141 Совместный приказ Министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан от 30 мая 2018 года № 410 и Министра образования и науки Республики Казахстан от 31 мая 2018 года № 245 «Об утверждении Правил финансирования научно-исследовательских, научно-технических и (или) опытно-конструкторских работ»- https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1800017065

142 Закон Республики Казахстан от 3 января 2019 года № 212-VI ЗРК «О кинематографии». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1900000212

143 Закон Республики Казахстан от 26 декабря 2019 года № 288-VI ЗРК «Об охране и использовании объектов историко-культурного наследия». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1900000288

144 Постановление Правительства Республики Казахстан от 12 октября 2021

года № 724 «Об утверждении национального проекта «Ұлттық рухани жаңғыру». - https://www.gov.kz/memleket/entities/sci/documents/details/398902

145 Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 28 апреля 2021 года № 122 «Об утверждении Правил размещения государственного творческого заказа в творческих кружках для детей и юношества и их функционирования» - https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2100022644

146 Концепция развития креативных индустрий на 2021–2025 годы, утверждённая постановлением Правительства Республики Казахстан от 30 ноября 2021 года № 860. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860

147 Закон Республики Казахстан от 27 декабря 2021 года № 86-VII ЗРК «О промышленной политике». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2100000086

148 Концепция развития высшего образования и науки в Республике Казахстан на 2023–2029 годы, утверждённая постановлением Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 248. - https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000248

149 Постановление Правительства Республики Казахстан от 6 июня 2023 года № 447 «Об утверждении критериев отнесения субъектов частного предпринимательства к субъектам креативных индустрий». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000447

150 Постановление Правительства Республики Казахстан от 6 июня 2023 года № 448 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000448

151 Приказ Министра юстиции Республики Казахстан от 22 июня 2023 года № 400 «Об утверждении минимальных ставок авторского вознаграждения за использование произведений путем публичного исполнения». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2300032874

152 Приказ Министра культуры и информации Республики Казахстан от 20 октября 2025 года № 572-НҚ «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии». - https://adilet.zan.kz/rus/docs/G25JC000572

153 Хусаинова Ж.С., Асанова М.К., Бектлеева Д.Е., Абауова Г.М., Канкулов М.К. Институциональное обеспечение функционирования креативной экономики в Казахстане // Экономика и предпринимательство. – 2023. - № 8 (157). - С. 96-102. - https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54711403 - https://doi.org/10.34925/EIP.2023.157.8.013

154 UNESCO. Framework for Cultural Statistics (FCS). – Montreal: UNESCO Institute for Statistics, 2009. – 98 p.

155 Общий классификатор видов экономической деятельности (ОКЭД НК РК 03-2019). - https://uchet.kz/spravochnik/klassifikatory/462341/

156 Данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК - https://stat.gov.kz/ru/industries/economy

157 Данные с официального сайта Союза ремесленников Казахстана - https://crafts.kz/contracts.html

158 Наурзбаева А., Ибрагимов А. Современное казахстанское ремесло в

фокусе этносимволизма: методологические аспекты // Central Asian Journal of Art Studies, т. 7, № 2, 2022 г., с. 28–40, doi:10.47940/cajas.v7i2.575. https://cajas.kz/journal/article/view/575

159 Baipakov K., Kukashev R. Kazakhstan:Atlas of Central Asian artistic crafts and trades. – Volume 2. Tashkent: Publishing House of Medical literature after Abu Ali ibn Sino, 2001. – 161 p. ISBN 5-638-02172-8. https://unesco-iicas.org/ru/book/61

160 Шайгозова Ж. Н., Кульсариева С. П. Атлас «Ремесла современного Казахстана». – Алматы: КазНИИК, 2023. – 116 с. - https://artandcrafts.cultural.kz/wp-content/uploads/2023/05/atlas_a4_19.05.2023_razvorotami.pdf

161 База ремесленников Казахстана. Проект Министерства науки и высшего образования РК AP09259862 «Исследование традиционных ремесел современного Казахстана: состояние и поиск путей сохранения». - https://artandcrafts.cultural.kz/ru/

162 Болысбаев Д.С., Кунжигитова Г.Б., Сайнанов Б.С., Сахов А.С. Изобразительное искусство независимого Казахстана. // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2017. – № 4 (часть 3) – С. 591-593. https://applied-research.ru/ru/article/view?id=11521

163 Попова Н. О возможностях креативной индустрии рассказали казахстанские художники. - https://www.nur.kz/society/1936666-o-vozmozhnostyah-kreativnoy-industrii-rasskazali-kazahstanskie-hudozhniki/

164 Статистика культуры и искусства. – Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан - https://stat.gov.kz

165 Официальные отчёты о развитии сферы культуры - Министерство культуры и информации РК. - https://www.gov.kz/memleket/entities/mki/document

166 British Council. Creative Industries Mapping in Central Asia. –https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Central_Asia_Creative_Industries_Mapping_Report.pd

167 Список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО в Казахстане - https://ru.wikipedia.org/

168 Карта сакральных объектов Казахстана. https://total.kz/storage/38/38ad1d45991ebfa9012defcf990e77f1.jpg

169 Отчет по развитию отрасли информационных технологий в Республике-Казахстан – Association of digital transformation. – Астана, 2024.- 57 с.

170 Уровень цифровой грамотности населения. –Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК - https://stat.gov.kz/

171 Инновационная активность предприятий. - Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК - https://stat.gov.kz/

172 Ivankina L. I., Trubchenko T. G., Krukovac E. M., Shaidullina A.R., Shaftelskaya N. V. & Chernyak V. K. The Use of Information and Communication Technologies by Elderly People (Sociological Survey Data). In F. Casati, G. A. Barysheva, & W. Krieger (Eds.), Lifelong Wellbeing in the World - WELLSO 2016,

vol 19. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (pp. 235-242). Future Academy. https://doi.org/10.15405/epsbs.2017.01.32

173 Brenner Ph. S. (2020). Understanding Survey Methodology: Sociological Theory and Applications. / Springer International Publishing, 2020. – 356 p. https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-47256-6

174 Tukino (2023). Social Workers and The Elderly in The Era of Big Data: Innovative Strategies for Achieving Sustainable Development Goals. Journal of Law and Sustainable Development, 11(11), e2197. https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i11.2197 . https://ojs.journalsdg.org/jlss/article/view/2197

175 Gurieva L., & Dzhioev A. (2024). Increasing employment of the elderly population for sustainable demographic development of the region. E3S Web of Conferences, 474, 03016. Doi: 10.1051/e3sconf/202447403016. https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2024/04/e3sconf_icite2023_03016.pdf

176 Kutubaeva R.Zh. (2019) Analysis of life satisfaction of the elderly population on the example of Sweden, Austria and Germany. Population and Economics 3(3), 102-116. Doi: 10.3897/popecon.3.e47192. https://populationandeconomics.pensoft.net/article/47192/list/9/

177 Smoleva E. O. (2018) Barriers to labor market inclusion viewed by socially vulnerable populations (evidence from Northwestern Federal District). Monitoring of Public Opinion : Economic and Social Changes. No. 4. P. 351–368. https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.4.18.

178 Льготное кредитование для субъектов социального предпринимательства.
https://www.gov.kz/memleket/entities/economy/press/article/details/117577?lang=ru

179 Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана от 1 сентября 2022 года "Справедливое государство. Единая нация. Благополучное общество". https://adilet.zan.kz/rus/docs/K22002022_2

180 Микрокредитование молодежи. https://egov.kz/cms/ru/articles/Microcrediting_of_youth

181 Программа микрокредитования молодежи - https://agrocredit.kz/ru/main/our-activities/programs/#2037

182 Arts Council England. https://www.gov.uk/government/organisations/arts-council-england

183 Гольденцвайг Г.Д. Эволюция отношений музыкального экспорта и масс-медиа: взгляд из Швеции // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2009. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-otnosheniy-muzykalnogo-eksporta-i-massmedia-vzglyad-iz-shvetsii

184 Социальный проект "Қарызсыз қоғам". https://www.gov.kz/memleket/entities/karaganda-shet/press/news/details/779991?lang=r

185 Фонд поддержки кино и культуры «CinemArt». https://cinemart-fund.kz/

186 О недрах и недропользовании. Кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 2017 года № 125-VI ЗРК. https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1700000125

187 Кластерный фонд Парк инновационных технологий реорганизуют.

https://kapital.kz/tehnology/117993/klasternyy-fond-park-innovatsionnykh-tekhnologiy-reorganizuyut.html

188 Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Culture and Creative Industries. – https://www.oecd.org/cfe/leed/culture-creative-industries.htm

189 National Endowment for the Arts (NEA). Grants. – https://www.arts.gov/grants

190 UNESCO. Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries. – Paris: UNESCO, 2022. – https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373570

191 Canada Media Fund. – https://cmf-fmc.ca

192 Canada Council for the Arts. Funding Programs. – https://canadacouncil.ca/funding

193 Government of Canada. Creative Export Strategy. – https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/funding/creative-export-strategy.html

194 European Commission. Creative Europe Programme. –https://culture.ec.europa.eu/creative-europe

195 European Investment Fund. Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility. –https://www.eif.org/what_we_do/guarantees/cultural_creative_sectors/index.htm

196 European Commission. Cultural and Creative Industries. –https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/cultural-and-creative-industries_en

197 Khussainova Zh., Kankulov M., Assanova M.K., Petrova M., Zhartay Zh., Atabayeva A., BektleyevaD. The Potential of Youth and Older People's Inclusion in the Sustainable Development of the Creative Economy. // Sustainability (Switzerland). - 2024. - 16(10). – 4095. - https://www.mdpi.com/2071-1050/16/10/4095 - https://doi.org/10.3390/su16104095 – (Scopus, Q1, процентиль по CiteScore – 88).

198 Assanova M.K., Khussainova Zh.S., Kankulov M.K., Zhartay Zh.M., Bektleyeva D.Ye. The potential of youth and older people's participation in the development of creative industries in Kazakhstan and the directions of its activation // Вестник Карагандинского Университета. Серия Экономика. – 2024. - № 3 (115). – С. 6-21. - https://economy-vestnik.ksu.kz/index.php/economy-vestnik/issue/current - https://doi.org/10.31489/2024ec3/6-21 - (КОКНВО).

199 Хусаинова Ж.С., Асанова М.К., Канкулов М.К. Реперные точки воздействия потенциала молодежи на диапазон креативных индустрий // Issues of development of modern science and technology: Collection of articles XXV International Scientific and Practical Conference (Melbourne: ICSRD «Scientific View», 26 May 2023). - Melbourne. 2023. - С. 122-127. - https://drive.google.com/file/d/1WyWQQCgYXx6oA-xFpxawaikdPHBz5Wk9v/view?pli=1

200 Khussainova Zh.S., Assanova M.K., Kankulov M.K. Stimulating the development of creative industries by harnessing the creative potential of young people // Synergy of science and dusiness in the post-war restoration of Kherson region: Collection of materials of the International scientific and practical Conference (Kherson, April 26-28 2023). - Kherson: KNTU, KSAEU, KSMA, KCCI, 2023. -С. 399-404. -

http://kntu.net.ua/index.php/ukr/Nauka/Konferenciyi-ta-naukovo-tehnichni-zahodi/Mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferenciya-SINERGIIYA-NAUKI-II-BIIZNESU-U-POVOIENNOMU-VIIDNOVLENNII-HERSONSCHINI/MATE-RIIALI-KONFERENCIIYI

201 Канкулов М.К., Хусаинова Ж.С., Абауова Г.М., Гордеева Е.А., Еремина С.Ф. Қазақстандағы креативті экономиканы дамыту перспективалары // Сборник материалов международной научно-практической конференции «Цифровая экономика: новая архитектоника бизнеса и трансформация компетенций». - Қарағанды: «Акад. Е.А. Бөкетов ат. Қарағанды ун-ті» КЕАҚ баспасы, 2022. - С.77-80.

ПРИЛОЖЕНИЕ А



Рисунок А.1 – Микрофундаменты кластеризации креативных индустрий по Дж. Кортрайту

Примечание – Составлено автором по источнику [92].

Таблица А.1 – Исторические предпосылки формирования креативных кластеров по Р. Флориде

Период	Изменения в характере производства	Формируемые свойства локализации креативной деятельности
Древность	Возникновение земледелия, ремесленничества	Более плотное заселение людей, административное устройство общества, разделение труда
Средневековье	Развитие земледелия, ремесленничества	Объединение ремесленников в гильдии, сосредоточение их на определенных улицах и кварталах, формирование общественных структур, упорядочивание процессов подготовки подмастерьев, найма
Мануфактурный капитализм	Возникновение капитализма, мануфактур	Концентрация специализированного труда людей
Машинный капитализм	Массовое производство продукции	Рост спроса на изобретения и научные открытия, разделение городов на территории и районы, специализация университетов
Постиндустриальная (информационная) экономика	Автоматизация и компьютеризация производства, ресурсосберегающие технологии	Высококвалифицированные специалисты, активизация творческих способностей человека, поворот от корпораций к «креативным предприятиям»
Примечание – Составлено автором по источнику [95].		

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Этапы нормативно-правового регулирования креативных индустрий вв Казахстане

Этап	Период	Нормативная база (в хронологическом порядке)	Характеристика этапа
1	2	3	4
I этап – формирование базовых правовых институтов регулирования интеллектуальной и творческой деятельности	1994-2009 гг.	Гражданский кодекс РК (Общая часть) от 27.12.994 г. [116]; Закон РК от 10.06.1996 г. № 6 «Об авторском праве и смежных правах» [117]; Гражданский кодекс РК (Особенная часть) от 01.07.1999 г. [118]; Патентный закон РК от 16.07.1999 г. [119]; Концепция развития ремесленничества в РК от 11.07.2000 г. [120]; Закон РК от 19.12.2003 г. «О рекламе» [121]; Закон РК от 15.12.2006 г. «О культуре» [122]; Закон РК «О бухгалтерском учёте и финансовой отчётности» от 28.02.2007 г. [123]; Приказ и.о. Министра культуры и информации РК от 25.05.2007 г. «Об утверждении Правил формирования, сохранения и использования библиотечных фондов» [124]; Бюджетный кодекс РК от 04.12.2008 г. [125]	Формирование базовых правовых институтов регулирования интеллектуальной и творческой деятельности. Креативные индустрии не выделяются как самостоятельный объект и функционируют в рамках культурной политики, системы охраны интеллектуальной собственности и отдельных отраслевых сегментов (реклама, издательская деятельность). Экономические механизмы оборота креативного продукта отсутствуют.
II этап – институциональная интеграция креативной деятельности в экономику	2010-2015 гг.	Закон РК от 18.02.2011 г. «О науке» [126]; Постановление Правительства РК от 11.10.2013 г. «Об утверждении Концепции формирования перспективных национальных кластеров РК до 2020 г.» [127]; Кодекс РК об административных правонарушениях от 05.07.2014 г. [128]; Закон РК «О разрешениях и уведомлениях» от 16.05.2014 г. [129]; Концепция культурной политики РК от 04.11.2014 г. [130]; Приказ Министра культуры и спорта РК от 26.01.2015 г. «Об утверждении Правил оказания платных видов деятельности по реализации товаров (работ, услуг) государственными библиотеками, государственными музеями и музеями-заповедниками …» [131]; Предпринимательский кодекс РК от 29 .10.2015 г. [132]; Гражданский процессуальный кодекс РК от 31.10.2015 г. [133]; Закон РК «О коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности» от 31.10.2015 г. [134]; Закон РК «О благотворительности» от 16.11.2015 г. [135]; Закон РК «Об информатизации» от 24.11.2015 г. [136]; Постановление Правительства РК от 31.12. 2015 г. «О некоторых вопросах оплаты труда работников организаций, содержащихся за счёт средств государственного бюджета» [137]	Креативная деятельность начинает включаться в экономические и инновационные процессы через механизмы предпринимательства, науки и коммерциализации. Формируется институциональная база для участия креативного сектора в экономике, однако он не выделяется как самостоятельный объект регулирования и продолжает развиваться фрагментарно в рамках различных отраслевых политик.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3	4
III этап –функциональная дифференциация и цифровизация креативного сектора	2016-2020 гг.	Закон РК «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» от 14.01.2016 г. [138]; Кодекс РК «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» от 25.12.2017 г. [139]; Кодекс РК «О таможенном регулировании в Республике Казахстан» от 26.12.2017 г. [140]; Совместный приказ Министра по инвестициям и развитию РК и Министра образования и науки РК от 31.05.2018 г. «Об утверждении Правил финансирования научно-исследовательских, научно-технических и (или) опытно-конструкторских работ» [141]; Закон РК от 03.01.2019 г. «О кинематографии» [142]; Закон РК от 26 .12.2019 г. «Об охране и использовании объектов историко-культурного наследия» [143]	Углубляется дифференциация регулирования креативной деятельности по отдельным сегментам (аудиовизуальный сектор, культурное наследие, научно-техническая деятельность), усиливается влияние цифровизации и глобализации. При этом сохраняется разрыв между фактической структурой креативной экономики и её институциональным оформлением, а регулирование остаётся отраслевым и несогласованным.
IV этап – институциональное оформление креативных индустрий	2021 г.-н.в.	Постановление Правительства РК от 12.10.2021 г. «Об утверждении национального проекта «Ұлттық рухани жаңғыру» [144]; Приказ Министра культуры и спорта РК от 28.04.2021 г. «Об утверждении Правил размещения государственного творческого заказа…» [145]; Концепция развития креативных индустрий на 2021–2025 годы [146]; Закон РК от 27.12.2021 г. «О промышленной политике» [147]; Концепция развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы [148]; Постановление Правительства РК от 06.06.2023 г. «Об утверждении критериев отнесения субъектов частного предпринимательства к субъектам креативных индустрий» [149]; Постановление Правительства РК от 06.06.2023 г. «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии» [150]; Приказ Министра юстиции РК от 22.06.2023 г. «Об утверждении минимальных ставок авторского вознаграждения за использование произведений путем публичного исполнения» [151]; Приказ Министра культуры и информации РК от 20.10.2025 г. «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии» [152]	Происходит институциональное признание креативных индустрий как самостоятельного объекта государственной политики, формируются критерии их идентификации, перечни видов деятельности и инструменты поддержки. Креативные индустрии интегрируются в стратегическую повестку экономического развития, однако институциональная модель остаётся несбалансированной и не обеспечивает полного охвата и согласованности механизмов регулирования.

Примечание – Составлено автором по источникам [116-152].

Таблица Б.2 – Структура институционального обеспечения креативных индустрий в Казахстане

Уровень институционального регулирования	Нормативная база	Содержание регулирования	Выявленные институциональные ограничения
1	2	3	4
1. Базовый правовой контур	Гражданский кодекс РК (Общая часть) от 27.12.994 г. [116]; Гражданский кодекс РК (Особенная часть) от 01.07.1999 г. [118]; Кодекс РК об административных правонарушениях от 05.07.2014 г. [128]; Гражданский процессуальный кодекс РК от 31.10.2015 г. [133]; Кодекс РК «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» от 25.12.2017 г. [139]; Кодекс РК «О таможенном регулировании в Республике Казахстан» от 26.12.2017 г. [140]; Бюджетный кодекс РК от 04.12.2008 г. [125]	Формирует универсальные условия функционирования субъектов креативных индустрий (право собственности, налогообложение, судебная защита, внешнеэкономическая деятельность)	Игнорирование специфики нематериальных активов и креативного продукта; неадаптированность к проектной и гибкой занятости
2. Интеллектуальная собственность и креативный продукт	Закон РК от 10.06.1996 г. № 6 «Об авторском праве и смежных правах» [117]; Патентный закон РК от 16.07.1999 г. [119]; Приказ Министра юстиции РК от 22.06.2023 г. «Об утверждении минимальных ставок авторского вознаграждения за использование произведений путем публичного исполнения» [151]	Регулирует создание, использование и защиту результатов творческой деятельности	Разрыв между правовой охраной и коммерциализацией; ограниченно охватывает современные цифровые форматы и механизмы их коммерциализации
3. Культурно-отраслевой контур	Закон РК от 15.12.2006 г. «О культуре» [122]; Закон РК от 03.01.2019 г. «О кинематографии» [142]; Закон РК от 26 .12.2019 г. «Об охране и использовании объектов историко-культурного наследия» [143]; Приказ и.о. Министра культуры и информации РК от 25.05.2007 г. «Об утверждении Правил формирования, сохранения и использования библиотечных фондов» [124]; Приказ Министра культуры и спорта РК от 26.01.2015 г. «Об утверждении Правил оказания платных видов деятельности по реализации товаров (работ, услуг) государственными библиотеками, государственными музеями и музеями-заповедниками …» [131]	Регулирует традиционные сегменты креативных индустрий (культура, кино, наследие)	Доминирование административно-бюджетной модели; слабая коммерциализация; административная регламентация

Продолжение таблицы Б.2

1	2	3	4
4. Медийно-рекламный сегмент	Закон РК от 19.12.2003 г. «О рекламе» [121]	Охватывает отдельный сегмент креативной экономики	Изолированность от общей системы креативных индустрий; отсутствие интеграции с цифровыми платформами
5. Научно-инновационный и коммерциализационный контур	Закон РК от 18.02.2011 г. «О науке» [126]; Закон РК «О коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности» от 31.10.2015 г. [134]; Совместный приказ Министра по инвестициям и развитию РК и Министра образования и науки РК от 31.05.2018 г. «Об утверждении Правил финансирования научно-исследовательских, научно-технических и (или) опытно-конструкторских работ» [141]	Формирует механизмы трансфера знаний и инноваций	Слабая связь с креативным сектором; ограниченная применимость к символической продукции
6. Предпринимательская и институционализация субъектов	Закон РК «О разрешениях и уведомлениях» от 16.05.2014 г. [129]; Предпринимательский кодекс РК от 29 .10.2015 г. [132]	Определяет условия функционирования субъектов креативных индустри	Не учитывает специфику гибких форм занятости (в т.ч. фриланс, платформенная занятость и др.), институциональная невидимостькреативных индустрий
7. Цифровая среда	Закон РК «Об информатизации» от 24.11.2015 г. [136]	Создаёт основу для развития цифровых креативных индустрий	Не закреплены цифровые формы креативной деятельност
8. Финансово-экономическое регулирование	Закон РК «О бухгалтерском учёте и финансовой отчётности» от 28.02.2007 г. [123]; Закон РК «О благотворительности» от 16.11.2015 г. [135]; Закон РК «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» от 14.01.2016 г. [138]; Постановление Правительства РК от 31.12. 2015 г. «О некоторых вопросах оплаты труда работников организаций, содержащихся за счёт средств государственного бюджета» [137]	Регулирует финансовые и ресурсные аспекты функционирования	Неадаптированность к нематериальным активам; ограниченные инструменты финансирования

Продолжение таблицы Б.2

1	2	3	4
9. Стратегический уровень	Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства, утверждённая Посланием Президента РК народу Казахстана от 14 декабря 2012 года [130]; Концепция культурной политики РК, утверждённая Указом Президента РК от 04.11.2014 г. [130]; Концепция развития ремесленничества в Республике Казахстан, утверждённая постановлением Правительства РК от 11.07.2000 г. [120]; Постановление Правительства РК от 11.10.2013 г. «Об утверждении Концепции формирования перспективных национальных кластеров РК до 2020 г.» [127]; Концепция развития креативных индустрий на 2021–2025 годы [146]; Концепция развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы [148]	Определяет стратегические ориентиры развития креативных индустрий	Декларативность; отсутствие инструментальной детализации
10. Специализированный контур креативных индустрий	Постановление Правительства РК от 12.10.2021 г. «Об утверждении национального проекта «Ұлттық рухани жаңғыру» [144]; Приказ Министра культуры и спорта РК от 28.04.2021 г. «Об утверждении Правил размещения государственного творческого заказа…» [145]; Закон РК от 27.12.2021 г. «О промышленной политике» [147]; Постановление Правительства РК от 06.06.2023 г. «Об утверждении критериев отнесения субъектов частного предпринимательства к субъектам креативных индустрий» [149]; Постановление Правительства РК от 06.06.2023 г. «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии» [150]; Приказ Министра культуры и информации РК от 20.10.2025 г. «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии» [152]	Формирует институциональное ядро регулирования креативных индустрий, включая критерии, перечни и инструменты поддержки	Неполный охват КИ; несогласованность критериев и инструментов

Примечание – Составлено автором по источникам [116-152].

Таблица Б.3 – Институциональные субъекты и инструменты поддержки креативных индустрий в Казахстане

Институциональный контур	Основные субъекты регулирования и поддержки креативных индустрий (с распределением функций)	Ключевые инструменты	Выявленные институциональные ограничения
1	2	3	4
Нормативно-правовой (идентификационный)	МКИ РК (формирование отраслевой политики и разработка перечня КИ); МНЭ РК (разработка и ведение классификаторов ОКЭД); МЮ РК (нормативно-правовое закрепление критериев и перечней); НПП «Атамекен» (экспертная оценка и представление интересов бизнеса)	Перечни видов экономической деятельности, критерии отнесения субъектов к КИ	Селективные институциональные ограничения, т.е. исключение гибких, проектных и цифровых форм занятости из формализованных критериев и перечней, что приводит к разрыву между фактической и статистически учитываемой структурой КИ
Финансово-экономический	МНЭ РК (формирование политики поддержки МСП); Министерство финансов РК (бюджетное финансирование и налоговая политика); МКИ РК (отраслевые меры поддержки КИ); АО «ФРП «Даму»» (оператор программ финансирования МСП); АО «ККМ» (привлечение и управление инвестициями); МФЦА (создание инвестиционной инфраструктуры и привлечение международного капитала); НПП «Атамекен» (сопровождение бизнеса); МИО (региональные программы поддержки)	Субсидии, гранты, микрокредитование, гарантирование, венчурное и квазигосударственное финансирование	Финансово-экономические институциональные ограничения, проявляющиеся в несоответствии инструментов финансирования специфике креативной экономики и ограниченном доступе к ресурсам для проектов с высокой долей нематериальной стоимости
Интеллектуальная собственность	МЮ РК (регулирование системы охраны прав интеллектуальной собственности); МКИ РК (отраслевое регулирование творческой деятельности); правообладатели (создание и использование объектов ИС); организации по коллективному управлению правами (администрирование прав и сбор вознаграждений)	Авторское право, патентование, лицензирование, механизмы управления правами	Инновационно-коммерциализационные институциональные ограничения, заключающиеся в разрыве между правовой охраной результатов креативной деятельности и механизмами их экономической реализации, сопровождающийся высокими трансакционными издержками

Продолжение таблицы Б.3

1	2	3	4
Образовательно-кадровый	МНВО РК (формирование образовательной политики и программ); МКИ РК (развитие творческих компетенций); образовательные организации (подготовка специалистов); МИО (региональные программы занятости и образования); МРЦ (поддержка и вовлечение молодёжи)	Образовательные программы, государственные гранты, подготовка и переподготовка кадров	Кадровые институциональные ограничения, выражающиеся в несоответствии формального образования требованиям креативной экономики и недоучёте неформальных, проектных и междисциплинарных компетенций
Iнфраструктурно-информационный	МКИ РК (развитие инфраструктуры КИ и продвижение отрасли); МЦРИАП РК (цифровая инфраструктура и платформенные решения); МТИ РК (поддержка экспорта); АО «QazTrade» (продвижение на внешние рынки); АО «НИТ» (развитие цифровых сервисов); МИО (региональная инфраструктура и поддержка)	Консультационная поддержка, цифровая инфраструктура, инструменты продвижения и экспорта	Инфраструктурные институциональные ограничения, проявляющиеся в фрагментарности сервисов поддержки, слабой интеграции цепочек создания стоимости и ограниченном доступе субъектов КИ к внутренним и внешним рынкам
Стратегический (координационный)	МНЭ РК (экономическая политика и прогнозирование); МКИ РК (отраслевая политика КИ); АСПиР РК (координация стратегического планирования); БНС АСПиР РК (сбор и анализ данных); профильные министерства (реализация отраслевых направлений)	Государственные программы, концепции, стратегические документы, статистика и мониторинг	Координационные институциональные ограничения, заключающиеся в отсутствии единого центра управления развитием креативных индустрий, несогласованности стратегических документов, а также статистической неполноте и фрагментарности данных по КИ
Пространственно-кластерный	МКИ РК (инициирование и развитие креативных хабов); МНВО РК (интеграция КИ в образовательные и научно-инновационные экосистемы); МФЦА (поддержка инвестиционных проектов); НПП «Атамекен» (сопровождение кластерных инициатив); МИО (реализация региональной политики и развитие инфраструктуры)	Креативные хабы, кластеры, региональные программы развития	Пространственно-экосистемные институциональные ограничения, выражающиеся в территориальной неравномерности развития, слабой интеграции КИ в региональные инновационные экосистемы и ограниченной масштабируемости

Продолжение таблицы Б.3

1	2	3	4
Цифровой	МЦРИАП РК (развитие цифровой экономики и платформ); МКИ РК (регулирование цифровых КИ и контента); IT-компании и платформенные операторы (создание и распространение цифрового контента)	Онлайн-платформы, цифровые сервисы, производство и распространение цифрового контента	Цифровые институциональные ограничения, проявляющиеся в отсутствии чёткой институционализации цифровых КИ и размытости границ между IT-сектором и креативной экономикой
Социально-трудовой	МТСЗН РК (регулирование занятости и социальной защиты); МНЭ РК (налоговые режимы и предпринимательство); занятые, самозанятые и фрилансеры (основные участники гибкой занятости) в креативном секторе	Регистрация занятости, налоговые режимы, формы занятости и социальной защиты	Социально-трудовые институциональные ограничения, выражающиеся в несоответствии формальных требований регулирования гибким моделям занятости и институциональной невидимости значительной части работников КИ
Примечание – Составлено автором			

ПРИЛОЖЕНИЕ В



Рисунок В.1 - Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО в Казахстане

Примечание – Источник [167]



Рисунок В.2 - Карта сакральных объектов Казахстана

Примечание – Источник [168]

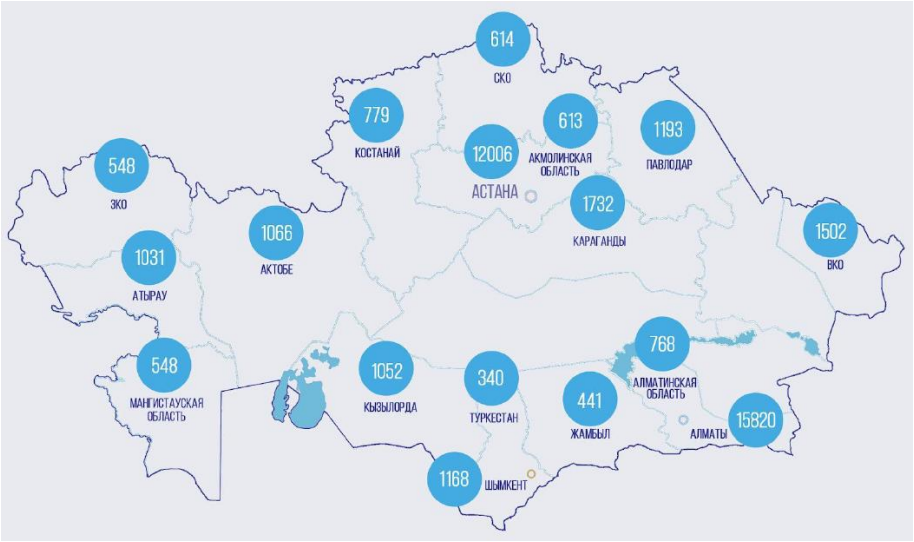


Рисунок В.3 - Численность ИКТ-специалистов в разрезе регионов в 2024 г., человек

Примечание – Источник [169].

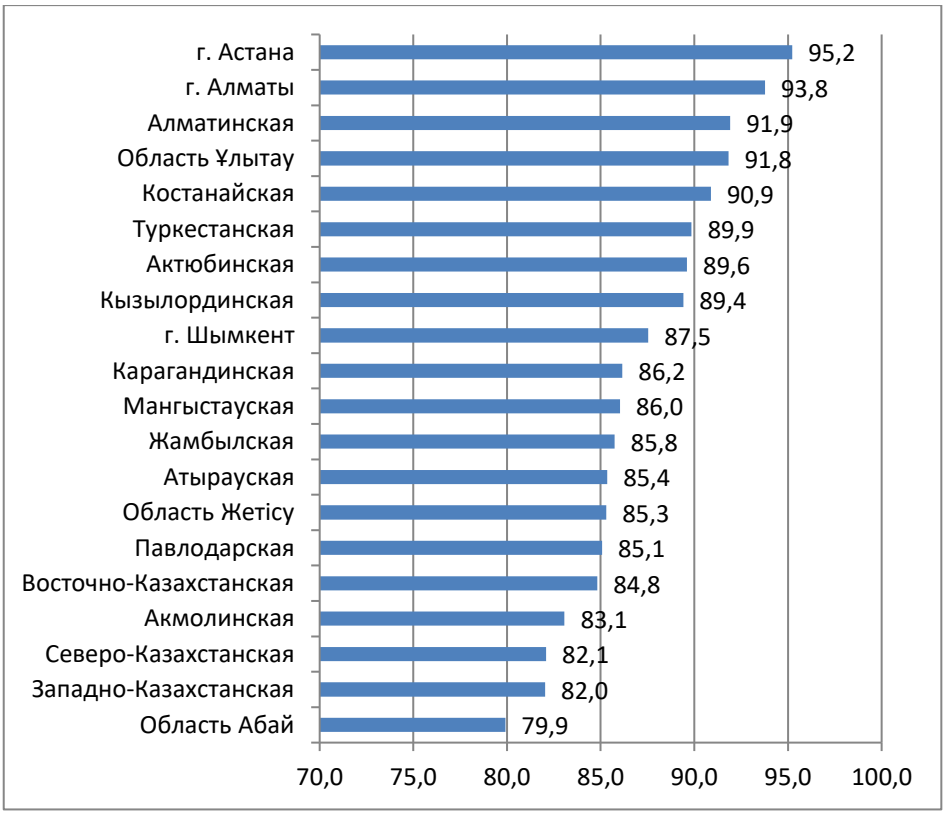


Рисунок В.4 - Уровень цифровой грамотности населения в возрасте 6-74 лет по регионам Казахстана в 2024 г., %

Примечание – Составлено автором по источнику [170].

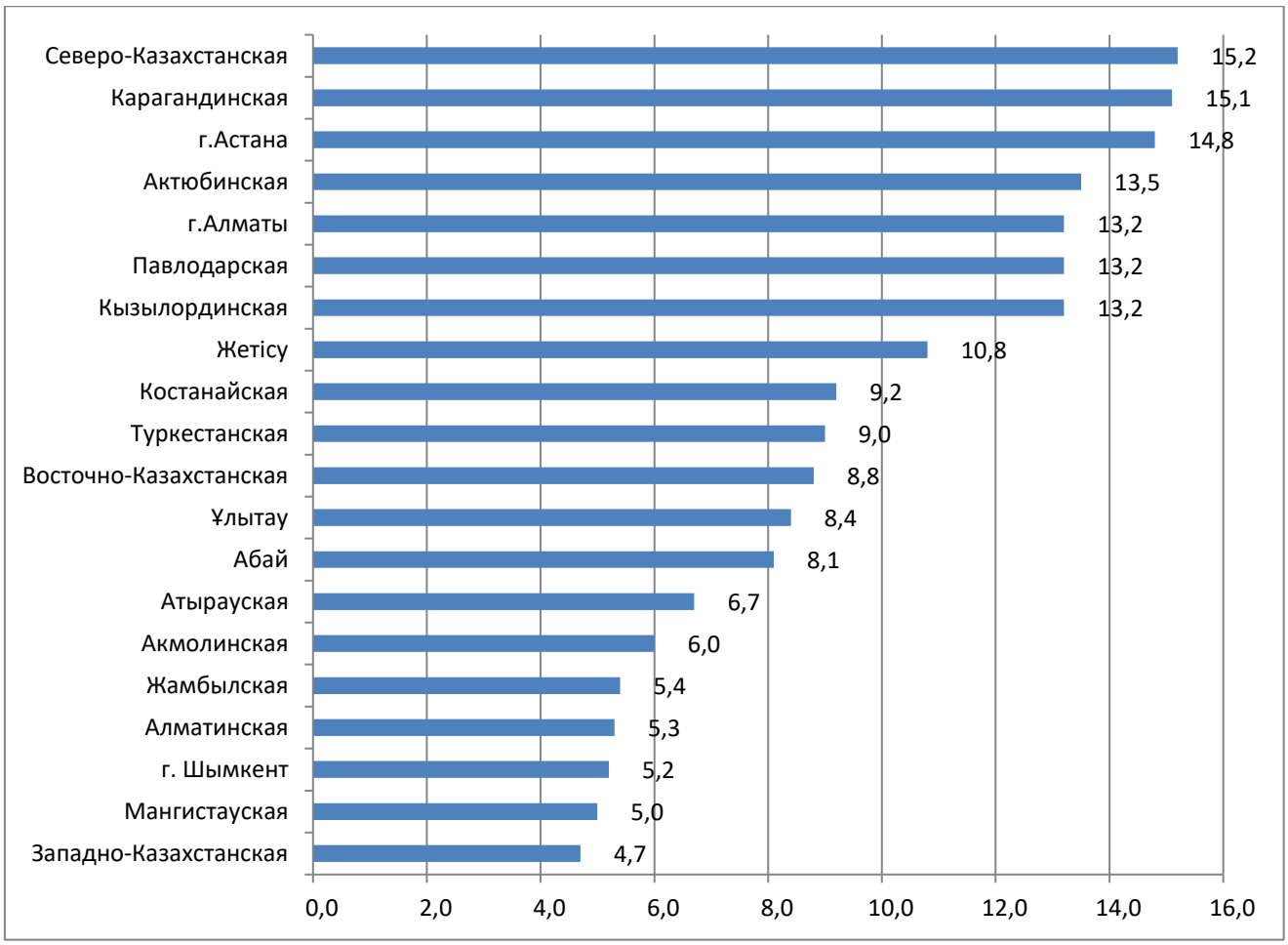


Рисунок В.5 - Уровень инновационной активности предприятий по регионам Казахстана в 2024 году, %

Примечание – Составлено автором по источнику [171]

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

АНКЕТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА

ПЕРВАЯ ФОКУС-ГРУППА – <u>молодежь (14-35 лет)</u>

Уважаемый респондент, просим Вас принять участие в социологическом опросе на тему «Инклюзия потенциала молодежи и пожилых людей в развитие креативных отраслей экономики Республики Казахстан», тем самым внеся свой вклад в исследование данной проблемы.

*<u>Справочно</u>: Отрасли **креативной экономики** основаны на использовании умственного и творческого потенциала людей и объединяют: культурные индустрии (искусство, мода, ремесла, архитектура, дизайн, музыка и т.д.), индустрии в области информационных технологий, инновационно-изобретательскую и научно-исследовательскую деятельность.*

1 часть

1. Каков Ваш возраст?
1) 14-18 лет
2) 19-23 лет
3) 24-28 лет
4) 28-35 лет

2. Что наиболее верно описывает Вашу деятельность?
1) собственник креативного бизнеса
2) менеджер (руководящая должность) креативных индустрий и кластеров
3) наемный работник в креативных индустриях
4) представитель государственных органов
5) получаю образование по креативной специальности
6) получаю образование по другим специальностям (некреативным)
7) работаю в сфере, не относящейся к креативным отраслям
8) безработный (-ая)
9) другое (напишите)
_____

3. В каком городе Вы проживаете:
1) Астана
2) Алматы
3) Шымкент
4) Караганда
5) другой город
6) я живу не в городской местности

4. Оцените состояние креативной экономики в Казахстане по нижеследующим вопросам. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: **1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.***

Состояние сектора креативной экономики в Казахстане	1	2	3	4	5
Оцените общее состояние и степень развития отраслей креативной экономики Казахстана?					
Насколько значимый вклад вносит креативный сектор для национальной экономики Казахстана?					
Какова степень решённости проблем креативной экономики Казахстана?					
Оцените перспективы развития креативной экономики в нашей стране?					
Насколько креативный сектор экономики решает проблемы занятости и безработицы в Казахстане?					
Насколько значимый вклад вносит креативный сектор экономики для экспортного потенциала страны?					

5. Оцените потенцнал участня молодежи (14-35 лет) в креативной экономике Казахстана по нижеследующим вопросам. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Потенцнал участня молодежи в креативной экономике	1	2	3	4	5
Молодежь является потребителем креативных товаров и услуг					
Молодежь является производителем креативных товаров и услуг					
Оцените степень использования потенциала молодежи в креативном секторе					

6. Оцените потенцнал участня пожилых людей (от 60 лет и старше) в креативной экономике Казахстана по нижеследующим вопросам. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Потенцнал участня пожилых в креативной экономике	1	2	3	4	5
Пожилые люди являются потребителями креативных товаров и услуг					
Пожилые люди являются производителями креативных товаров и услуг					
Оцените степень использования потенциала пожилых людей в креативном секторе Казахстана					

7. Оцените, насколько ограничивающие факторы и барьеры задерживают развитие креативных отраслей Казахстана. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Значимость ограничивающих факторов и барьеров в задержке развития креативных отраслей Казахстана	1	2	3	4	5
Недостаток финансовых средств					
Недоработки в нормативно-правовой базе					
Организационно-инфраструктурные ограничения					
Образовательно-информационные ограничения					

8. Оцените эффективность мер поддержки государством креативной экономики в Казахстане. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Оценка эффективности мер государственной поддержки развития креативного сектора	1	2	3	4	5
Финансовая поддержка					
Нормативно-правовая база					
Образовательно-информационная поддержка					
Организационно-инфраструктурная поддержка					

9. Оцените степень развитости сотрудничества и коллаборации в креативном кластере Казахстана? *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Оценка степени развитости сотрудничества и коллаборации в креативном кластере	1	2	3	4	5
Внутри креативных индустрий					
С учреждениями образования					
С государственными органами					
С ассоциациями креативных индустрий и общественными объединениями					
Межпоколенческое сотрудничество в креативных индустриях					

2 часть

1. Связана ли Ваша текущая трудовая деятельность с креативными индустриями?

1) Да, уже имею свой креативный бизнес
2) Да, работаю в креативных индустриях в качестве наемного работника
3) Нет, но хотел бы открыть свой креативный бизнес
3) Нет, но хотел бы работать в креативных индустриях в качестве наемного работника
4) Нет

2. Посещали ли Вы мероприятия по обучению креативным навыкам?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

3. Видите ли Вы свое дальнейшее профессиональное будущее в креативных индустриях?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

4. У Вас есть навыки или опыт, связанные с креативными индустриями?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

5. Вы являетесь потребителем товаров и услуг креативных индустрий?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

6. Вы участвуете в производстве товаров и услуг креативных индустрий?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

7. Хотите ли Вы получить дополнительное образование (в том числе обучающие курсы) для получения компетенций для работы в креативных индустриях?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

8. Является ли Ваш город комфортным для творческой деятельности?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

9. Являетесь ли Вы регулярным посетителем креативных пространств: мастерских, коворкинг-зон, лабораторий, музыкальных или арт-студий, концертных площадок, музеев, библиотек, театров и т.д.?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

10. Являетесь ли Вы мобильным в плане смены места проживания?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

11. Предпочитаете ли Вы творческие виды досуга?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

12. Оказывают ли поддержку развитию креативным индустриям государственные органы?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

13. Оказывают ли поддержку развитию креативным индустриям креативные ассоциации, объединения творческих предпринимателей?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

14. Есть ли среди перечисленных сфер те, в которых Вам хотелось бы работать (или уже работаете)? *При ответе на данный вопрос можно выбрать несколько вариантов ответов.*
1) Компьютерные игры
2) Компьютерная графика и анимация
3) Музыка и саунд-дизайн
4) Дизайн, включая графический и промышленный дизайн
5) Мода
6) Исследования и разработки
7) Детские игры и игрушки
8) Разработка программного обеспечения, IT
9) Медиа, журналистика, реклама, ТВ-, радио- и интернет-вещание
10) Производство кино и иной видеопродукции
11) Изобразительное, визуальные искусства
12) Литературная и издательская деятельность
13) Гастрономия
14) Образование в креативных индустриях
15) Архитектура, урбанистика и организация общественных пространств
16) Ремесло, рукоделие
17) Исполнительские искусства, театр и фестивальная деятельность
18) Ни в одной из перечисленных сфер мне не хотелось бы работать

Ваши предложения по дальнейшему развитию креативной экономики Казахстана:_____
_____

Благодарим за участие в исследовании!

ВТОРАЯ ФОКУС-ГРУППА –
пожилые люди (от 60 лет и старше)

Уважаемый респондент, просим Вас принять участие в социологическом опросе на тему «Инклюзия потенциала молодежи и пожилых людей в развитие креативных отраслей экономики Республики Казахстан», тем самым внеся свой вклад в исследование данной проблемы.

*Справочно: Отрасли **креативной экономики** основаны на использовании умственного и творческого потенциала людей и объединяют: культурные индустрии (искусство, мода, ремесла, архитектура, дизайн, музыка и т.д.), индустрии в области информационных технологий, инновационно-изобретательскую и научно-исследовательскую деятельность.*

1 часть

1. Каков Ваш возраст?
1) 60-65 лет
2) 66-70 лет
3) 71-75 лет
4) 76 лет и старше

2. Что наиболее верно описывает Вашу деятельность?
1) собственник креативного бизнеса
2) менеджер (руководящая должность) креативных индустрий и кластеров
3) наемный работник в креативных индустриях
4) представитель государственных органов
5) получаю образование по креативной специальности
6) получаю образование по другим специальностям (некреативным)
7) работаю в сфере, не относящейся к креативным отраслям
7) пенсионер
8) другое (напишите) _____

3. В каком городе Вы проживаете:
1) Астана
2) Алматы
3) Шымкент
4) Караганда
5) другой город
6) я живу не в городской местности

4. Оцените состояние креативной экономики в Казахстане по нижеследующим вопросам. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: **1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.***

Состояние сектора креативной экономики в Казахстане	1	2	3	4	5
Оцените общее состояние и степень развития отраслей креативной экономики Казахстана?					
Насколько значимый вклад вносит креативный сектор для национальной экономики Казахстана?					
Какова степень решённости проблем креативной экономики Казахстана?					
Оцените перспективы развития креативной экономики в нашей стране?					
Насколько креативный сектор экономики решает проблемы занятости и безработицы в Казахстане?					
Насколько значимый вклад вносит креативный сектор экономики для экспортного потенциала страны?					

5. Оцените потенциал участия молодежи (14-35 лет) в креативной экономике Казахстана по нижеследующим вопросам. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: **1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.***

Потенциал участия молодежи в креативной экономике	1	2	3	4	5
Молодежь является потребителем креативных товаров и услуг					
Молодежь является производителем креативных товаров и услуг					

3. Видите ли Вы свое дальнейшее профессиональное будущее в креативных индустриях?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

4. У Вас есть навыки или опыт, связанные с креативными индустриями?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

5. Вы являетесь потребителем товаров и услуг креативных индустрий?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

6. Вы участвуете в производстве товаров и услуг креативных индустрий?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

7. Хотите ли Вы получить дополнительное образование (в том числе обучающие курсы) для получения компетенций для работы в креативных индустриях?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

8. Является ли Ваш город комфортным для творческой деятельности?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

9. Являетесь ли Вы регулярным посетителем креативных пространств: мастерских, коворкинг-зон, лабораторий, музыкальных или арт-студий, концертных площадок, музеев, библиотек, театров и т.д.?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

10. Являетесь ли Вы мобильным в плане смены места проживания?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

11. Предпочитаете ли Вы творческие виды досуга?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

12. Оказывают ли поддержку развитию креативным индустриям государственные органы?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

13. Оказывают ли поддержку развитию креативным индустриям креативные ассоциации, объединения творческих предпринимателей?

1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

14. Есть ли среди перечисленных сфер те, в которых Вам хотелось бы работать (или уже работаете)? *При ответе на данный вопрос можно выбрать несколько вариантов ответов.*

1) Компьютерные игры
2) Компьютерная графика и анимация
3) Музыка и саунд-дизайн
4) Дизайн, включая графический и промышленный дизайн
5) Мода
6) Исследования и разработки
7) Детские игры и игрушки
8) Разработка программного обеспечения, IT
9) Медиа, журналистика, реклама, ТВ-, радио- и интернет-вещание
10) Производство кино и иной видеопродукции
11) Изобразительное, визуальные искусства
12) Литературная и издательская деятельность
13) Гастрономия
14) Образование в креативных индустриях
15) Архитектура, урбанистика и организация общественных пространств
16) Ремесло, рукоделие
17) Исполнительские искусства, театр и фестивальная деятельность
18) Ни в одной из перечисленных сфер мне не хотелось бы работать

Ваши предложения по дальнейшему развитию креативной экономики Казахстана:_____
_____

Благодарим за участие в исследовании!

ТРЕТЬЯ ФОКУС-ГРУППА –
представители ассоциаций креативных индустрий

Уважаемый респондент, просим Вас принять участие в социологическом опросе на тему «Инклюзия потенциала молодежи и пожилых людей в развитие креативных отраслей экономики Республики Казахстан», тем самым внеся свой вклад в исследование данной проблемы.

Справочно: Отрасли креативной экономики основаны на использовании умственного и творческого потенциала людей и объединяют: культурные индустрии (искусство, мода, ремесла, архитектура, дизайн, музыка и т.д.), индустрии в области информационных технологий, инновационно-изобретательскую и научно-исследовательскую деятельность.

1 часть

1. Что наиболее верно описывает Вашу деятельность?
1) собственник креативного бизнеса
2) менеджер (руководящая должность) креативных индустрий и кластеров
3) наемный работник в креативных индустриях
4) другое (напишите) _____

2. В каком городе Вы проживаете:
1) Астана
2) Алматы
3) Шымкент
4) Караганда
5) другой город
5) я живу не в городской местности

3. В какой сфере креативной экономики Вы работаете? *При ответе на данный вопрос можно выбрать несколько вариантов ответов.*
1) Компьютерные игры
2) Компьютерная графика и анимация
3) Музыка и саунд-дизайн
4) Дизайн, включая графический и промышленный дизайн
5) Мода
6) Исследования и разработки
7) Детские игры и игрушки
8) Разработка программного обеспечения, IT
9) Медиа, журналистика, реклама, ТВ-, радио- и интернет-вещание
10) Производство кино и иной видеопродукции
11) Изобразительное, визуальные искусства
12) Литературная и издательская деятельность
13) Гастрономия
14) Образование в креативных индустриях
15) Архитектура, урбанистика и организация общественных пространств
16) Ремесло, рукоделие
17) Исполнительские искусства, театр и фестивальная деятельность
18) Ни в одной из перечисленных сфер мне не хотелось бы работать

4. Оцените состояние креативной экономики в Казахстане по нижеследующим вопросам. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Состояние сектора креативной экономики в Казахстане	1	2	3	4	5
Оцените общее состояние и степень развития отраслей креативной экономики Казахстана?					
Насколько значимый вклад вносит креативный сектор для национальной экономики Казахстана?					
Какова степень решённости проблем креативной экономики Казахстана?					
Оцените перспективы развития креативной экономики в нашей стране?					
Насколько креативный сектор экономики решает проблемы занятости и безработицы в Казахстане?					

5. Оцените потенцнал участня молодежи (14-35 лет) в креативной экономике Казахстана по нижеследующим вопросам. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Потенцнал участня молодежи в креативной экономике	1	2	3	4	5
Молодежь является потребителем креативных товаров и услуг					
Молодежь является производителем креативных товаров и услуг					
Оцените степень использования потенциала молодежи в креативном секторе					

6. Оцените потенцнал участня пожилых людей (от 60 лет и старше) в креативной экономике Казахстана по нижеследующим вопросам. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Потенцнал участня пожилых в креативной экономике	1	2	3	4	5
Пожилые люди являются потребителями креативных товаров и услуг					
Пожилые люди являются производителями креативных товаров и услуг					
Оцените степень использования потенциала пожилых людей в креативном секторе Казахстана					

7. Оценнте, насколько ограничнвающне факторы и барьеры задержнвают развнтне креатнвных отраслей Казахстана. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Значнмость ограничнвающнх факторов н барьеров в задержке развнтня креатнвных отраслей Казахстана	1	2	3	4	5
Недостаток финансовых средств					
Недоработки в нормативно-правовой базе					
Организационно-инфраструктурные ограничения					
Образовательно-информационные ограничения					

8. Оценнте эффектнвность мер поддержкн государством креатнвной экономнкн в Казахстане. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Оценка эффектнвности мер государственной поддержкн развнтня креатнвного сектора	1	2	3	4	5
Финансовая поддержка					
Нормативно-правовая база					
Образовательно-информационная поддержка					
Организационно-инфраструктурная поддержка					

9. Оценнте степень развнтости сотрудннчества н коллаборацнн в креатнвном кластере Казахстана? *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Оценка степенн развнтости сотрудннчества н коллаборацнн в креатнвном кластере	1	2	3	4	5
Внутри креативных индустрий					
С учреждениями образования					
С государственными органами					
С ассоциациями креативных индустрий и общественными объединениями					
Межпоколенческое сотрудничество в креативных индустриях					

2 часть

1. Является лн высокнм уровень спроса на товары н услугн креатнвных ндустрнй в Вашем регноне?

1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

2 часть

1. Является ли высоким уровень спроса на товары и услуги креативных индустрий в Вашем регионе?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

2. Обладает ли население Вашего региона достаточными навыками для участия в креативных индустриях?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

3. Возможно ли за счет талантов, умственной и творческой деятельности создавать достаточный для достойной жизни доход?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

4. Относится ли занятость в креативных индустриях к гибким и нестандартным формам (в т.ч. фриланс, аутсорс и т.д.)?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

5. Есть ли необходимость в дополнительном обучении (в том числе на обучающих курсах) для формирования компетенций у желающих работать в креативных индустриях?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

6. Созданы ли комфортные условия для творческой деятельности в Вашем городе?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

7. Являются ли регулярно посещаемыми креативные пространстве Вашего города: мастерские, коворкинг-зоны, лаборатории, музыкальные или арт-студии, концертные площадки, музеи, библиотеки, театры и т.д.?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

8. Предпочитают ли жители Вашего города творческие виды досуга?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

9. Проводит ли Ваша организация мероприятия по обучению креативным навыкам?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

1. Является ли высоким уровень спроса на товары и услуги креативных индустрий в Вашем регионе?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

2. Обладает ли население Вашего региона достаточными навыками для участия в креативных индустриях?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

3. Возможно ли за счет талантов, умственной и творческой деятельности создавать достаточный для достойной жизни доход?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

4. Относится ли занятость в креативных индустриях к гибким и нестандартным формам (в т.ч. фриланс, аутсорс и т.д.)?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

5. Есть ли необходимость в дополнительном обучении (в том числе на обучающих курсах) для формирования компетенций у желающих работать в креативных индустриях?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

6. Созданы ли комфортные условия для творческой деятельности в Вашем городе?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

7. Являются ли регулярно посещаемыми креативные пространстве Вашего города: мастерские, коворкинг-зоны, лабораторни, музыкальные или арт-студии, концертные площадки, музеи, библиотеки, театры и т.д.?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

8. Предпочитают ли жители Вашего города творческие виды досуга?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

9. Проводит ли Ваша организация мероприятия по обучению креативным навыкам?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

10. Является ли результативной государственная помощь в открытии и развитии бизнеса в креативной отрасли?

11. Является ли результативной поддержка развития креативным индустриям со стороны креативных ассоциаций, объединений творческих предпринимателей?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

12. Считаете ли Вы удовлетворительной степень развития креативных кластеров в Казахстане?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

13. Являются ли на Ваш взгляд решёнными проблемы кластеризации креативных индусрий в Казахстане?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

14. Необходима ли специализированная программа либо дорожная карта поразвитию и кластеризации креативных индустрий?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

15. Есть ли необходимость в учреждении специализированных государственных ведомств для поддержки развития креативных индустрий?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

16. Какие из перечисленных креативных сфер можно отнести к перспективным в Вашем городе? *При ответе на данный вопрос можно выбрать несколько вариантов ответов.*
1) Компьютерные игры
2) Компьютерная графика и анимация
3) Музыка и саунд-дизайн
4) Дизайн, включая графический и промышленный дизайн
5) Мода
6) Исследования и разработки
7) Детские игры и игрушки
8) Разработка программного обеспечения, IT
9) Медиа, журналистика, реклама, ТВ-, радио- и интернет-вещание
10) Производство кино и иной видеопродукции
11) Изобразительное, визуальные искусства
12) Литературная и издательская деятельность
13) Гастрономия
14) Образование в креативных индустриях
15) Архитектура, урбанистика и организация общественных пространств
16) Ремесло, рукоделие
17) Исполнительские искусства, театр и фестивальная деятельность
18) Ни в одной из перечисленных сфер мне не хотелось бы работать

Ваши предложения по дальнейшему развитию креативной экономики Казахстана:_____
_____

Благодарим за участие в исследовании!

ЧЕТВЕРТАЯ ФОКУС-ГРУППА –
представители государственных органов

.

Уважаемый респондент, просим Вас принять участие в социологическом опросе на тему «Инклюзия потенциала молодежи и пожилых людей в развитие креативных отраслей экономики Республики Казахстан», тем самым внеся свой вклад в исследование данной проблемы.

Справочно: Отрасли креативной экономики основаны на использовании умственного и творческого потенциала людей и объединяют: культурные индустрии (искусство, мода, ремесла, архитектура, дизайн, музыка и т.д.), индустрии в области информационных технологий, инновационно-изобретательскую и научно-исследовательскую деятельность.

1 часть

1. В каком городе Вы проживаете:
1) Астана
2) Алматы
3) Шымкент
4) Караганда
5) другой город
6) я живу не в городской местности

2. Вы работаете в государственных органах, связанных с реализацией:
1) социальной политики и социальной защиты населения
2) молодежной политики
3) региональной политики
4) индустриально-инновационной политики
5) другое (напишите)
_____

3. Способствует ли деятельность Вашего государственного учреждения развитию креативных индустрий в регионе?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

4. Оцените состояние креативной экономики в Казахстане по нижеследующим вопросам. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Состояние сектора креативной экономики в Казахстане	1	2	3	4	5
Оцените общее состояние и степень развития отраслей креативной экономики Казахстана?					
Насколько значимый вклад вносит креативный сектор для национальной экономики Казахстана?					
Какова степень решённости проблем креативной экономики Казахстана?					
Оцените перспективы развития креативной экономики в нашей стране?					
Насколько креативный сектор экономики решает проблемы занятости и безработицы в Казахстане?					
Насколько значимый вклад вносит креативный сектор экономики для экспортного потенциала страны?					

5. Оцените потенциал участия молодежи (14-35 лет) в креативной экономике Казахстана по нижеследующим вопросам. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Потенциал участия молодежи в креативной экономике	1	2	3	4	5
Молодежь является потребителем креативных товаров и услуг					
Молодежь является производителем креативных товаров и услуг					
Оцените степень использования потенциала молодежи в креативном секторе					

6. Оцените потенциал участия пожилых людей (от 60 лет и старше) в креативной экономике Казахстана по нижеследующим вопросам. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Потенциал участия пожилых в креативной экономике	1	2	3	4	5
Пожилые люди являются потребителями креативных товаров и услуг					
Пожилые люди являются производителями креативных товаров и услуг					
Оцените степень использования потенциала пожилых людей в креативном секторе Казахстана					

7. Оцените, насколько ограничивающие факторы и барьеры задерживают развитие креативных отраслей Казахстана. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Значимость ограничивающих факторов и барьеров в задержке развития креативных отраслей Казахстана	1	2	3	4	5
Недостаток финансовых средств					
Недоработки в нормативно-правовой базе					
Организационно-инфраструктурные ограничения					
Образовательно-информационные ограничения					

8. Оцените эффективность мер поддержки государством креативной экономики в Казахстане. *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Оценка эффективности мер государственной поддержки развития креативного сектора	1	2	3	4	5
Финансовая поддержка					
Нормативно-правовая база					
Образовательно-информационная поддержка					
Организационно-инфраструктурная поддержка					

9. Оцените степень развитости сотрудничества и коллаборации в креативном кластере Казахстана? *При ответе отметьте в нижеприведенной таблице, в какой степени указанные параметры представляют важность, используя шкалу оценки от 1 до 5, где: 1 = Нет никакого значения вообще; 2 = Малое значение; 3 = Умеренное значение; 4 = Большое значение; 5 = Очень большое значение.*

Оценка степени развитости сотрудничества и коллаборации в креативном кластере	1	2	3	4	5
Внутри креативных индустрий					
С учреждениями образования					
С государственными органами					
С ассоциациями креативных индустрий и общественными объединениями					
Межпоколенческое сотрудничество в креативных индустриях					

2 часть

1. Является ли высоким уровень спроса на товары и услуги креативных индустрий в Вашем регионе?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

2. Обладает ли население Вашего региона достаточными навыками для участия в креативных индустриях?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

3. Возможно ли за счет талантов, умственной и творческой деятельности создавать достаточный для достойной жизни доход?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

4. Относится ли занятость в креативных индустриях к гибким и нестандартным формам (в т.ч. фриланс, аутсорс и т.д.)?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

5. Есть ли необходимость в дополнительном обучении (в том числе на обучающих курсах) для формирования компетенций у желающих работать в креативных индустриях?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

6. Созданы ли комфортные условия для творческой деятельности в Вашем городе?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

7. Являются ли регулярно посещаемыми креативные пространстве Вашего города: мастерские, коворкинг-зоны, лаборатории, музыкальные или арт-студии, концертные площадки, музеи, библиотеки, театры и т.д.?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

8. Предпочитают ли жители Вашего города творческие виды досуга?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

9. Являются ли распространенными этно-культурные виды креативных индустрий в Вашем регионе?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

10. Являются ли распространенными инновационно-технологические виды креативных индустрий в Вашем регионе?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

11. Проводятся ли государственными органами мероприятия по обучению креативным навыкам населения?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

12. Является ли результативной государственная помощь в открытии и развитии бизнеса в креативной отрасли?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

13. Является ли результативной поддержка развития креативным индустриям со стороны креативных ассоциаций, объединений творческих предпринимателей?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

14. Считаете ли Вы удовлетворительной степень развития креативных кластеров в Казахстане?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

15. Являются ли на Ваш взгляд решёнными проблемы кластеризации креативных индусрий в Казахстане?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

16. Необходима ли специализированная программа либо дорожная карта поразвитию и кластеризации креативных индустрий?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

17. Есть ли необходимость в учреждении специализированных государственных ведомств для поддержки развития креативных индустрий?
1) Да
2) Скорее да, чем нет
3) Скорее нет, чем да
4) Нет

18. Какие из перечисленных креативных сфер можно отнести к перспективным в Вашем городе? *При ответе на данный вопрос можно выбрать несколько вариантов ответов.*
1) Компьютерные игры
2) Компьютерная графика и анимация
3) Музыка и саунд-дизайн
4) Дизайн, включая графический и промышленный дизайн
5) Мода
6) Исследования и разработки
7) Детские игры и игрушки
8) Разработка программного обеспечения, IT
9) Медиа, журналистика, реклама, ТВ-, радио- и интернет-вещание
10) Производство кино и иной видеопродукции
11) Изобразительное, визуальные искусства
12) Литературная и издательская деятельность
13) Гастрономия
14) Образование в креативных индустриях
15) Архитектура, урбанистика и организация общественных пространств
16) Ремесло, рукоделие
17) Исполнительские искусства, театр и фестивальная деятельность
18) Ни в одной из перечисленных сфер мне не хотелось бы работать

Ваши предложения по дальнейшему развитию креативной экономики Казахстана:_____

Благодарим за участие в исследовании!

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Результаты социологического опроса по 4-м фокус-группам

В рамках социологического исследования было проведено анкетирование четырех фокус-групп:

1) молодежь (14-35 лет);

2) пожилые люди (от 60 лет и старше)

3) представители креативных индустрий;

4) представители государственных органов.

Респонденты были разделены на фокус-группы с целью сепарации позиций отдельно идентифицируемых субъектов: самих креативщиков и их ассоциаций, реализующих правительственную политику государственных учреждений, лиц молодого и старшего поколения. Вопросы анкет были составлены таким образом, чтобы выявить оценку респондентами состояния креативной экономики, принимаемых государством мер ее поддержки, значимости деятельности частных ассоциаций, степень развитости коллаборации и сотрудничества между участниками креативной экономики, оценку барьеров и препятствий развития креативной экономики.

Ввиду разного уровня образования, общей осведомленности и видов деятельности респондентов, в анкетном листе была приведена доступная для понимания широким слоям населения формулировка понятия креативной экономики. Анкетирование проводилось на бумажном и электронном носителе посредством применения google-форм, на казахском и русском языках.

Анкетирование было проведено в четырех крупнейших городах Казахстана: Астане, Алматы, Шымкенте, Караганде.

Первую фокус-группу составили 100 молодых людей в возрасте от 14 до 35 лет, проходящих обучение в образовательных учреждениях среднего, высшего либо послевузовского звена, а также завершивших обучения, либо нигде не обучающихся. Основным критерием отнесения к данной фокус-группе стала возрастная рамка, официально принятая в Республике Казахстан.

Первый вопрос был направлен на определение более узкой возрастной рамки опрашиваемых, с разделением на 4 группы. Данный вопрос позволяет уточнить более конкретную возрастную структуру респондетнов, соответственно, степень развития их личностно-профессиональных характеристик и мировоззренческой зрелости. Ввиду невозможности в рамках данного исследовательского проекта проводить лонгитюдное исследование, предполагающее учет изменений в понимании и оценке происходящих явлений у одних и тех же наблюдаемых в разные промежутки времени, можно лишь предположить, что по мере взросления во взглядах опрашиваемой молодежи имеется динамика. Принцип лонгитюдности также подразумевает изменения в степени вовлеченности молодежи в экономически активную деятельность в уровне ее квалификации.

Преобладающая часть опрошенных составлена молодежью в возрасте 19-23 лет (70%), четверть представлена юными людьми в возрасте 14-18 лет (25%), меньшие доли включали из молодых людей в возрасте 24-28 лет (4%) и 28-35 лет (1%).

В опросе для данного исследования более активное участие приняли студенты образовательных программ креативного направления, обучающиеся в вузах и колледжах, а также старшеклассники, задействованные в учреждениях дополнительного образования по креативным направлениям. Молодежь, имеющая отношение к креативным индустриям, а также в силу получаемой специальности предполагающая в будущем трудиться в креативных отраслях, определенно, в большей степени осведомлена о состоянии креативной экономики страны.

Подавляющая часть опрошенных являются жителями городов областного значения, либо областного центра, где имеются учебные заведения, подготавливающие кадры для креативной экономики, а также есть в наличии, если не креативный кластер, то некоторая, получившая определенное развитие, инфраструктура креативной экономики: в данных населенных пунктах имеются высокоскоростной интернет, досуговые площадки, мастерские и т.д.

Молодым людям было предложено оценить потенциал участия молодежи в креативной экономике Казахстана. Как видно по данным диаграммы, молодежь, определенно, признает себя в роли как производителей, и как потребителей креативной продукции, а также больше склонна считать, что ее потенциал используется в креативном секторе (рисунок Д.1).

В постановке аналогичных вопросов о роли пожилых людей в креативных индустриях молодые люди дали существенно отличающиеся ответы от оценки роли молодежи. Из полученных ответов ясно, что большая часть молодежи не рассматривает пожилых людей как активных потребителей либо

производителей креативной продукции, а также не придает высоких значений степени использования потенциала пожилых людей в креативном секторе.

Молодежь скорее признает себя в роли доминаторов в креативном секторе, что особенно соответствует видам деятельности в IT-сфере, где требуются владение навыками использования современного программного обеспечения и устройств для потребления креативной продукции. Отрадно то, что основная масса молодежи не склонна вовсе «списывать со счетов» пожилых людей, одна десятая часть придает им большое значение по всем трем параметрам, 2-5% - очень большое значение.



Рисунок Д.1 - Оценка молодежью степени использования потенциала молодых и пожилых людей, а также значимости ограничений в креативной экономике Казахстана

Следующий блок вопросов был призван выявить оценку значимости ограничивающих факторов и барьеров в протекании развития креативных отраслей Казахстана. Ответы молодых людей были совершенно неоднородны, т.е. имеются юноши и девушки, которые придают очень большое значение перечисляемым барьерам: недостаток финансовых средств, недоработки в нормативно-правовой базе, организационно-инфраструктурные ограничения, образовательно-информационные ограничения, причем ограничения в финансах ребят пугают больше, чем другие барьеры. А также нашлись и те, кто не видит препятствий для прогресса креативных индустрий, и таких респондентов 9% и более. Наибольшее число опрошенных вменяют названным ограничивающим факторам малое и умеренное значение, судя по всему, молодежи присуща более позитивная жизненная позиция, чем другим поколениям, возможно, большее значение имеют не внешние, а внутренние барьеры для реализации потенциала в качестве активных акторов креативных индустрий. Т.е. если проявятся таланты и желание заниматься творческой деятельностью, молодых людей мало что остановит.

Рисунок Д.2 показывает высокую заинтересованность молодежи в креативных индустриях Казахстана. Одна пятая часть ребят уже имеют свой собственный креативный бизнес либо работают в действующих креативных компаниях (7% и 15% соответственно). Около половины опрошенных (45%) выразили желание открыть свой креативный бизнес в будущем, 12% - трудиться по найму в данной сфере. Только одна пятая часть опрошенных молодых людей не видят свою будущую деятельность в креативных индустриях.

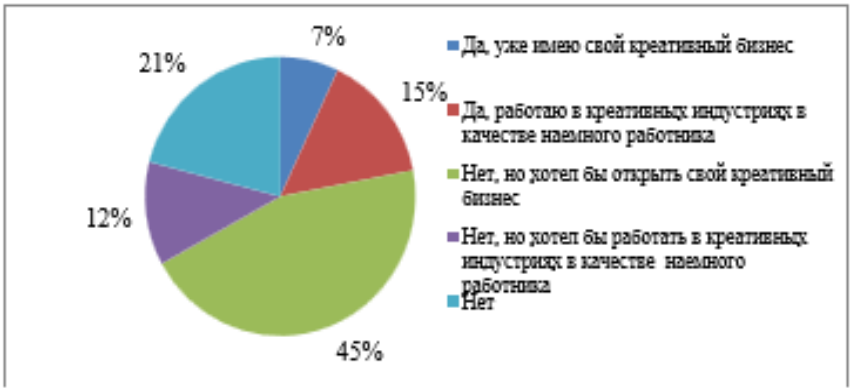


Рисунок Д.2 - Связь текущей экономической активности молодежи с креативными индустриями

На рисунке Д.3 показана структура ответов на вопросы по фактической и потенциальной причастности молодежи к креативной деятельности. В соответствии с диаграммой можно составить портрет современной молодежи страны, где подавляющее большинство респондентов дали положительные ответы. Так, молодые люди предпочитают творческие виды досуга (59% утвердительных ответов, 25% склоняются к положительному ответу). Две трети молодежи отличаются высокой готовностью к мобильности и смене места для своей деятельности. Молодежь активно потребляет креативную продукцию, посещает креативные пространства своего города и считает свой город достаточно комфортным для проживания.



Рисунок Д.3 - Оценка молодежью своей причастности к креативной деятельности

Молодежь четко выражает весьма большую готовность повышать свои компетенции в области креативной деятельности (52% ответили «да», 25% - «скорее да, чем нет») и связать свое профессиональное будущее с креативными индустриями (61% ответили «да», 24% - «скорее да, чем нет»).

В меньшей степени выражено фактическое участие в производстве товаров и услуг креативных индустрий, но, тем не менее, ровно половина ответила положительно. Это означает, что, во-первых, молодежь активно деятельна в креативной сфере, и для нее находятся вакансии на рынке труда креативных профессий и ниши предпринимательской деятельности. Во-вторых, креативные отрасли впитывают в себя молодежь, находящуюся в поиске источника доходов, места и направления для приложения своих талантов и самовыражения.

У 40% опрошенной молодежи уже однозначно есть опыт деятельности в креативных индустриях. Только одна пятая опрошенных указала на полное отсутствие опыта работы в креативных индустриях,

индустриях, собственником креативного бизнеса. 2% обучаются по креативной специальности.

Полученная картина иллюстрирует относительную отрешенность деятельности пенсионеров как от креативных индустрий в частности, так и от всякой экономически активной деятельности в целом. К сожалению, эксперты признают множество факторов, влияющих на сокращение продолжительности жизни и снижение активной деятельности пожилых людей в Казахстане.

Большое содействие в анкетировании оказали сотрудники и услугополучатели центров активного долголетия в названных городах. Данные центры представляют собой некоммерческие организации, которые на бесплатной основе занимаются оказанием услуг по поддержке физического и психического состояния пенсионеров и пожилых людей, проводят занятия по обучению языкам, навыкам, необходимым для вовлечения пожилых людей к активной современной жизни и повышения ее качества. Данные социальные учреждения имеются во всех исследуемых городах и принимают ежедневно своих постоянных и новых посетителей.

Полученная от пожилых людей оценка состояния креативной экономики и факторов ее развития имеет отличие от позиции молодежи. Оценивая потенциал участия молодежи в креативных индустриях, пожилые респонденты предпочли положительные ответы (Рисунок Д.4). Лица старшего поколения склонны считать, что молодежь активно потребляет креативную продукцию, почти в той же мере они согласны и с тем, что молодежь производит креативные товары и услуги. Однако немного в меньшей степени выражена оценка использования потенциала молодежи в креативном секторе. Так, 20% пожилых признали, что молодежь совсем не задействована в креативном секторе, 17% - что молодежь мало привлекается. Из полученных данных следует заключить, что пожилые люди не в большой степени видят молодежь в креативном секторе и их задействование стоило бы прорабатывать.

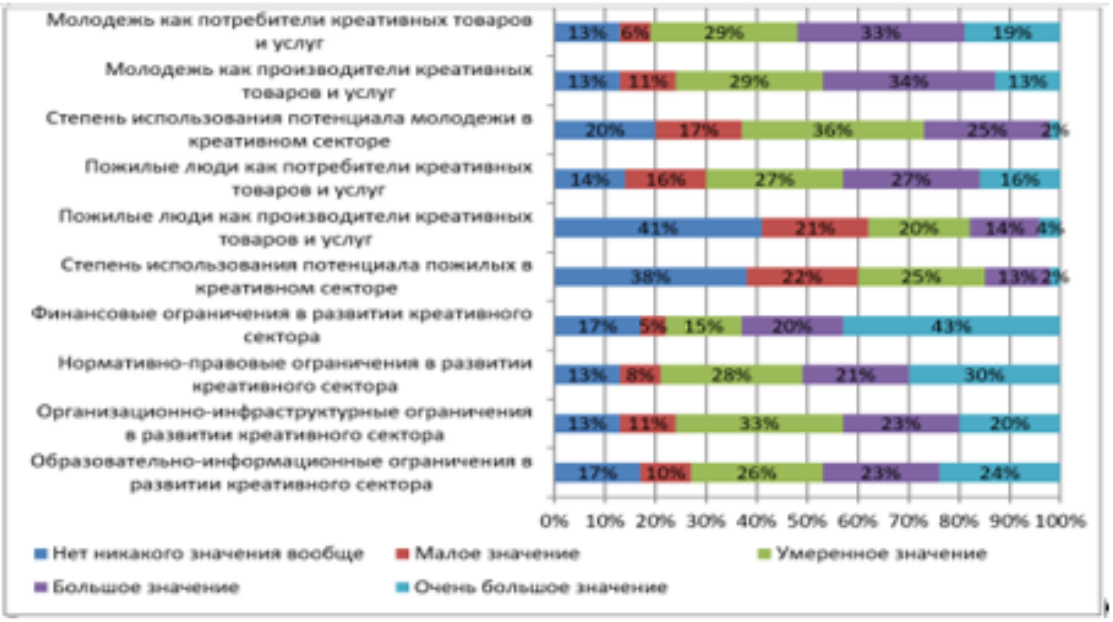


Рисунок Д.4 - Оценка пожилыми степени использования потенциала молодых и пожилых людей, а также значимости ограничений в креативной экономике Казахстана

В вопросе об участии пожилых людей в креативных индустриях сами лица старшего поколения преимущественно сходятся в отрицательном мнении. В отношении участия в производстве креативных индустрий 41% опрошенных указали на никакое значение, 21% - малое значение, хотя частично пожилые признают, что участвуют в производстве. В некоторой степени больше ответов показали, что они потребляют креативную продукцию. Потенциал пожилых не задействован в креативном секторе страны по мнению большинства самих пожилых людей.

По сравнению с молодежью, пожилые придают больше значения барьерам в развитии креативных отраслей. Пожилым в принципе свойственно более осторожно подходить к значимости препятствий в развитии различных видов деятельности. Данный факт, в частности, обусловлен тем, что у пожилых в отличие от молодых людей преобладает больше опыта работы и руководства в прошлом по преодолению различных ограничений и оценки рисков. Среди ограничивающих факторов наибольшее

значение придается недостатку финансовых средств.

На вопрос об отношении текущей деятельности к креативным индустриям 87% пожилых респондентов дали категоричный отрицательный ответ. Учитывая то, что большинство из них являются пенсионерами, такой ответ понятен. Однако желающих, если не сейчас, то в будущем заняться чем-нибудь творческим также почти не нашлось, в ответах проявляется некая апатия. Тем не менее, лиц в возрасте глубокой старости среди них было не так много, а также в силу тренда на увеличение продолжительности жизни в Казахстане, данные опроса обнаруживают, что инклюзия пожилых в активную деятельность, в частности, в креативный сектор, довольно низкая. Это подтверждает распространенную гипотезу о низкой активности пожилых людей.

По данным рисунка 95, пожилые люди предпочитают творческие виды досуга (45% ответили «да», 36% - «скорее да, чем нет»), считают свой город комфортным для творческой деятельности (более половины ответили «да», 23% - «скорее да, чем нет»), потребляют товары и услуги креативных индустрий (39% ответили «да», 21% - «скорее да, чем нет»), регулярно посещают креативные пространства: театры, концертные площадки, музеи, библиотеки (36% ответили «да», 27% - «скорее да, чем нет»). Это в некоторой степени положительно характеризует причастность пожилых к функционированию креативного сектора.

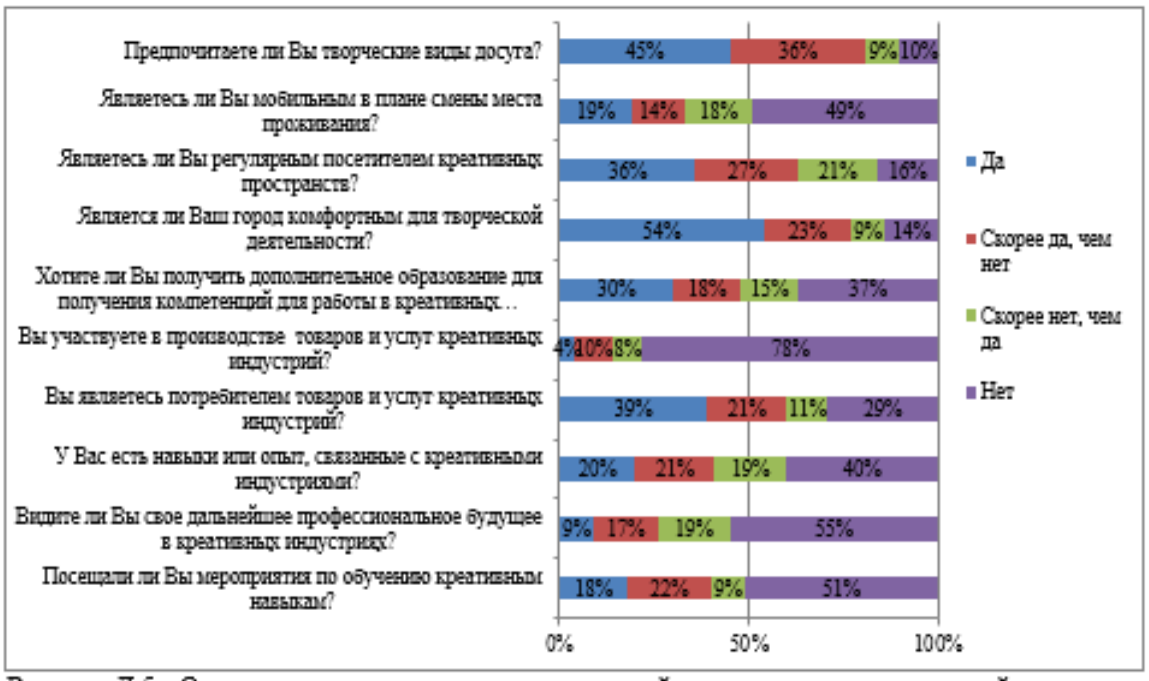


Рисунок Д.5 - Оценка пожилыми респондентами своей причастности к креативной деятельности

Если в плане проведения досуга пожилые выразили причастность к креативным индустриям, то в плане активной деятельности их ответы преимущественно отрицательные: 78% совсем не участвуют в производстве креативной продукции, 55% и в будущем не видят для себя перспектив в креативных индустриях, 5% не посещали мероприятия по обучению креативным навыкам, 49% не готовы к смене места жительства.

Вместе с тем, 30% пожилых заинтересованы в получении дополнительных компетенций в области креативных индустрий. Для этой категории могут стать востребованными программы «Серебряного университета» в рамках высших учебных заведений, а также всевозможные курсы и кружки, в частности, предоставляемые в рамках центров активного долголетия.

Результаты опроса показали, что пожилые люди, в общем, одинаково оценивают поддержку развития креативных индустрий как со стороны государства, так и со стороны ассоциаций. Большинство опрошенных с некой долей сомнения считают, что поддержка скорее оказывается, чем нет. Четверть опрошенных не видят никакой помощи креативным предпринимателям от данных структур. Только 9% уверены в осуществлении подобной поддержки.

Пожилые люди склонны проявлять больше неодобрения в оценке эффективности работы государственных институтов в противовес молодежи, которая проявляет больше доверия к работе государства, и более того, более полна готовности к активным и инициативным действиям.

В третью фокус-группу вошли представители креативных индустрий. Несомненно, что в отличие от других фокус-групп сами представители креативных индустрий, непосредственно работая в креативном секторе и ежедневно сталкиваясь с проблемами и преодолевая препятствия, являясь создателями креативной продукции Казахстана, могут представить взгляд о его положении «изнутри». Всего в третьей фокус-группе приняли участие 106 респондентов. В опросе приняли участие деятели следующих ассоциаций и объединений: Департамент креативного туризма, Совет по развитию креативных индустрий при Министерстве Культуры Республики Казахстан, Центр Развития культурно – креативных индустрий, эксперт региональных Палат предпринимателей «Атамекен», Торгово-промышленные палаты в регионах, ОЮЛ «Ассоциация инновационных компаний СЭЗ «Парк инновационных технологий», Creative Industries Center AlmaU, ОЮЛ «Ассоциации креативных предпринимателей Казахстана», Союз художников Республики Казахстан, Социально-культурное пространство «Дом на Барибаева, 3б», ОЮЛ «Ассоциация научных и технологических организаций Республики Казахстан», ОЮЛ «Ассоциация издателей, полиграфистов и книгораспространителей «АИПК», ТОО "Центр развития креативных индустрий "ALMATY CREATIVE", ОЮЛ "Ассоциация Цифровой Казахстан", ОЮЛиИП «Ассоциация Рекламных Специалистов Казахстана», ОЮЛ и индивидуальных предпринимателей "Ассоциация креативной индустрии Казахстана и Центральной Азии", Казахстанская Ассоциация IT-компаний, ОЮЛ «Ассоциация операторов телерадиовещания Республики Казахстан», Фонд авторской песни «Фламинго», Общественный фонд «Альянс ремесленников «Desht-i-Art-Astana», Ассоциация предпринимателей Ассамблеи народа Казахстана, ТОО «Карагандинская ассоциация ремесленников и ювелиров», Общественное объединение «Шебер», Общественная организация «Карагандинская областная организация союза архитекторов», Казахстанская ассоциация предпринимателей, Объединение индивидуальных предпринимателей и юридических лиц "Ассоциация креативной индустрии Шымкента", Ассоциация дизайнеров, входящая в Совет деловых женщин при Палате предпринимателей города Шымкента.

Также были опрошены сами креативные предприниматели Казахстана широкого спектра направлений креативной деятельности, таких респондентов численное большинство.

Две трети опрошенных указали, что являются собственниками своего креативного бизнеса, индивидуальными предпринимателями, свободными творческими личностями, самозанятыми (Рисунок Д.6). Креативные индустрии в Казахстане преимущественно имеют организационно-правовые формы малого и среднего бизнеса. Некоторые из опрошенных являются самозанятыми, которые официально не зарегистрированы. Есть и такие респонденты, которые совмещают творческую деятельность с другими видами занятости, в частности, постоянную либо частичную работу в образовательной и иной сферах. Основным рабочим местом немалой части респондентов являются творческие и ремесленнические мастерские, собственные цеха.

24% опрошенных указали, что являются наемными работниками в креативных индустриях. 13% респондентов занимают руководящую должность в креативных индустриях и кластерах.



Рисунок Д.6 - Статус деятельности представителей креативных индустрий,%

Наибольшая часть опрошенных занимается ремесленничеством, ювелирным делом, рукоделием (45%). Также представители креативных индустрий отметили, что осуществляют свою деятельность в сфере изобразительного и визуального искусства (19%), обучения творческим навыкам (17%), исследований и разработок (14%), исполнительских искусств (11%), моды (11%), разработки программного обеспечения и IT (10%), дизайна, включая графический и промышленный дизайн (10%), компьютерных игр (6%), компьютерной графики и анимации (5%) и других.



Рисунок Д.7 - Оценка представителями креативных индустрий степени использования потенциала молодых и пожилых людей, а также значимости ограничений в креативной экономике Казахстана

Представители креативных индустрий показали картину высокой активности участия молодежи в потреблении креативной продукции (Рисунок Д.7). В отношении участия молодежи в производстве креативной продукции и задействования потенциала молодых людей получена положительная оценка, однако ясно, что все же молодежь охвачена не в полной мере.

Результаты опроса показали, что креативные предприниматели не удовлетворены степенью участия пожилых людей в потреблении и производстве креативной продукции, использованием их потенциала. Очевидно, что пассивность пожилого населения вынуждает креативных предпринимателей ориентировать свою деятельность на другие возрастные группы.

По мнению представителей креативных индустрий, барьеры в их деятельности имеют немалое значение, однако они требуют решения и преодолимы. Наибольший вес среди ограничений имеет недостаток финансовых средств.

В вопросах относительно преимуществ для развития креативного сектора в регионе наибольшую долю положительных ответов получили следующие: возможность за счет талантов, умственной и творческой деятельности создавать достаточный доход (47% опрошенных ответили «Да»), преимущества занятости в гибких и нестандартных формах, в т.ч. фриланс, аутсорс (43% ответов «Да»), предпочтение населением творческих видов досуга (35% ответов «Да»), высокий спрос на креативную продукцию (30%ответов «да», 46% - «Скорее да, чем нет»). Более скептично креативные предприниматели воспринимают степень окружающего их комфорта для творческой деятельности, а также степень развития креативного кластера в регионе. Наибольший пессимизм у них вызывает степень решенности проблем кластеризации креативных индустрий в Казахстане, преодоление которых даст существенный толчок развитию отечественных креативных кластеров (Рисунок Д.8).

Представители креативных индустрий почти одинаково оценивают результативность поддержки развития креативного сектора со стороны государственных органов и креативных ассоциаций и объединений, выражая немного больше признательности все же объединениям самих креативных предпринимателей. Только одна десятая часть креативных предпринимателей не видит никакой помощи в действиях правительства. Опрошенные представители креативных предпринимателей также указали, что сами осуществляют на активную работу по обучению креативным навыкам.

В постановке вопросов о необходимости дополнительного обучения (в том числе на обучающих курсах) для формирования компетенций у желающих работать в креативных индустриях, необходимости специализированной программы либо дорожной карты по развитию и кластеризации креативных индустрий, необходимости учреждения специализированных государственных ведомств для поддержки развития креативных индустрий, практически все опрошенные выразили поддержку в пользу предложенных идей.



Рисунок Д.8 - Оценка представителями креативных индустрий факторов развития креативного сектора в регионе

В четвертую фокус-группу вошли представители государственных органов. В проблематике предмета социологического опроса рассматриваются сферы, находящиеся в ведении различных учреждений и ведомств. В анкетировании приняли участие 35 работников ряда государственных органов. Видами деятельности, курируемыми учреждениями опрошенных служащих были: социальная политика и социальная защита населения (23%), молодежная политика (17%), региональная политика (17%), индустриально-инновационная политика (14%), культура и спорт (11%),и другие (Рисунок Д.9).

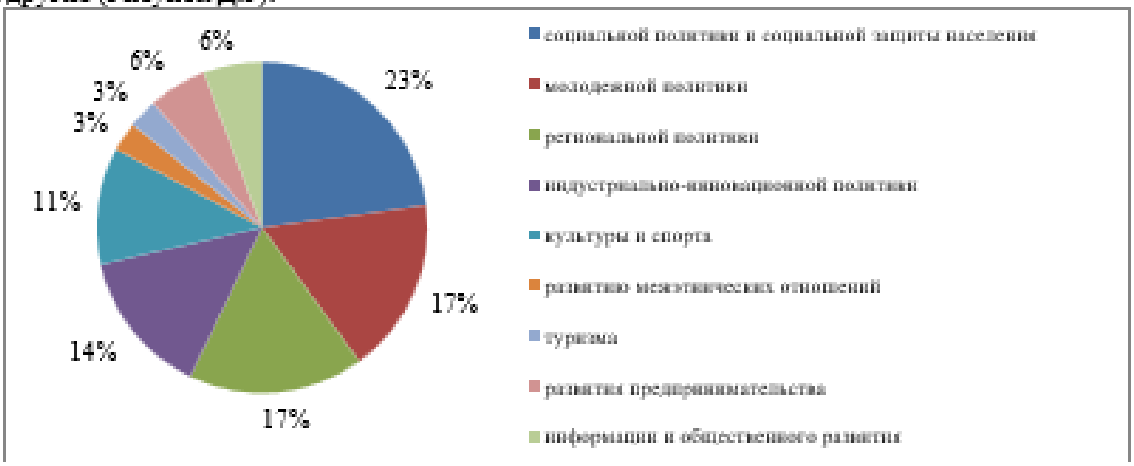


Рисунок Д.9 - Направление специализации принявших участие в опросе представителей государственных органов

Работники государственных органов в целом склонны придавать высокое значение состоянию и степени развития подведомственных сфер деятельности. Они избегают негативных оценок, ответы «нет никакого значения» отсутствуют вовсе. В оценках состояния креативной экономики у данных респондентов если и была неуверенность, то она выражалась в выборе скорее переходных вариантов, чем однозначных ответов. Результаты анкетирования данной фокус-группы в сравнении с другими изображают существенно отличающуюся картину.

Основная часть представителей государственных органов указала на высокую роль молодежи в потреблении и производстве креативной продукции. В оценке степени использования потенциала молодежи в креативном секторе нет полной уверенности, но все же большинство отметило большое значение.

В отношении пожилых людей только одна десятая часть государственных служащих указала на очень высокое значение в потреблении креативной продукции. Участие пожилых людей в ее производстве у всех опрошенных вызвала сомнение. В вопросе использования потенциала пожилых людей в креативном секторе Казахстана опрошенные также воздержались от крайних ответов, однако скептицизм очевиден (рисунок Д.10).

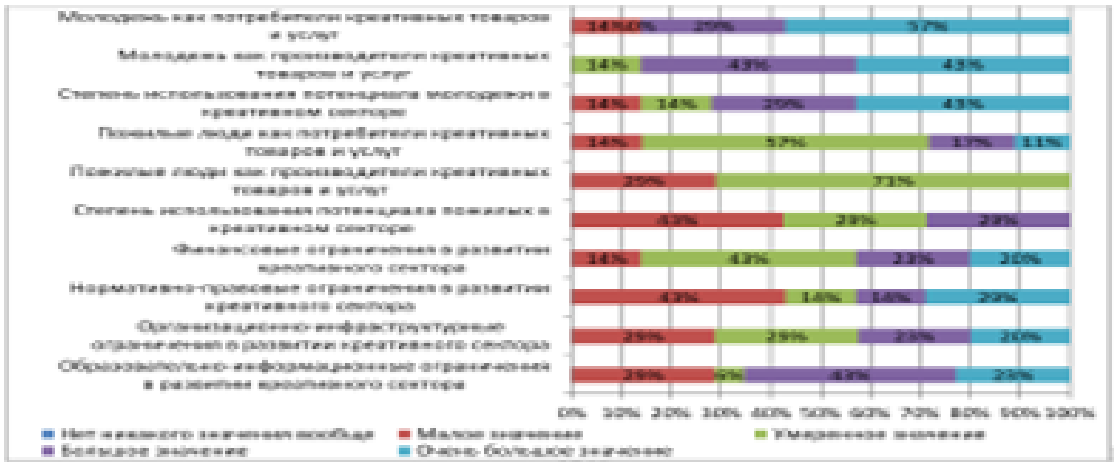


Рисунок Д.10 - Оценка представителями государственных органов степени использования потенциала молодых и пожилых людей, а также значимости ограничений в креативной экономике Казахстана

Одна пятая часть опрошенных государственных служащих придала очень большое значение всем указанным в анкете видам ограничений и барьеров в развитии креативного сектора. По мнению работников госорганов, наименьшее значение в ограничении деятельности креативных предпринимателей имели нормативно-правовые барьеры (рисунок Д.11).

Подавляющее большинство государственных служащих уверены, что в их регионе существуют все условия и необходимая среда для успешного развития креативных индустрий. Респонденты имеют ясное представление, что жители регионов обладают необходимыми талантами, соответственно, проводят досуг в творческих видах занятий (83% опрошенных ответили «да»). С определенной долей уверенности работники государственного аппарата указали, что население активно посещает креативные пространства по месту жительства (мастерские, коворкинг-зоны, лаборатории, музыкальные или арт-студии, концертные площадки, музеи, библиотеки, театры и т.д.), находится в комфортных для творчества условиях, имеет необходимые навыки, креативная продукция пользуется высоким спросом (рисунок Д.11).



Рисунок Д.11 - Оценка представителями креативных индустрий факторов развития креативного сектора в регионе

Опрошенные высоко оценивают работу исполнительных и законодательных органов, полагают, что государственная помощь креативным индустриям достигает результаты, мероприятия по обучению креативным навыкам проводятся. Деятельность своей организации в способствовании развитию креативной экономики государственные служащие оценивают высоко. Деятельность креативных ассоциаций, объединений творческих предпринимателей работники государственных органов оценивают также высоко. Почти треть опрошенных (29%) в своей практике не сталкивались с активностью государства в проведении мероприятий по обучению креативным навыкам населения.

Опрошенные вполне согласны с резонностью выработки специализированной программы либо дорожной карты по развитию и кластеризации креативных индустрий, а также с необходимостью в дополнительном обучении для формирования компетенций у желающих работать в креативных индустриях. В то же время, одна треть респондентов (34%) не видит смысла в раздувании государственного аппарата путем учреждения специализированных государственных ведомств для поддержки развития креативных индустрий.

На рисунке Д.12 можно увидеть, какие из направлений креативных индустрий со своей точки зрения считают перспективными представители каждой из фокус-групп.

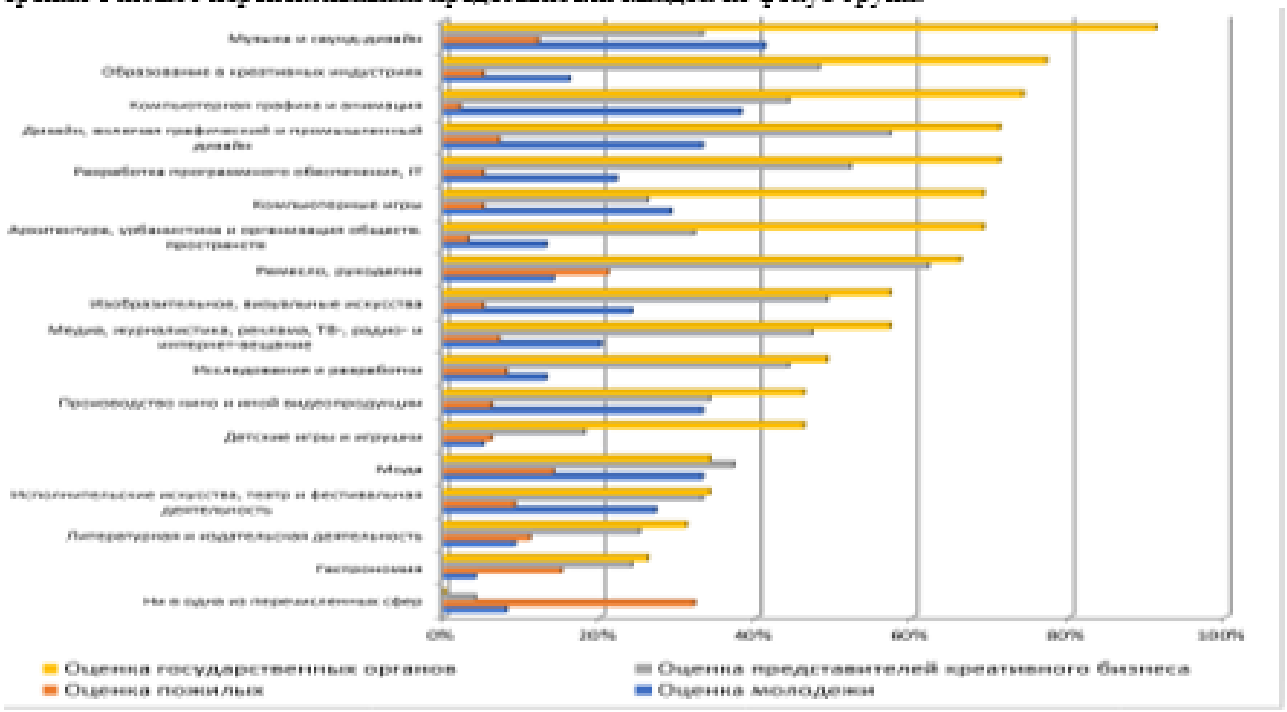


Рисунок Д.12 - Оценка фокус-группами перспективности различных сфер креативного сектора Казахстана

Молодежь в большей степени предпочитает такие сферы, как музыка и саунд-дизайн, компьютерная графика и анимация, мода, производство кино и иной видеопродукции, дизайн, компьютерные игры, исполнительские искусства, театр и фестивальная деятельность. На эти виды деятельности указали более одной трети респондентов.

Также достаточно предпочтительны в глазах молодежи: медиа, разработка программного обеспечения и IT, изобразительное искусство, исполнительские искусства. Эти виды творчества привлекают 20% и более молодежи.

Треть пожилых указала, что вообще ни один из предложенных вариантов не вызывает интерес. Самыми популярными для старшего поколения являются: ремесло и рукоделие (21%), гастрономия (15%), мода (14%), музыка и саунд-дизайн (12%), литературная и издательская деятельность (11%).

Меньше всего пожилые заинтересованы и участвуют в таких видах деятельности, как: компьютерная графика и анимация; архитектура, урбанистика и организация общественных пространств; изобразительное, визуальные искусства; образование в креативных индустриях; разработка программного обеспечения, IT; компьютерные игры. Таким образом, полученные данные подтверждают гипотезу о недостаточно развитых цифровых компетенциях и низкой инклюзии пожилых людей в цифровую экономику, обнаруженную китайскими исследователями на основе проведенного ими опроса.

Креативные предприниматели считают перспективными для развития в их регионе практически всех видов креативной деятельности, особое значение придавая поддержке развития ремесел, дизайна, IT-сферы, изобразительного искусства, медиа и других.

Государственные служащие представили свою версию наиболее перспективных в регионе сфер креативного сектора. Их список возглавляет деятельность отечественных музыкантов и саунд-дизайнеров (91% опрошенных). Далее предпочтения отдаются образованию в креативных индустриях (77%), компьютерной графике и анимации (74%), дизайну, включая графический и промышленный дизайн (71%), разработке программного обеспечения и IT (71%), компьютерным играм (69%), архитектуре, урбанистике и организации общественных пространств (69%), ремеслу, рукоделию (69%). Таким образом, две третьих опрошенных ориентированы на приоритет развития IT-сферы. В целом, работники государственных органов видят перспективность всех видов деятельности креативного сектора.

Проблемы инклюзии в креативном секторе экономики более обстоятельно стоит перед пожилыми людьми, чем перед молодежью.

Барьеры и ограничения креативной деятельности, в особенности, финансовые, имеют существенное значение, однако в меньшей степени они пугают молодежь и представителей государственных органов.

Наименьшую оценку состояния развития креативной экономики указали пожилые люди. Больше позитива в ответах проявили представители государственных органов и молодежь. Представители креативной экономики к государственным мерам поддержки относятся скептически, однако искренне верят в большие перспективы развития креативных отраслей. Государственные органы считают наиболее перспективными, те же виды деятельности, которые популярны среди молодежи. Здесь лидируют музыка и IT-сфера, которая относится к инновационным видам деятельности. Пожилые люди больше предпочитают традиционные ремесло и рукоделие, которое на данный момент распространено среде креативных предпринимателей Казахстана.

Все опрошенные указали на необходимость обучения креативным навыкам.

Данные проведенного социологического исследования являются основой для экспликации интеграционной модели развития креативных индустрий в Казахстане на основе инклюзии потенциалов молодежи и пожилых людей.

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Таблица Е.1 – Матрица внешних нагрузок (Outer Loadings)

Индикаторы	Youth potential	Potential of older people	Efficiency of government	Barriers	Collaboration	Creative economy
B1				0,805		
B2				0,819		
B3				0,897		
B4				0,948		
C1					0,865	
C2					0,878	
C3					0,869	
C4					0,894	
C5					0,858	
CE1						0,731
CE2						0,724
CE3						0,756
CE4						0,739
CE5						0,721
CE6						0,779
EG1			0,852			
EG2			0,918			
EG3			0,943			
EG4			0,891			
WP1		0,671				
WP2		0,604				
WP3		0,788				
YP1	0,827					
YP2	0,839					
YP3	0,858					
Примечание – Составлено автором на основании расчётов в программе SmartPLS						