МРНТИ 06.71.57; 13.15.75 **https://doi.org/10.58805/kazutb.v.2.31-1551**

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

[1]А.Н. Омаркожаева, [1]А.А. Жунусова, [1]И.В. Ярдякова, [2]С.А. Юсупова, [1]Г.Б. Ахметова, [1]Б.Ш. Муканова

[1]АО «Казахский университет технологии и бизнеса им.К.Кулажанова», Астана, Казахстан
[2]Казахская национальная академия хореографиию, Астана, Казахстан

Корреспондент-автор: e-mail: asya_7510@mail.ru

В статье рассматривается роль креативных индустрий как фактора развития культурного туризма в условиях формирования экономики впечатлений. Актуальность исследования обусловлена трансформацией туристского спроса, при которой ключевое значение приобретает не столько потребление услуг, сколько получение уникального культурного и эмоционального опыта.

Целью исследования является анализ влияния креативных индустрий на формирование туристской привлекательности территорий и развитие культурного туризма. В работе использованы методы анализа научной литературы, статистического и сравнительного анализа, а также обобщения международного опыта. Информационной базой исследования послужили данные международных организаций (UNCTAD, UNWTO, OECD) и статистика Республики Казахстан.

В результате исследования установлено, что развитие креативных индустрий способствует формированию культурной среды территорий, созданию новых туристских продуктов и повышению уровня туристской привлекательности. Проведённый анализ показал, что культурные и креативные практики (фестивали, культурные события, арт-пространства) оказывают значительное влияние на структуру туристских потоков и уровень удовлетворенности посетителей.

Научная новизна исследования заключается в уточнении механизма влияния креативных индустрий на развитие культурного туризма и разработке авторской модели трансформации креативного потенциала территории в туристский продукт в условиях экономики впечатлений.

Практическая значимость результатов заключается в возможности их использования при разработке государственной политики в сфере туризма и креативной экономики, а также при формировании региональных стратегий развития культурного туризма.

Ключевые слова: креативные индустрии, культурный туризм, экономика впечатлений, туристская привлекательность, культурная инфраструктура, туристский опыт.

КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАР ТӘЖІРИБЕ ЭКОНОМИКАСЫНЫҢ ҚАЛЫПТАСУ ЖАҒДАЙЫНДА МӘДЕНИ ТУРИЗМДІ ДАМЫТУДЫҢ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ

[1]А.Н. Омаркожаева, [1]А.А. Жунусова, [1]И.В. Ярдякова, [2]С.А. Юсупова, [1]Г.Б Ахметова, [1]Б.Ш. Муканова

[1]«Қ. Құлажанов атындағы Қазақ технология және бизнес университеті» АҚ, Астана, Қазақстан,
[2]Қазақ ұлттық хореография академиясы, Астана, Қазақстан,
e-mail: asya_7510@mail.ru

Мақалада әсер экономикасының қалыптасуы жағдайында креативті индустриялардың мәдени туризмді дамытудағы рөлі қарастырылады. Зерттеудің өзектілігі туристік сұраныстың трансформациясымен байланысты, мұнда негізгі мән қызметтерді тұтынудан гөрі бірегей мәдени және эмоциялық тәжірибе алуға бағытталған.

Зерттеудің мақсаты - креативті индустриялардың туристік аумақтардың тартымдылығын қалыптастыруға және мәдени туризмнің дамуына әсерін талдау. Зерттеу барысында ғылыми әдебиеттерді талдау, статистикалық және салыстырмалы талдау, сондай-ақ халықаралық тәжірибені жинақтау

әдістері қолданылды. Зерттеудің ақпараттық базасын UNCTAD, UNWTO, OECD сияқты халықаралық ұйымдардың материалдары және Қазақстан Республикасының статистикалық деректері құрады.

Зерттеу нәтижелері креативті индустриялардың аумақтардың мәдени кеңістігін қалыптастыруға, жаңа туристік өнімдерді жасауға және туристік тартымдылықты арттыруға ықпал ететінін көрсетті. Жүргізілген талдау мәдени және креативті тәжірибелердің (фестивальдер, мәдени іс-шаралар, арт-кеңістіктер) туристік ағындардың құрылымына және келушілердің қанағаттану деңгейіне айтарлықтай әсер ететінін дәлелдеді.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы креативті индустриялардың мәдени туризмді дамытуға әсер ету механизмін нақтылауда және әсер экономикасы жағдайында аумақтың креативті әлеуетін туристік өнімге трансформациялаудың авторлық моделін ұсынуда көрінеді.

Зерттеу нәтижелерінің практикалық маңыздылығы оларды туризм және креативті экономика саласындағы мемлекеттік саясатты әзірлеуде, сондай-ақ мәдени туризмді дамытудың өңірлік стратегияларын қалыптастыруда қолдану мүмкіндігімен анықталады.

Түйін сөздер: креативті индустриялар, мәдени туризм, әсер экономикасы, туристік тартымдылық, мәдени инфрақұрылым, туристік тәжірибе.

CREATIVE INDUSTRIES AS A DRIVER OF CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF THE EXPERIENCE ECONOMY FORMATION

[1]A.N. Omarkozhayeva✉, [1]A.A. Zhunusova, [1]I.V. Yardyakova, [2]S.A. Yussupova, [1]G.B. Akhmetova, [1]B.Sh. Mukanova

[1]«K. Kulazhanov Kazakh University of Technology and Business» JSC, Astana, Kazakhstan,
[2]Kazakh National Academy of Choreography, Astana, Kazakhstan,
e-mail: asya_7510@mail.ru

The article examines the role of creative industries as a key driver of cultural tourism development in the context of the emerging experience economy. The relevance of the study is determined by the transformation of tourist demand, where the focus shifts from the consumption of standard services to the acquisition of unique cultural and emotional experiences.

The aim of the research is to analyze the impact of creative industries on the formation of territorial attractiveness and the development of cultural tourism. The study employs methods of literature review, statistical and comparative analysis, as well as the generalization of international practices. The empirical base includes data from international organizations (UNCTAD, UNWTO, OECD) and national statistics of the Republic of Kazakhstan.

The results demonstrate that the development of creative industries contributes to the formation of a vibrant cultural environment, the creation of new tourism products, and the enhancement of destination attractiveness. The analysis shows that creative practices such as festivals, cultural events, and art spaces significantly influence tourist flows and visitor satisfaction levels.

The scientific contribution of the study lies in clarifying the mechanism through which creative industries influence cultural tourism, as well as in developing an author’s model for transforming the creative potential of a territory into a tourism product within the framework of the experience economy.

The practical significance of the research is associated with the possibility of applying its results in the development of public policies in tourism and the creative economy, as well as in designing regional strategies for cultural tourism development.

Keywords: creative industries, cultural tourism, experience economy, destination attractiveness, cultural infrastructure, tourist experience.

Введение. В последние десятилетия развитие туризма все более тесно связано с трансформацией структуры мировой экономики, в которой возрастает значение нематериальных факторов создания стоимости. Одним из ключевых направлений таких изменений стало формирование так называемой экономики впечатлений, в рамках которой особую роль начинают играть культурные, творческие и эмоциональные аспекты потребления. В этих условиях туристы стремятся не только к посещению новых мест, но и к получению уникального культурного опыта, связанного с участием в событиях, знакомством с локальными традициями и взаимодействием с культурной средой территории.

На фоне указанных процессов особое значение приобретают креативные индустрии, объединяющие виды деятельности, основанные на использовании интеллектуального капитала, культурного наследия и творческого потенциала. Креативные индустрии охватывают широкий спектр сфер-от дизайна, киноиндустрии и архитектуры до музыки, гастрономии, медиа и цифрового контента. Их развитие способствует созданию культурных событий, формированию креативных пространств и появлению новых форм культурного потребления, что оказывает значительное влияние на туристскую привлекательность территорий.

Мировая практика показывает, что интеграция креативных индустрий и туризма становится одним из факторов повышения конкурентоспособности регионов и городов. Фестивали, культурные маршруты, арт-кластеры, творческие кварталы и гастрономические события формируют уникальный культурный образ территорий и становятся важными элементами туристского предложения. В результате креативные индустрии начинают рассматриваться не только как сектор экономики, но и как инструмент развития культурного туризма и продвижения территорий на международном туристском рынке.

В последние годы вопросы развития креативной экономики и культурного туризма приобретают актуальность и для Республики Казахстан. Государственная политика в данной сфере направлена на развитие культурной инфраструктуры, поддержку творческих инициатив и формирование креативных индустрий как одного из перспективных направлений диверсификации экономики. Вместе с тем потенциал креативных индустрий как фактора развития культурного туризма в Казахстане остается недостаточно исследованным и требует комплексного научного анализа.

Целью настоящего исследования является анализ роли креативных индустрий в развитии культурного туризма в условиях формирования экономики впечатлений, а также выявление механизмов влияния креативной деятельности на формирование туристского опыта и туристских потоков.

Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие задачи: анализ теоретических подходов к исследованию креативных индустрий и экономики впечатлений; исследование экономического значения креативных индустрий в мировой экономике; анализ развития культурной инфраструктуры и культурной активности в Республике Казахстан; оценка влияния культурных и креативных практик на формирование туристского опыта и туристской привлекательности территорий.

Научная новизна исследования заключается в:

- уточнении механизма влияния креативных индустрий на развитие культурного туризма в условиях экономики впечатлений;

- интеграции статистических данных о культурной инфраструктуре и туристских потоках Республики Казахстан в единую аналитическую модель;

- разработке авторского механизма формирования туристского опыта на основе креативных практик.

Материалы и методы. Информационной базой исследования послужили научные публикации отечественных и зарубежных авторов, посвященные развитию креативной экономики, культурного туризма и экономики впечат-

лений, а также аналитические отчеты международных организаций и статистические данные. В частности, использованы материалы исследований United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), World Tourism Organization (UNWTO), OECD, а также статистические данные Бюро национальной статистики Республики Казахстан, характеризующие развитие культурной инфраструктуры и туристской деятельности.

Исследовательский материал включает статистические данные о количестве культурных учреждений, посещаемости культурных мероприятий, развитии культурно-событийной активности, а также данные о структуре въездных туристских потоков и уровне удовлетворенности иностранных посетителей туристскими услугами. Указанные материалы представлены как в количественном выражении (показатели посещаемости, количество объектов культуры, туристские потоки), так и в качественном выражении, отражающем особенности формирования культурной среды и туристских впечатлений.

Исследовательский вопрос работы заключается в определении роли креативных индустрий в формировании туристской привлекательности территорий и развитии культурного туризма в условиях экономики впечатлений.

В рамках исследования выдвинута гипотеза о том, что развитие креативных индустрий способствует усилению туристской привлекательности территорий, формированию уникального культурного образа регионов и повышению интереса туристов к культурным и событийным формам туризма.

Исследование проводилось в несколько этапов. На первом этапе был проведен анализ научной литературы и международных исследований, посвященных развитию креативных индустрий и культурного туризма. На втором этапе выполнен анализ статистических данных о развитии культурной инфраструктуры и культурной активности в Республике Казахстан. На третьем этапе проведено обобщение международного опыта интеграции креативных индустрий и туризма, а также интерпретация полученных данных в контексте экономики впечатлений.

В ходе исследования применялись методы анализа научной литературы, статистического анализа, сравнительного анализа и обобщения международного опыта. Для систематизации теоретических подходов использовался метод контент-анализа научных публикаций. Для анализа статистических данных применялись методы аналитического и сравнительного анализа.

В процессе исследования также использовались инструменты искусственного интеллекта для обработки текстовой информации и подготовки отдельных визуальных материалов исследования.

Результаты исследования позволили выявить взаимосвязь между развитием креативных индустрий и формированием культурной привлекательности территорий, а также определить роль культурных событий и креативных практик в развитии культурного туризма.

Результаты и обсуждение. В последние десятилетия развитие культурного туризма все чаще рассматривается в контексте формирования так называемой экономики впечатлений, в которой ключевым фактором создания ценности становится не столько материальный продукт, сколько эмоциональный и культурный опыт потребителя. В этих условиях особое значение приобретают креативные индустрии, выступающие важным источником формирования уникального культурного контента и туристских впечатлений.

Понятие креативных индустрий получило широкое распространение в научной литературе и международной практике в конце XX-начале XXI века. Одними из первых системных исследований в данной области считаются работы John Howkins, который рассматривал креативную экономику как совокупность отраслей, основанных на использовании интеллектуального капитала, знаний и творческого потенциала как ключевых факторов создания экономической стоимости. По мнению автора, креативные индустрии объединяют виды деятельности,

связанные с производством и распространением культурного и интеллектуального контента, включая дизайн, музыку, кино, издательскую деятельность, рекламу, архитектуру и другие формы творческой деятельности [1].

Существенное значение для развития идей креативной экономики имеет концепция «креативного класса» R. Florida. Как отмечается в обзорной статье S. Das, данная концепция исходит из того, что важнейшим ресурсом современного социально-экономического развития выступают группы населения, занятые в сферах творчества, науки, культуры и инновационной деятельности. Концентрация таких групп в городской среде рассматривается как фактор, способствующий развитию инноваций, культурной активности и повышению общей привлекательности территории [2].

В международной практике значительный вклад в развитие теории креативных индустрий внесли исследования United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) и UNESCO [3,4]. В современных аналитических докладах, включая Creative Economy Outlook и исследования OECD, креативные индустрии рассматриваются как один из наиболее динамично развивающихся сегментов мировой экономики, формирующийся на основе синергии культурного производства, цифровых технологий и инновационной деятельности. Особое внимание уделяется роли интеллектуальной собственности и творческого капитала как ключевых факторов устойчивого экономического роста [5].

Важным этапом институционального признания роли креативной экономики стало решение United Nations провозгласить 2021 год Международным годом креативной экономики в интересах устойчивого развития. Данная инициатива подчеркнула возрастающее значение творческих отраслей как фактора устойчивого и инклюзивного экономического роста, основанного на использовании интеллектуального капитала, инноваций и культурного разнообразия.

В настоящее время креативные индустрии рассматриваются как значимый сектор мировой экономики. По оценкам международных организаций, культурные и креативные индустрии формируют заметную долю мирового валового продукта и обеспечивают миллионы рабочих мест, особенно среди молодежи. Развитие данного направления способствует диверсификации национальных экономик, стимулирует предпринимательскую активность и укрепляет культурную идентичность государств.

В контексте обозначенных глобальных тенденций вопросы развития креативных индустрий приобретают актуальность и для Республики Казахстан. Государственная политика в данной сфере закреплена в Концепции развития креативных индустрий Республики Казахстан на 2021–2025 годы [6], утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан. В документе креативные индустрии рассматриваются как сектора экономики, основанные на использовании творчества, воображения и интеллектуального капитала, включая как традиционные отрасли культуры и искусства, так и сферы цифровых технологий, медиа и информационных услуг.

Одновременно с развитием концепции креативных индустрий в научной литературе получила распространение теория экономики впечатлений, предложенная B. Joseph Pine II и James H. Gilmore. В их работе The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage подчеркивается, что современная экономика проходит этап трансформации от экономики товаров и услуг к экономике впечатлений, где главным объектом потребления становится уникальный эмоциональный и культурный опыт [7]. В контексте туризма это означает смещение акцента с традиционного предоставления услуг на создание запоминающихся культурных и событийных практик, вовлекающих туристов во взаимодействие с культурной средой.

Развитие экономики впечатлений тесно связано с трансформацией культурного туризма. В исследованиях Greg Richards и Julie Wilson отмечается, что современный культурный туризм постепенно переходит от пассивного потребления культурного наследия к активным формам участия туристов в культурной жизни террито-

рии. Данный процесс выражается в росте популярности фестивалей, культурных событий, арт-пространств, творческих кварталов и других форм креативного туризма, ориентированных на вовлечение посетителей в создание и переживание культурного опыта [8].

Исследования показывают, что креативные индустрии способны выступать важным драйвером развития культурного туризма, поскольку они формируют новые туристские продукты, основанные на локальной культуре, традициях и современном творчестве. По мнению Greg Richards, интеграция творческих отраслей и туризма способствует диверсификации туристского предложения, повышению конкурентоспособности территорий и формированию уникального культурного бренда региона [9].

Проведенный анализ научной литературы позволяет выделить ряд ключевых теоретических подходов, объясняющих роль креативных индустрий в развитии культурного туризма и экономики впечатлений. Основные концепции и их значение для туристской отрасли систематизированы в таблице 1.

Таблица 1 - Основные теоретические подходы к исследованию креативных индустрий и культурного туризма

Автор	Основная концепция	Ключевые идеи	Значение для развития туризма
J. Howkins	Креативная экономика	Экономическая ценность создается за счет интеллектуальной собственности, творчества и знаний	Формирование новых культурных и творческих продуктов
R. Florida	Теория креативного класса	Развитие территорий зависит от концентрации талантливых и творческих специалистов	Рост привлекательности городов для туристов
B. Pine, J. Gilmore	Экономика впечатлений	Экономическая ценность формируется через создание уникальных впечатлений	Переход туризма от услуг к созданию опыта
G. Richards, J. Wilson	Креативный туризм	Туристы участвуют в культурной жизни территории и создают опыт	Развитие фестивалей, арт-кластеров и культурных событий
Примечание-составлено авторами на основании [7-9]			

Таким образом, анализ научной литературы показывает, что креативные индустрии и экономика впечатлений формируют новую парадигму развития культурного туризма. В рамках данной парадигмы ключевую роль играет создание оригинального культурного контента и вовлечение туристов в процессы культурного производства и потребления, что позволяет территориям формировать устойчивые конкурентные преимущества на мировом туристском рынке.

Креативные индустрии играют все более значимую роль в повышении конкурентоспособности туристских территорий. В условиях экономики впечатлений туристы стремятся не только к посещению новых мест, но и к получению уникального культурного и эмоционального опыта. Именно креативная деятельность формирует содержательную основу такого опыта, создавая культурные события, арт-пространства, фестивали, гастрономические практики, элементы городского дизайна и другие формы культурного продукта.

В этом контексте креативные индустрии выступают важным фактором развития культурно-

го туризма, поскольку они формируют культурную среду территории, повышают ее привлекательность для посетителей и способствуют формированию уникального имиджа региона.

Мировая практика показывает, что интеграция культуры, творчества и туризма способствует возникновению новых форм туристской активности. К ним относятся фестивальный и событийный туризм, развитие арт-кластеров, креативных кварталов, культурных маршрутов и творческих пространств. Подобные инициативы позволяют не только привлекать туристов, но и стимулировать развитие локальной экономики, поддерживать культурное наследие и активизировать деятельность творческих сообществ.

Статистические данные международных организаций подтверждают значительный экономический потенциал креативных индустрий. По оценкам международных исследований, данный сектор формирует существенный вклад в мировую экономику и обеспечивает значительную занятость населения (таблица 2).

Таблица 2 - Экономическое значение креативных индустрий в мировой экономике

Показатель	Значение
Глобальный объем рынка креативных индустрий	около 2,3 трлн долл. США
Доля в мировом ВВП	около 3 %
Количество занятых	около 30 млн человек
Вклад креативных индустрий в ВВП отдельных стран	0,5–7,3 %
Доля занятости в креативной экономике	0,5–12,5 % рабочей силы
Примечание – составлено авторами на основании [3]	

Представленные данные свидетельствуют о том, что креативная экономика занимает все более значимое место в структуре мировой торговли. При этом наибольшую долю составляют креативные услуги, связанные с культурным производством, цифровыми технологиями, дизайном, аудиовизуальным контентом и медиаиндустрией.

Развитие данных отраслей оказывает непосредственное влияние на туристскую сферу, поскольку создаваемый ими культурный контент становится важной составляющей туристского предложения. Креативные индустрии формируют новые форматы культурного потребления, создают культурные события и пространства, которые привлекают туристов и усиливают привлекательность территорий.

Одним из важнейших показателей развития креативных индустрий является международная торговля креативной продукцией и услугами. Согласно международной статистике, объем экспорта креативных услуг значительно превышает экспорт креативных товаров и продолжает демонстрировать устойчивую динамику роста, что связано с развитием цифровых технологий, программного обеспечения, медиаиндустрии и аудиовизуального контента.

Анализ международной статистики показывает, что мировая торговля креативной продукцией характеризуется устойчивой положительной динамикой и высокой степенью концентрации. Согласно данным UNCTAD Creative Economy Outlook 2024, общий объем экспорта креативных услуг в мире составляет около 1,4 трлн долл. США, тогда как экспорт креативных товаров достигает 713 млрд долл. США [3]. Динамика мировой торговли креативными товарами и услугами представлена на рисунке 1.

При этом структура мировой торговли демонстрирует существенные различия между сегментами креативной экономики. Креативные услуги формируют около 19 % мирового экспорта

услуг, что свидетельствует о высокой роли цифровых и интеллектуальных продуктов-дизайна, архитектуры, программного обеспечения, аудиовизуального контента и других нематериальных результатов творческой деятельности. В то же время доля креативных товаров в мировом экспорте товаров составляет около 2,9 %, что отражает более узкую специализацию материального сегмента креативных индустрий, включающего производство дизайнерских изделий, модной продукции, предметов искусства и культурной атрибутики.

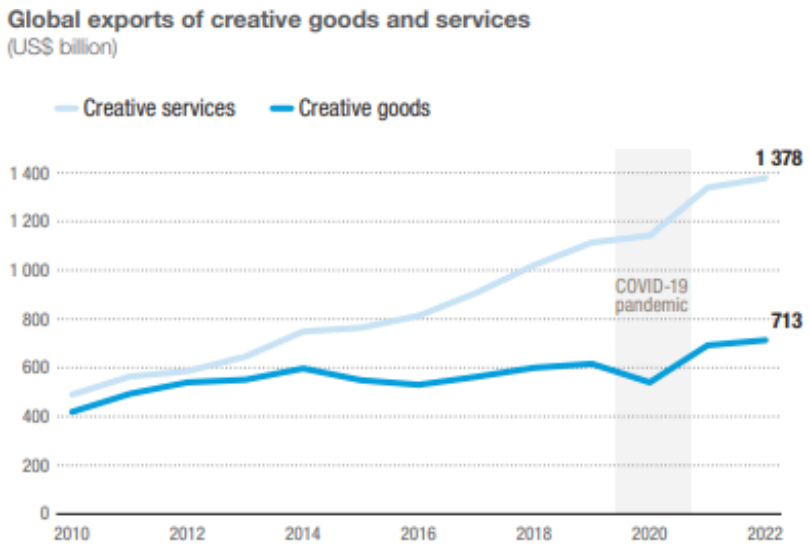


Рис.1 - Динамика мирового экспорта креативных товаров и услуг
Примечание-источник на основе данных UNCTAD Creative Economy Outlook 2024

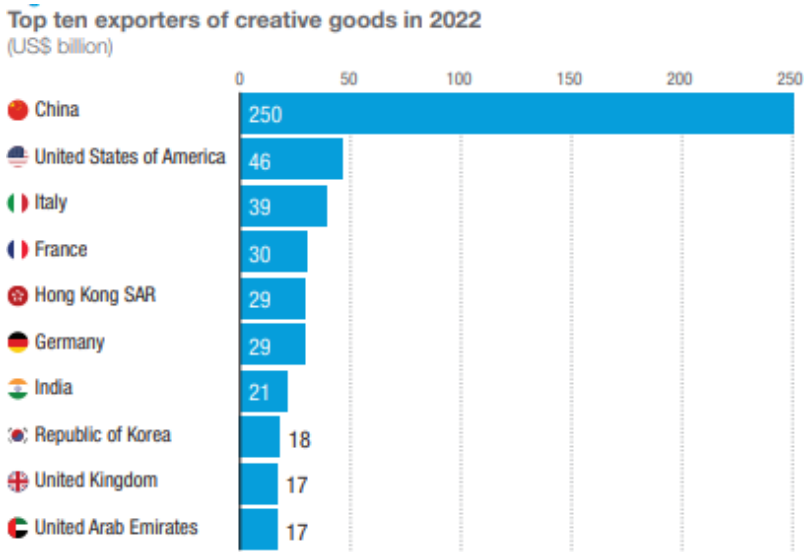


Рис.2 - Крупнейшие экспортеры креативных услуг в мире
Примечание-источник UNCTAD Creative Economy Outlook 2024

Важной особенностью мировой торговли креативной продукцией является высокая географическая концентрация экспортных потоков. Основная часть экспорта приходится на ограниченное число стран, обладающих развитой инфраструктурой креативных индустрий, высо-

ким уровнем цифровизации экономики и значительными инвестициями в развитие культурного капитала. К таким странам относятся Китай, США, государства Европейского союза, Республика Корея и Великобритания. Структура ведущих экспортеров креативных услуг представлена на рисунке 2.

Кроме того, наблюдается усиление роли азиатских стран, активно развивающих экспорт культурного контента, аудиовизуальной продукции, дизайна и цифровых креативных услуг. В частности, Республика Корея демонстрирует быстрый рост экспорта креативной продукции благодаря развитию индустрии развлечений, музыкальной индустрии, кино и цифрового контента. Франция и Италия, в свою очередь, сохраняют устойчивые позиции в сегментах моды, дизайна, культурного наследия и креативного туризма.

Мировой опыт показывает, что страны, обладающие развитой инфраструктурой креативных индустрий, как правило, демонстрируют высокие показатели развития культурного туризма. Развитие индустрии кино, дизайна, музыки, гастрономии и культурных событий способствует формированию уникального культурного образа территорий и повышает их туристскую привлекательность. В результате креативные индустрии выступают не только самостоятельным сектором экономики, но и важным инструментом продвижения стран и регионов на международном туристском рынке.

В контексте туризма креативные индустрии выполняют не только культурную, но и экономическую функцию, выступая источником формирования туристских впечатлений и уникальных туристских продуктов. Культурные события, фестивали, выставки, театральные постановки, музыкальные концерты, арт-пространства и творческие кварталы формируют особую культурную среду, которая становится объектом туристского интереса. Подобные формы культурной активности создают уникальный туристский опыт и усиливают привлекательность туристских направлений в условиях экономики впечатлений.

Таким образом, развитие креативных индустрий непосредственно влияет на формирование культурного туризма, поскольку обеспечивает создание событий, культурных продуктов и творческих пространств, которые становятся центрами притяжения туристских потоков.

В этой связи важное значение приобретает анализ культурной инфраструктуры и культурной активности, формирующих основу развития креативных индустрий и культурного туризма в Республике Казахстан.

Развитие креативных индустрий тесно связано с состоянием культурной инфраструктуры страны, которая обеспечивает условия для производства и распространения культурных и творческих продуктов. В Казахстане культурная сфера представлена широкой сетью учреждений, выполняющих функции сохранения культурного наследия, организации культурных мероприятий и формирования культурного пространства.

По состоянию на начало 2025 года в Республике Казахстан функционировало 3920 библиотек, 3076 культурно-досуговых организаций, 282 музея, 251 парк развлечений и отдыха, 113 кинотеатров, 74 театра, 50 концертных организаций, 10 зоопарков и 4 цирка [10].

Указанные учреждения формируют институциональную основу культурной и креативной деятельности, обеспечивая проведение выставок, театральных постановок, концертов, фестивалей и других форм культурной активности. Развитие культурной инфраструктуры создает условия для становления креативных индустрий, охватывающих широкий спектр видов деятельности: дизайн, киноиндустрию, архитектуру, гастрономию, ремесленные производства, фестивальные и культурно-событийные форматы. Именно эти направления формируют современное культурное пространство городов и регионов и становятся важным элементом их туристской привлекательности.

Статистические данные также свидетельствуют о значительной посещаемости культурных объектов. Наиболее посещаемыми учреждениями являются библиотеки, которые ежегодно привлекают более 55 млн посещений, кинотеатры-

23,2 млн посещений, парки развлечений и отдыха-15,6 млн посещений, музеи-6,6 млн посещений.

Представленные данные имеют значение не только как характеристика масштаба культурной инфраструктуры, но и как показатель ресурсной базы для развития креативных индустрий. Наличие библиотек, музеев, театров, концертных организаций, парков отдыха и культурно-досуговых учреждений формирует институциональную среду, в которой могут развиваться фестивальные, выставочные, гастрономические, ремесленные и иные событийные форматы. Именно такие форматы превращают культурную инфраструктуру из пассивного набора объектов в активный элемент туристского предложения, способный формировать эмоционально насыщенный туристский опыт.

Развитие культурной инфраструктуры сопровождается увеличением количества культурно-массовых мероприятий, проводимых учреждениями культуры. Подобные мероприятия играют важную роль в формировании культурной среды территорий и выступают значимым элементом развития событийного и культурного туризма. Динамика числа культурно-массовых мероприятий в Казахстане представлена на рисунке 3.

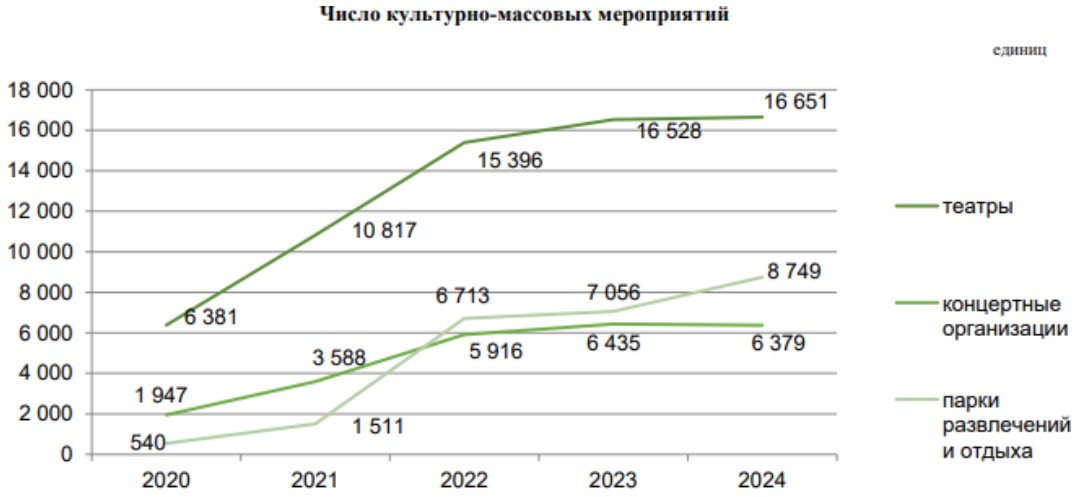


Рис.3 - Динамика числа культурно-массовых мероприятий в Республике Казахстан
Примечание-источник [10]

В региональном разрезе наиболее высокая посещаемость культурных учреждений наблюдается в крупных городах и туристских центрах страны, таких как Алматы, Астана и Шымкент, где сосредоточена значительная часть культурной инфраструктуры и проводится большое количество культурных мероприятий.

Рост культурно-массовой активности усиливает событийную составляющую туризма, поскольку подобные мероприятия создают дополнительные мотивы для посещения территории, способствуют увеличению продолжительности пребывания туристов и повышают вероятность повторных визитов. В условиях экономики впечатлений туристская привлекательность формируется не только наличием достопримечательностей, но и возможностью участия в событиях, взаимодействия с локальной культурой и получения уникального эмоционального опыта.

Таким образом, развитие культурной инфраструктуры и расширение культурно-событийной активности создают благоприятные условия для становления креативных индустрий и формирования новых туристских продуктов. Фестивали, выставки, гастрономические мероприятия, арт-пространства и иные креативные практики становятся важным элементом туристского предложения и способствуют повышению

привлекательности территорий для внутренних и иностранных посетителей.

Важным показателем, характеризующим туристскую активность, является структура въездного туристского потока и цели поездок иностранных посетителей. Согласно данным Бюро национальной статистики Республики Казахстан, общее количество въездных посетителей в 2025 году составило 15 740 539 человек. Наибольшую долю составили поездки в личных целях - 13 468 768 человек, тогда как с деловыми и профессиональными целями страну посетили 40 280 человек. Количество посетителей, прибывших непосредственно с туристскими целями, составило 334 607 человек. Таким образом, поездки в личных целях формируют основную часть въездного потока, что свидетельствует о значительном потенциале развития рекреационного, культурного и познавательного туризма в Республике Казахстан.

Анализ структуры въездных посетителей показывает, что значительная часть иностранных гостей относится к категории ночующих посетителей, что формирует дополнительный спрос на услуги размещения, общественного питания, транспорта и индустрии досуга. Продолжительность пребывания туристов и вовлеченность в культурные и событийные практики усиливают экономический эффект туристской деятельности и способствуют развитию гостиничной, ресторанной и туристской инфраструктуры страны [12].

Географическая структура въездного туристского потока характеризуется определенной концентрацией. Наибольшее число посетителей прибывает из стран ближнего зарубежья, прежде всего из России, Узбекистана и Кыргызстана, что обусловлено географической близостью, транспортной доступностью и историко-культурными связями. В то же время присутствие туристов из стран Европы, Азии и Ближнего Востока свидетельствует о постепенном расширении географии туристских потоков и росте международной туристской привлекательности Казахстана.

Представленные статистические данные позволяют сделать вывод о том, что развитие культурной инфраструктуры и проведение культурных мероприятий создают благоприятные условия для увеличения туристских потоков. Креативные индустрии, формируя новые формы культурного потребления-фестивали, арт-пространства, культурные маршруты и креативные кластеры-становятся важным инструментом привлечения туристов и формирования уникального туристского опыта.

Полученные данные позволяют оценить не только масштабы культурной инфраструктуры, но и качество туристского опыта, формируемого на ее основе. Важным индикатором в данном случае выступает степень удовлетворенности иностранных посетителей различными видами туристских услуг. Анализ основан на материалах выборочного обследования въездных посетителей, проведенного Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [12].

Результаты обследования показывают, что значительная часть туристов высоко оценивает качество услуг размещения, общественного питания, транспорта, а также услуг отдыха и развлечений. Особенно высокий уровень удовлетворенности наблюдается в сегменте рекреационных и развлекательных услуг, включающем посещение культурных мероприятий, фестивалей, концертных программ, музеев и других объектов культурной инфраструктуры.

Эти показатели свидетельствуют о том, что культурные и креативные активности формируют значимую часть туристского опыта иностранных посетителей и выступают важным фактором привлекательности туристских территорий. Культурные мероприятия, фестивали, выставки, гастрономические события, арт-пространства и историко-культурные объекты создают уникальное содержание туристского продукта, способствуя привлечению посетителей.

Анализ степени удовлетворенности иностранных посетителей качеством туристских услуг показывает высокий уровень положительных оценок, в том числе по категории услуг отдыха и развлечений. Данная категория включает по-

сещение культурных мероприятий, концертных программ, музеев, театров, выставок и других форм культурного досуга. Высокие оценки свидетельствуют о том, что туристы положительно воспринимают не только базовые услуги размещения, питания и транспорта, но и содержательную составляющую поездки, связанную с культурой, досугом и эмоциональными впечатлениями.

Таблица 3 - Количество въездных посетителей по степени удовлетворенности поездкой, чел.

	Степень удовлетворенности поездкой				
	5	4	3	2	1
	отлично	**хорошо**	**удовлетвори-тельно**	**плохо**	**очень плохо**
Услуги по размещению	17 494	2 006	96	2	491
Услуги объектов общественного питания	19 408	2 687	323	38	470
Услуги транспорта	18 133	2 964	222	58	459
Услуги отдыха и развлечений	15 226	2 941	266	40	458
Экскурсионные услуги (услуги гидов)	10 786	2 340	664	183	494
Количество въездных посетителей, указавших степень удовлетворенности поездкой	20 055	2 315	318	134	406
Примечание-источник [12]					

Полученные данные позволяют проследить взаимосвязь между развитием культурной и рекреационной среды и качеством туристского опыта. Креативные и культурные практики усиливают воспринимаемую ценность туристского продукта, способствуют формированию более эмоционально насыщенного опыта и повышают привлекательность территории для иностранных посетителей.

Таким образом, эмпирические данные подтверждают гипотезу исследования: именно культурные и креативные элементы туристского продукта формируют высокий уровень удовлетворенности посетителей, что свидетельствует о значимой роли экономики впечатлений в развитии современного культурного туризма.

В целом можно отметить, что развитие креативных индустрий способствует формированию культурного пространства территорий, созданию новых туристских продуктов и повышению их привлекательности для иностранных посетителей. В условиях экономики впечатлений креативный контент становится одним из ключевых факторов конкурентоспособности туристских направлений.

Анализ развития креативных индустрий и культурной инфраструктуры в Республике Казахстан представляет особый интерес с точки зрения оценки потенциала культурного туризма. Изучение институциональных и инфраструктурных условий функционирования культурной сферы позволяет определить возможности страны в развитии креативной экономики и расширении культурно-туристского предложения.

В современных исследованиях креативные индустрии рассматриваются как один из ключе-

вых факторов развития культурного туризма, поскольку способствуют формированию культурного контента и расширению культурной инфраструктуры территорий [13,14]. Как показывают современные исследования, развитие креативного туризма связано с ростом спроса на аутентичные и вовлекающие формы культурного опыта, предполагающие активное участие туристов и развитие их творческого потенциала [15]. Креативные практики, включая фестивали, выставки, гастрономические мероприятия, концертные программы и арт-пространства, формируют насыщенную культурную среду, повышающую туристскую привлекательность дестинаций и стимулирующую приток посетителей [13,14].

Статистические данные позволяют проследить последовательную взаимосвязь между развитием культурной инфраструктуры, событийной активностью и туристской привлекательностью территорий. Культурные учреждения создают базу для креативной деятельности, культурные мероприятия наполняют территорию событийным содержанием, а положительные оценки посетителей подтверждают значимость культурно-досуговой составляющей в формировании туристского опыта. На этой основе креативные индустрии могут рассматриваться как механизм преобразования культурного потенциала территории в конкурентоспособный туристский продукт.

Взаимосвязь между развитием креативных индустрий и культурного туризма может быть представлена в виде последовательного механизма формирования туристского опыта и связанных с ним экономических эффектов. Данный механизм отражает процесс трансформации культурного и творческого потенциала территории в туристский продукт и его последующее влияние на развитие туристских потоков и экономики региона (рисунок 4).

Как показано на рисунке 4, развитие креативных индустрий оказывает комплексное влияние на формирование культурного туризма. Творческая деятельность способствует развитию культурной инфраструктуры и организации культурных событий, которые формируют уникальный туристский опыт и выступают важным фактором привлечения туристских потоков.



Рис.4 - Механизм трансформации креативного потенциала территории в туристский продукт и экономический эффект в условиях экономики впечатлений

Примечание-разработано авторами на основе проведенного анализа; визуализация подготовлена с использованием инструментов искусственного интеллекта

В результате возникает мультипликативный экономический эффект, проявляющийся в развитии сферы услуг, росте занятости, увеличении доходов туристской отрасли и повышении туристской привлекательности территорий.

Полученные результаты согласуются с выводами международных исследований UNCTAD и UNWTO, согласно которым развитие креативных индустрий способствует формированию устойчивых конкурентных преимуществ туристских территорий. В отличие от стран с развитой креативной экономикой, Казахстан находится на этапе институционального становления креативных индустрий, что ограничивает их вклад

в экспорт туристских услуг, но одновременно открывает значительный потенциал роста.

Выводы. Проведенное исследование показало, что креативные индустрии играют все более значимую роль в развитии современного культурного туризма в условиях экономики впечатлений. Анализ научной литературы позволил выявить ключевые теоретические подходы, объясняющие взаимосвязь между развитием креативной экономики, формированием культурного пространства территорий и повышением туристской привлекательности регионов.

Международная статистика подтверждает высокий экономический потенциал креативных индустрий, которые обеспечивают значительный вклад в мировую экономику и создают миллионы рабочих мест. Развитие творческих отраслей способствует созданию культурного контента, появлению новых форм культурного потребления и расширению событийной активности, что усиливает их влияние на туристскую сферу.

Анализ культурной инфраструктуры Республики Казахстан показал наличие значительного потенциала для развития креативных индустрий и культурного туризма. Развитая сеть учреждений культуры, увеличение количества культурно-массовых мероприятий и высокая посещаемость культурных объектов создают благоприятные условия для формирования новых культурных и туристских продуктов.

Исследование структуры въездного туристского потока и уровня удовлетворенности иностранных посетителей показало, что культурные и креативные активности играют важную роль в формировании туристского опыта. Высокие оценки услуг отдыха и развлечений свидетельствуют о значимости культурных мероприятий, фестивалей и объектов культурной инфраструктуры для иностранных туристов.

На основе проведенного исследования можно выделить следующие направления развития креативных индустрий и культурного туризма в Республике Казахстан:

- развитие креативных кластеров и творческих пространств в крупных городах и туристских центрах страны;

- поддержка культурных и фестивальных мероприятий, формирующих событийный и культурный туризм;

- развитие гастрономического и ремесленного туризма, основанного на локальных культурных традициях;

- интеграция креативных индустрий в региональные стратегии развития туризма;

- активное использование цифровых технологий и медиа для продвижения культурного контента и туристских направлений.

Реализация данных направлений позволит повысить конкурентоспособность туристской отрасли, сформировать устойчивый культурный бренд страны и усилить роль креативных индустрий как одного из ключевых факторов развития культурного туризма.

Результаты исследования имеют практическое значение для разработки государственной политики в сфере туризма и креативной экономики, а также могут быть использованы при формировании региональных стратегий развития туризма и культурной инфраструктуры.

В процессе исследования инструменты искусственного интеллекта использовались исключительно в качестве вспомогательного средства для обработки текстовой информации и подготовки отдельных визуальных материалов. Анализ статистических данных, интерпретация результатов и формулирование выводов осуществлялись авторами самостоятельно.

Литература

1. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. //Penguin Global.- 2002.- 288 P. ISBN 10:0140287943.

2. Das S. The Rise of the Creative Class: Revisited//African Journal of Science, Technology, Innovation and Development. -2016.-Vol.8(5-6). -P.509-511. DOI 10.1080/20421338.2016.1256596.

3. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Creative Economy Outlook 2024. //UNCTAD.-2024.- Дата обращения: 07.12.2025

4. Tourism and Culture Synergies. // UNWTO. -2018. - 160 P.DOI 10.18111/9789284418978.

ISBN 978-92-844-1896-1, eISBN978-92-844-1897-8

5. The Culture Fix: Creative People, Places and Industries. //OECD. -2022.- 269 P. DOI 10.1787/991bb520-en. ISBN 978-92-64-59044-1 (print)

6. Концепция развития креативных индустрий Республики Казахстан на 2021-2025 годы. Постановление Правительства от 30 ноября 2021 года № 860. //Әділет.-URL: https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860.

7. Pine B. J., Gilmore J. H. The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage. // Harvard Business School Press. - Boston, 1998. - 254 P. - ISBN: 9780875848198.

8. Richards G., Wilson J. Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture? //Tourism Management. -2006.-Vol.27(6). -P.1209-1223. DOI 10.1016/j.tourman.2005.06.002.

9. Richards G. Creativity and Tourism: The State of the Art.// Annals of Tourism Research. -2011. Vol.38(4). -P.1225-1253. DOI 10.1016/j.annals.2011.07.008.

10. Бюро национальной статистики Республики Казахстан. Культура в Республике Казахстан статистический сборник. -2025. URL:

11. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан: «Количество посетителей въездного туризма по целям поездок», 2025. URL: обращения: 07.12.2026 г.

12. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. О выборочном обследовании въездных посетителей. Статистика туризма. Астана. URL: . -Дата обращения: 05.01.2026.

13. Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good. // UNESCO -2019. - URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474.

14. Matteucci X., Von Zumbusch J. Theoretical framework for cultural tourism in urban and regional destinations. //SmartCulTourProject, Deliverable D2.1.-2020. DOI 10.5281/zenodo.4785433.

15. Duxbury N., Richards G. Towards a research agenda for creative tourism: developments, diversity, and dynamics. // n: A Research Agenda for Creative Tourism. -2019.-P.1-14. DOI 10.4337/9781788110723.00008.

References

1. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. //Penguin Global. - 2002.-P.288.ISBN-10:0140287943.

2. Das S. The Rise of the Creative Class: Revisited//African Journal of Science, Technology, Innovation and Development. -2016.-Vol.8(5-6). -P.509-511. DOI 10.1080/20421338.2016.1256596.

3. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Creative Economy Outlook 2024. //UNCTAD.-2024.-URL: Date accessed: 07.12.2025

4. Tourism and Culture Synergies. // UNWTO. -2018. - DOI 10.18111/9789284418978.

5. The Culture Fix: Creative People, Places and Industries. //OECD. -2022. DOI 10.1787/991bb520-en.

6. Koncepcija razvitija kreativnyh industrij Respubliki Kazahstan na 2021-2025 gody. Postanovlenie Pravitel’ stva ot 30 nojabrja 2021 goda № 860.//Ədilet.-URL: https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860. [in Russian]

7. Pine B. J., Gilmore J. H. The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage. // Harvard Business School Press. - Boston, 1998. - P.254. - ISBN: 9780875848198.

8. Richards G., Wilson J. Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture? //Tourism Management. -2006.-Vol.27(6).-P.1209-1223. DOI 10.1016/j.tourman.2005.06.002.

9. Richards G. Creativity and Tourism: The State of the Art.// Annals of Tourism Research. -2011. Vol.38(4). -P.1225-1253. DOI 10.1016/j.annals.2011.07.008.

10. Bjuro nacional’ noj statistiki Respubliki Kazahstan. Kul’ tura v Respublike Kazahstan statisticheskij sbornik. -2025. URL: https://stat.gov.kz/ru/industries/social-statistics/stat-culture/publications/341121/.-Data obrashhenija: 07.12.2025 [in Russian].

11. Bjuro nacional’ noj statistiki Agentstva po strategicheskomu planirovaniju i reformam Respubliki Kazahstan: «Kolichestvo posetitelej v#ezdnogo turizma po celjam poezdok», 2025. URL: https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/.-Data obrashhenija: 07.12.2025 [in Russian].

12. Bjuro nacional’ noj statistiki Agentstva po strategicheskomu planirovaniju i reformam Respubliki Kazahstan. O vyborochnom obsledovanii v#ezdnyh posetitelej. Statistika turizma. Astana. URL: https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/spreadsheets/. -Data obrashhenija: 05.01.2026. [in Russian].

13. Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good. // UNESCO -2019. - URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474.

14. Matteucci X., Von Zumbusch J. Theoretical framework for cultural tourism in urban and regional destinations. //SmartCulTourProject, Deliverable D2.1.-2020. DOI 10.5281/zenodo.4785433.

15. Duxbury N., Richards G. Towards a research agenda for creative tourism: developments, diversity, and dynamics. // n: A Research Agenda for Creative Tourism. -2019.-P.1-14. DOI 10.4337/9781788110723.00008.

Сведения об авторах

Омаркожаева А.Н.- к.э.н., доцент, Казахский университет технологии и бизнеса им.К.Кулажанова, Астана, Казахстан, e-mail: asya_7510@mail.ru;

Жунусова А.А.- PhD, ассоциированный профессор, Казахский университет технологии и бизнеса им.К.Кулажанова, Астана, Казахстан, e-mail: aliya.zhunusova1983@mail.ru;

Ярдякова И.В. - PhD, ассоциированный профессор, Казахский университет технологии и бизнеса им.К.Кулажанова, Астана, Казахстан, e-mail: yard_ira@mail.ru;

Юсупова С.А.- кандидат экономических наук, Казахская национальная академия хореографии, Астана, Казахстан, e-mail: Abay.saltanat@bk.ru;

Ахметова Г.Б.- магистр экономических наук, Казахский университет технологии и бизнеса им.К.Кулажанова, Астана, Казахстан, e-mail: Galiya_hanum@mail.ru;

Муканова Б.Ш.-, магистр экономических наук, Казахский университет технологии и бизнеса им.К.Кулажанова, Астана, Казахстан, e-mail: balzhan0101@inbox.ru.

Information about the authors

Omarkozhayeva A.N. - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, K. Kulazhanov Kazakh University of Technology and Business, Astana, Kazakhstan, e-mail: asya_7510@mail.ru;

Zhunusova A.A.- PhD, Associate Professor, K. Kulazhanov Kazakh University of Technology and Business, Astana, Kazakhstan, e-mail: aliya.zhunusova1983@mail.ru;

Yardyakova I.V.- PhD, Associate Professor, K. Kulazhanov Kazakh University of Technology and Business, Astana, Kazakhstan, e-mail: yard_ira@mail.ru;

Yusupova S.A.- Candidate of Economic Sciences, Kazakh National Academy of Choreography, Astana, Kazakhstan, e-mail: Abay.saltanat@bk.ru;

Akhmetova G. - Master of Economic Sciences, K. Kulazhanov Kazakh University of Technology and Business, Astana, Kazakhstan, e-mail: Galiya_hanum@mail.ru;

Mukanova B. - Master of Economic Sciences, K. Kulazhanov Kazakh University of Technology and Business, Astana, Kazakhstan e-mail: balzhan0101@inbox.ru.